

Revista Institucional Digital *Comunicadores*¹

Swenny Azevedo da SILVA²

Marina Ribeiro EVANGELISTA³

Thaís Bentes JUCÁ⁴

Maria Emilia de Oliveira Pereira ABBUD⁵

Ítala Clay de Oliveira FREITAS⁶

Universidade Federal do Amazonas, Manaus, AM

RESUMO

A revista digital “Comunicadores” é fruto de uma parceria entre o Programa de Educação Tutorial de Comunicação Social - PETCOM Ufam e o Programa de Educação Tutorial de Design - PET Design. A segunda edição, aqui apresentada, tem como objetivo favorecer o compartilhamento e divulgação das informações relacionadas ao ensino, pesquisa e extensão desenvolvidas pelo Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Amazonas.

PALAVRAS-CHAVE: Revista digital; universidade; ensino; pesquisa; extensão.

1. INTRODUÇÃO

Há cerca de dois anos o Programa de Educação Tutorial de Comunicação Social da Ufam – PETCOM – optou por trabalhar no ambiente digital. Primeiro, transformou o *layout* do *blog* institucional PETCOM num modelo mais interativo, depois se criaram dois produtos digitais: o livro digital “Cinema de Animação – Guia de Referências” e a Revista digital “Comunicadores”⁷. O Programa, por ser de Comunicação Social engloba os cursos de Jornalismo e Relações Públicas, apresentando trabalhos em ambas às áreas. Isso é comprovado pelos dois produtos anteriores, que respectivamente, foram organizados por uma equipe de jornalistas e outra equipe de relações públicas.

¹Trabalho submetido ao XXI Prêmio Expocom 2014, na Categoria de Relações Públicas e Comunicação Organizacional, modalidade Produto de Comunicação Institucional Digital.

²Aluno líder do grupo, estudante do 8º período de Relações Públicas e bolsista do Programa de Educação Tutorial de Comunicação Social (PETCOM). E-mail: swennyazevedo@hotmail.com.

³Estudante do 2º período de Relações Públicas e voluntária do Programa de Educação Tutorial de Comunicação Social (PETCOM). Email: marina_ribeirinho@hotmail.com.

⁴Estudante do 2º período de Relações Públicas e voluntária do Programa de Educação Tutorial de Comunicação Social (PETCOM). Email: thsbnst@live.com.

⁵Orientadora do trabalho. Professora Adjunta do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Amazonas; Doutora em Ciências pelo Programa de Pós-Graduação em Psicologia da Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Ribeirão Preto da Universidade de São Paulo; docente credenciada no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação – PPGCCOM/UFAM; Vice coordenadora do Comitê de Ética em Pesquisa da Ufam; Líder do Grupo de Pesquisa Comunicação Social: Estudos Interdisciplinares. Email: emiliaabbud@hotmail.com

⁶Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo e tutora do Programa de Educação Tutorial de Comunicação Social (PETCOM). E-mail: iclayfreitas@hotmail.com.

⁷A 1ª edição da “Comunicadores” pode ser visualizada no *blog* PETCOM pelo link:

<http://petcomufam.com.br/2013/06/leia-a-primeira-edicao-da-revista-comunicadores.html>

A proposta da primeira edição da Revista era apresentar o Departamento de Comunicação Social da Ufam – DECOM, para alunos que tinham acabado de entrar na Universidade, assim como aos alunos que já faziam parte do corpo discente do DECOM. A partir de um trabalho contínuo realizado no decorrer de um ano, foi produzida a segunda edição da “Comunicadores”, este número irá contemplar novos temas. Serão incluídas matérias direcionadas às produções das atividades de ensino, pesquisa e extensão desenvolvidas pelos professores do Departamento de Comunicação e pelo PETCOM.

A Revista foi concebida por alunos do curso de relações públicas integrantes do Programa de Educação Tutorial – PET e da aluna Gisella Guimarães do Programa de Educação Tutorial – PET Design.

Em relação aos públicos, encontraram-se conceitos da chamada Geração Y. Vasconcelos (2010) fala sobre essa geração ter nascido em meio à tecnologia, interatividade, hiperestimulação e ambiente digital. Fortes (2003) incrementa sobre a comunicação virtual, no aspecto da abordagem de três especificações: a *interatividade*, *interface* e *usabilidade*. Ou seja, a partir de um instrumento de comunicação no ambiente virtual destacam-se as atividades de relacionamento com os públicos estratégicos.

É comum, para o público da geração Y, o aceite das mudanças nos meios de comunicação, assim como das diferentes plataformas virtuais. O computador hoje é fundamental na aprendizagem e na vida digital não só do aluno, mas da sociedade atual. Fortes fala a relevância disso quanto aos relacionamentos:

“A disseminação de equipamentos eletrônicos em apoio aos programas e projetos de relacionamentos é célere e não pode ser desconsiderada pelos profissionais de Relações Públicas. Por efeito, com introdução da informática, as rotinas de comunicação são modificadas e os procedimentos de relacionamento público acabam tendo benefícios, sem alterar o seu arcabouço conceitual.” (FORTES, pág. 243, 2003).

Além da classificação dos alunos em pertencerem a Geração Y, os estudantes de comunicação também podem ser considerados *stakeholders*. Isso é devido ao produto ser e estar livre no ambiente digital, não ser submetido a nenhum sistema de *intranet* e alunos de outras instituições de ensino assim como qualquer pessoa interessada no universo acadêmico poder acessar o conteúdo produzido pela Revista “Comunicadores” no *blog* PETCOM. Significa que o público da “Comunicadores” pode se mostrar amplo, no entanto, são os alunos de comunicação que representam o público de interesse, classificando-os então como *stakeholders*. Segundo Grunig (2009) os *stakeholders* são pessoas que podem

ser afetadas pelas decisões estratégicas da organização. É classificado como uma categoria que frequentemente é principal fator para os programas de relações públicas.

À medida que gestores de relações públicas desenvolvem programas de comunicação para os *stakeholders*, eles podem melhorar a probabilidade de gerar uma comunicação bem sucedida ao segmentá-los em componentes passivos e ativos. Públicos ativos influenciam a organização mais do que os passivos. Quando apoiam a organização, o fazem de maneira muito mais ativa. A comunicação com os públicos ativos é mais fácil porque eles buscam informação, ao contrário dos públicos passivos, que esperam calmamente por ela. (GRUNIG, p. 85, 2009).

Isso pode ser interpretado pelo fato do instrumento de comunicação apresentado não limitar-se aos alunos de comunicação da Ufam. Independente de o produto estar hospedado num *blog* institucional do curso de Comunicação, qualquer pessoa terá acesso. Pode considerar então que os públicos ativos são os alunos do curso de comunicação da Ufam, que buscam respostas e informações acerca do que acontece de ensino, pesquisa e extensão no DECOM e os passivos seriam os alunos de outras universidades ou qualquer leitor do *blog* PETCOM que não buscam e sim assistem o que se é produzido. Por um lado, ambos podem questionar a legitimidade da organização, submetendo o trabalho de relações públicas para esclarecer as controvérsias, por outro, o objetivo da “Comunicadores” se mostra direcionado na disponibilização de informações para o público ativo, alunos do curso que buscam interesse pelas atividades do Departamento, públicos estes que inclusive, sofrerão qualquer tipo de mudanças nas tomadas de decisões do Departamento de Comunicação Social da Ufam.

Na primeira edição da “Comunicadores” foram aplicados questionários nas salas de aula com os alunos de jornalismo e relações públicas, do segundo ao oitavo período, a respeito da mídia mais utilizada por eles, se era online ou impressa, sobre o que conheciam do Departamento, se participavam de algum grupo de pesquisa e ainda, quais deles iriam participar do Intercom regional e nacional 2013. No total, foram 81 questionários respondidos. Como o tema também era sobre o DECOM, foi identificada a falta da disponibilização de informações do Departamento para os alunos e que isso deveria ser feito numa plataforma mais familiarizada pelos estudantes, neste caso, seria a *Web*.

“A web é um meio de comunicação que compõe e pode potencializar o relacionamento das organizações com seus públicos. Vem se destacando como uma importante mídia na sociedade atual. Em função disso, faz-se necessário estudar de que maneira esse instrumento pode contribuir como forma de relacionamento da

organização (pública ou privada) com seus públicos.” (KUNSCH, 2007).

2. OBJETIVO

A Revista *Comunicadores* tem como objetivo a propor um instrumento de comunicação que favoreça o compartilhamento e divulgação de informações relacionadas ao ensino, pesquisa e extensão do curso de comunicação da universidade.

A Revista digital será hospedada no *Blog* institucional PETCOM. É direcionada aos docentes e estudantes universitários, mas não possui um público específico, as editorias constituídas e o conteúdo exibido pode despertar interesse dos professores e alunos da Ufam, além de outras instituições de ensino.

Em relação ao conteúdo são produzidas matérias sobre os projetos de ensino, pesquisa e extensão desenvolvidos no PETCOM e DECOM, realizados pelos professores da Ufam.

3. JUSTIFICATIVA

A partir da análise da pesquisa realizada com os estudantes do segundo ao oitavo período dos cursos de Jornalismo e Relações Públicas, em janeiro de 2013, identificou a dificuldade de comunicação, no que diz respeito à circulação de informações de natureza acadêmica para os alunos. A importância da criação de um produto institucional por parte do PETCOM, em que reunisse todas as informações pertinentes aos alunos em um instrumento de comunicação familiarizado por eles, resultou num estudo aprofundado sobre como criar um produto que atenda o interesse desse público.

Preocupados em estabelecer um contato satisfatório com os estudantes de comunicação da Universidade, estabeleceu a criação de um produto digital que ficasse disponível no *Blog* do Programa. A iniciativa do Programa em trabalhar com produtos digitais gerou a necessidade da concretização de duas metas: estabelecer a maneira de se alcançar os *stakeholders* da *Comunicadores* e relacionar o universo da internet para isso. Segundo Margarida Kunsch (2007) o resultado do avanço tecnológico nas telecomunicações, imprensa, rádio, televisão, computadores e internet representa um novo processo de comunicação social, destacando a plataforma *web* como exemplo de transformação nessa recente sociedade midiática.

Sobre a gestão estratégica de relações públicas, essa revista revela o exercício da atividade de relações públicas dos petianos no PETCOM ao justificar a criação de um produto institucional que vem a ser trabalhado num ambiente da comunicação recente e desafiador, o qual nas últimas décadas esteve em expansão e faz parte da sociedade atual: a internet. A comunicação *on-line*, por meio das redes de computadores e de satélites, passa a fazer parte

do cotidiano das pessoas e da vida das organizações. (KUNSCH, pag. 5,2007). A criação desse produto fez com que os petianos de relações públicas e design compreendessem a necessidade de compartilhamento e articulação dos conhecimentos teóricos adquiridos na Universidade.

4. MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Pelo fato do PETCOM integrar alunos dos dois cursos de comunicação social da Ufam, sempre haverá a necessidade de se criar produtos de relações públicas e jornalismo. Direcionando para o campo de relações públicas, o produto institucional pode ser considerado o mais adequado. Kunsch (2007) diz que a partir das contínuas pesquisas elaboradas para os públicos direcionados de certa organização, a comunicação pôde se assumir necessária, sendo mais utilizada, principalmente na gestão e divulgação institucional. E foi o que aconteceu.

Nesta segunda edição da Revista “Comunicadores” foram aplicados recursos audiovisuais de comunicação. Um exemplo é o fato de que ao mesmo tempo em que se lê o editorial, poder a partir de um clique, acompanhar um vídeo⁸ de apenas 1m e 26s explicando o que irá conter na revista de uma forma mais extrovertida, com objetivo de chamar atenção do público principal que são os alunos do curso de comunicação da Ufam.

A partir das pesquisas bibliográficas sobre conteúdo institucional e a produção dos petianos jornalistas do livro digital *Cinema de Animação – Guia de referências*, os petianos de relações públicas propuseram a criação de um instrumento de comunicação, uma Revista institucional também digital direcionada para os alunos do curso de comunicação da Ufam. O trabalho da primeira edição foi concluído e bem aceito por alunos e professores do Departamento de Comunicação Social da Ufam – DECOM.

Para a produção da segunda edição da Revista digital foram produzidas entrevistas com alunos e professores do DECOM. Nas editorias de Eventos e Ensino foram entrevistados os vencedores do Expocom 2013, alunos do 6º período de relações públicas e jornalismo e as professoras que aplicaram as atividades exibidas nas matérias. Os outros assuntos surgiram a partir do conteúdo desenvolvido no Programa. As editorias de Pesquisa, Extensão e Fora da Sala de Aula apresentaram depoimentos dos petianos sobre suas respectivas atividades, seja na produção individual ou em grupo.

⁸O vídeo pode ser visualizado no canal do PETCOM no *youtube* pelo link:
<https://www.youtube.com/watch?v=fn7t6Ihvx4&list=UU6R2PKfIH5Uu0w3o7xNXcig>

Para a realização do vídeo de apresentação da Revista digital foi necessária a elaboração de um roteiro. Foram dois dias de gravação na própria universidade e contou com a fala de duas alunas, direção de fotografia e vídeo, todos os itens desenvolvidos por integrantes do Programa. Quanto às parcerias, o aluno Saulo Monte integrante do ECOEM - Programa de Mídias Digitais da Ufam fez uma sessão de fotos que foram utilizadas na capa. A petiana do Programa de Educação Tutorial de Design – PET Design, Gisella Guimarães ficou a cargo, da diagramação e arte. A animação ficou por conta do PETCOM, Gabriel oliveira e Daniella Lima já estão na fase final.

As editorias dessa edição são as mesmas da edição anterior, a diferença foi a exclusão de uma, Universidade, a última por manter o mesmo conteúdo ficaria repetitivo. Na primeira edição da *Comunicadores* apresentaram-se seis editorias e matérias, respectivamente: Eventos: Ufam sediará o Congresso Brasileiro da Comunicação. Conversou-se com os alunos que ganharam o Intercom regional 2013; Pesquisa: O que há de Pesquisa no DECOM? Apresentaram-se os grupos de pesquisa e as linhas de mestrado do Departamento; Universidade: Um pouco mais sobre a Ufam. Falou sobre a Universidade; Ensino: Novidade, Inovação e Renovação. Abordaram-se as atividades desenvolvidas nas salas de aula pelos alunos de jornalismo e relações públicas; Extensão: PET, ACE, ECOEM, UNILIVRE... O que é isso? Conceituaram-se os grupos e atividades de extensão do Departamento; e Fora da Sala de Aula: Conheça algum dos nossos comunicadores. Apresentaram-se alunos integrantes de projetos do DECOM, seja na área de pesquisa ou extensão.

5. DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

A segunda edição da revista *Comunicadores* elaborou cinco editorias com o total de nove matérias. Em parceria com o PET Design essa edição irá propor uma diagramação animada a partir da utilização do programa *Flash*. A primeira parte da diagramação já foi concluída pela petiana de Design Gisella Guimarães. A partir das oficinas ministradas por ela, a equipe do PETCOM pôde trabalhar efeitos de arte e animação na “Comunicadores”.

O número de páginas corresponde a 30. A revista é anual. O lançamento da “Comunicadores” sempre acontece no evento de acolhida aos calouros, buscando mais um público, alunos que acabam de entrar na Universidade. Independente de ser anual, por hospedar-se no ambiente digital, as modificações serão feitas regularmente, de acordo com a necessidade de atualizar as informações pertinentes do DECOM.

Voltando para sua estrutura, na editoria de Eventos falou-se sobre o mesmo tema da edição anterior, sendo que agora, Joana Rebouças e Thaís Bentes mostraram os vencedores do Intercom Nacional, o último acontecido na Ufam, em setembro de 2013, o nome da matéria foi “INTERCOM: Vencedores do maior congresso de Comunicação da América Latina”. Quanto às entrevistas será necessário clicar na foto dos alunos para visualizar os depoimentos e ainda na primeira página, para saber o que é o Intercom, basta clicar na *logo* que surgirá a resposta. A próxima editoria é a de Pesquisa, na qual é falado sobre o que há de pesquisa no PETCOM. Contou-se com as pesquisas de dois petianos – “O lugar da comunicação no teatro” – Jéssica Amorim e “Quando o cinema encontra quadrinhos e *videogames*” – Gabriel Oliveira.

Na editoria de Ensino abordaram-se as atividades desenvolvidas por alunos e professores, dos cursos de jornalismo e relações públicas. Com o título: Eu gosto do que eu aprendo! Swenny Azevedo escreveu sobre duas atividades, a primeira sobre o “Educandário Gustavo Capanema”, dos alunos do 6º período de relações públicas. A animação, nesse caso, se dá ao clicar na imagem e aparecer o depoimento da professora responsável pela disciplina. A segunda atividade desenvolvida pelos alunos do 6º período de jornalismo é sobre “Os contos sonoros – uma experiência em *podcast*”, ao clicar em *podcast* surgirá seu conceito. Logo depois apresentou a editoria de Extensão com a matéria da Alice Rosas sobre a Atividade Curricular de Extensão – ACE: “*Blog* PETCOM na escola”.

Por fim, a última e maior editoria da revista: Fora da Sala de Aula, titulada: “Eu faço parte do Petcom!” Nessa segunda edição, por incluir a apresentação do PETCOM decidiu informar os públicos estratégicos sobre os projetos desenvolvidos pelos petianos fora da sala de aula. O resultado foram três matérias, a primeira escrita pelo Victor Costa – “*Human Connection Project* – aprendizado: novas metodologias”. Exibindo o vídeo Contato⁹ e as fotos¹⁰ da trajetória dos alunos no projeto. A segunda produzida por Tiago Calado e Andréia Santos – *PET Internacional* e a terceira escrita por Thaísa Lima e Hannah Veras – *Memória Petcom*, ambos são projetos que estão na fase do planejamento de atividades. A revista contou ainda com seu vídeo de apresentação com duração de 1 min e 26 s no editorial, dirigido por Daniella Lima. Nele, Marina Ribeiro e Thaís Bentes informaram aos

⁹O vídeo pode ser visualizado no canal do PETCOM no *youtube* pelo link: <https://www.youtube.com/watch?v=-s46UmXRjjA&list=UU6R2PKfH5Uu0w3o7xNXcig>

¹⁰As fotos podem ser visualizadas na página do *flickr* do PETCOM pelo link: <https://www.flickr.com/photos/petcomufam/sets/72157643011483604/>

leitores o que irá ser abordado na “Comunicadores”.

O diferencial desse produto digital é justamente o modo como foi diagramado e proposta de animação da revista. Por ser um produto digital, estamos em processo, especificamente na fase de animação da “Comunicadores”. Em parceria com a aluna Gisella Guimarães do PET Design, o PET Comunicação poderá desenvolver uma revista institucional digital animada a partir de três programas: primeiramente para produzir a diagramação foi utilizado o programa *Illustrator*. Agora está sendo utilizado o programa *InDesign* para incluir os áudios, vídeos, mudanças de páginas e também o *Flash* para fazer a animação.

Nesse primeiro momento, será apresentado o *storyboard* da Revista. O conteúdo do produto já está concluído, ou seja, o trabalho de relações públicas foi finalizado, pesquisas foram feitas, diagnósticos concebidos, estratégias de comunicação executadas. No entanto, como a “Comunicadores” lançará sua segunda edição no fim de maio de 2014, no evento de acolhida aos calouros, e sua animação está em processo, ela ainda não foi disponibilizada na Internet, especificamente, no *Blog PETCOM*.

Portanto, serão encaminhados três arquivos: o primeiro com ela no *Flash*, com os vídeos, as mudanças de páginas e as animações principais, o segundo com a animação em *storyboard*, explicando quais e onde serão apresentadas as entrevistas fora do corpo do texto no *Illustrator*, e o terceiro será um arquivo em PDF com os links dos vídeos em HD exibidos no *youtube* da Revista, as fotos no *flickr*, a primeira edição da “Comunicadores” e uma página online provisória para a visualização imediata. No Intercom Norte 2014 será apresentado o material *online* no *blog PETCOM*, com a fase de animação concluída, mas depois será retirado e somente hospedado no dia do seu lançamento, no evento de acolhida aos calouros, no fim de maio.

6. CONSIDERAÇÕES

A revista digital “Comunicadores” procurou inovar o máximo possível no que diz respeito ao relacionamento com seus *stakeholders*. O fato de apresentar-se no ambiente digital já mostra seu diferencial e ter a possibilidade de aplicar as renovações regularmente e a cada edição é ainda mais inovador.

Por fim, esse produto institucional apresentou sua relevância na aceitação do público quanto à sua primeira edição, fato diagnosticado pela avaliação de sua hospedagem no *Blog PETCOM* e a repercussão manifestada na fan page do Programa. A “Comunicadores” está em contínuo processo, em cada edição será feita uma nova abordagem. Independente do público, o Programa de Educação Tutorial de Comunicação Social sempre estará satisfeito

em produzir, criar e tirar dúvidas de qualquer aluno de comunicação, inclusive calouros que chegam à universidade sem informação nenhuma e até mesmo um leitor do *blog* PETCOM que é totalmente avesso a realidade da academia. Pretende se manter o equilíbrio de exibir informações pertinentes ao corpo docente e discente do DECOM, não limitando-os, pelo contrário, a “Comunicadores” se preocupa em expor um produto dinâmico, atrativo e com conteúdo relevante para seus públicos de interesse. E o mais importante, deve-se levar em conta a intenção dos estudantes de relações públicas integrantes do PETCOM assim como a produção da revista pelos PET de Design em elaborar um instrumento de comunicação com o objetivo de atuar estrategicamente a partir do gerenciamento da comunicação e o compartilhamento de informações pertinentes da Universidade entre seus *stakeholders*.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

GRUNIG, James E. **Relações Públicas: teoria, contexto e relacionamentos/** James E. Grunig, Maria Aparecida Ferrari, Fábio França. – 1. Ed. – São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2009.

FORTES, Waldyr Gutierrez. **Relações Públicas – processo, funções, tecnologia e estratégias/** Waldyr Gutierrez Fortes – 3 ed. rev. – São Paulo: Summus, 2003.

ALVAREZ, Luciana. **O jeito nova geração.** Revista Educação. São Paulo, 2013. Disponível em: < <http://revistaeducacao.uol.com.br/textos/198/o-jeito-nova-geracao-298693-1.asp>>. Acesso em fevereiro de 2014.

VASCONCELOS, A. et al. **A Geração Y e suas Âncoras de Carreiras.** Pernambuco, 2010. Disponível em: < <http://www.revista.ufpe.br/gestaoorg/index.php/gestao/article/viewFile/197/178>>. Acesso em fevereiro de 2014.

TERRA, Carolina Frazon. **Comunicação Corporativa Digital: o futuro das relações públicas na rede.** São Paulo, 2006. Disponível em: < http://www.pos.eca.usp.br/sites/default/files/file/bdt/2007/2007-me-terra_carolina.pdf>. Acesso em março de 2014.

KUNSCH, Margarida M. Krohling. **Comunicação Organizacional na era digital: contextos percursos e possibilidades.** 2007. Disponível em: < http://randolph.com.br/uniso/wp-content/uploads/2012/09/comunicacao_organizacional_digital.pdf>. Acesso em março de 2014.