

Planejamento de Comunicação Integrada: Rádíoweb Híbrida ¹

Valéria Caroline Santos dos Santos ²
Gustavo Henrique Sampaio Martins ³
Jefferson Saylor Lima de Sousa ⁴
Juara Castro da Conceição ⁵
Walter Peixoto Almeida Neto ⁶
Bruna Rafaella Almeida da Costa ⁷
Rosinete de Jesus Silva Ferreira ⁸

Universidade Federal do Maranhão – UFMA, São Luís, MA

RESUMO

A proposta deste trabalho é desenvolver um Planejamento de Comunicação Integrada para a Rádíoweb Híbrida. Um projeto de pesquisa que propõe a implantação de uma rádio web com o objetivo de ser parte integrante das práticas do laboratório de rádio do curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Maranhão. O projeto conta com a participação de professores, discentes, pós-graduandos egressos dessa universidade e técnicos administrativos. As atividades de pesquisa pretendem proporcionar: melhor conhecimento dos meios de comunicação educativos; espaço de experimentação tecnológica; desenvolvimento de produtos; e conteúdos para web.

PALAVRAS-CHAVE: Planejamento; Comunicação Integrada; Rádíoweb.

1 INTRODUÇÃO

O rádio como meio de comunicação tem uma importância fundamental na vida do cidadão e da comunidade a que ele pertence. Nos dias atuais identificamos sua onipresença que o faz mais atual do que nunca, como a sua versão na web e nos celulares. Como diz Sousa *apud* Prata (2010), “a tecnologia de comunicação móvel tem poderosos efeitos sociais ao generalizar e aprofundar a lógica em rede que define a experiência humana do nosso tempo”.

Compreendemos que é justificada a existência de uma rádio no meio acadêmico devido à divulgação da produção universitária, a canalização da política de extensão das

¹ Trabalho submetido ao XXI Prêmio Expocom 2014, na Categoria Produção Transdisciplinar, modalidade Projeto de Comunicação Integrada (avulso);

² Aluna líder do grupo e estudante do 7º período do Curso de Comunicação social – Rádio e Tv, email: valerias@outlook.com

³ Estudante do 6º. Semestre do Curso de Comunicação Social – Rádio e TV, email: gustavohsm1@hotmail.com

⁴ Estudante do 5º. Semestre do Curso de Comunicação Social – Rádio e TV, email: jeffersonsaylor@hotmail.com

⁵ Estudante do 7º. Semestre do Curso de Comunicação Social – Relações Públicas, email: juaracastro@gmail.com

⁶ Estudante do 7º. Semestre do Curso de Comunicação Social – Rádio e Tv, email: walter.90almeidqa@gmail.com

⁷ Co-orientador do trabalho. Técnica do Laboratório de Rádio do Curso de Comunicação Social, email: brunaalmeida87@gmail.com

⁸ Orientadora do trabalho. Prof. Drª do Curso Comunicação Social, email: roseferreira@uol.com.br

universidades, a atividade laboratorial e a democratização da comunicação e do conhecimento.

É com este objetivo que Projeto Rádio Web Híbrida surgiu, para congrega professores e alunos em torno do ensino, pesquisa e extensão. O projeto nos coloca em uma posição de produção e análise de conteúdo que, ao oferecer o produto rádio web, liga a dinâmica do Curso de Comunicação nas suas três habilitações: Jornalismo, Rádio e TV e Relações Públicas.

O projeto Rádíoweb Híbrida é uma iniciativa de alunos e professores do curso de Comunicação Social que sentiram a necessidade de iniciação da pesquisa tanto nas plataformas, quanto na linguagem tecnológica, sobretudo no espaço virtual. Mas, para que o objetivo fosse alcançado era necessário financiamento. A grande verdade é que nenhuma organização consegue alcançar ou gerar por si só todos os recursos necessários à sua expansão e sobrevivência. Hoje, o projeto conta com o financiamento da Fundação de Amparo a Pesquisa do Estado do Maranhão (FAPEMA). Através deste financiamento foi possível adquirir e instalar os equipamentos necessários para o funcionamento da rádio, com isso, iniciaram-se os trabalhos de produção teórica e a elaboração de peças radiofônicas.

A comunicação é um processo vital para qualquer organização que deseja construir uma imagem sólida diante do mercado, sendo assim, Sant'anna (2002), a define como um processo de transmitir e compartilhar ideias entre indivíduos, apresentando-se como um processo vital para o ser humano. Sua importância é evidenciada na vida em sociedade ou como forma de sobrevivência, mas ela também tem importância nas atividades empresariais e organizacionais. O processo de construção e manutenção de uma imagem consistente é muito importante para qualquer empresa. Mas, para isso, faz-se necessário investimento e planejamento estratégico de comunicação integrada para se atingir os públicos de interesse. Segundo Bueno (2002), o papel relevante da Comunicação Integrada é o de articular esforços, estratégias e produtos de comunicação, com a finalidade de agregar valor a uma marca e consolidar uma imagem.

Considerando a importância de um plano de comunicação, percebemos a necessidade de a Rádio Web Híbrida possuir um planejamento estruturado para que seus objetivos de ensino, pesquisa e extensão, sejam alcançados. Partindo da ideia de que a comunicação é fundamento crucial para o sucesso das organizações, pressupõe-se que o caso do projeto duplica-se, pois se trata de um meio de comunicação, que aplica como matriz a própria comunicação em todos os seus âmbitos. Para atender as especificidades da Rádio Web, a política de comunicação aqui defendida será a que envolverá estratégias em conjunto das diversas áreas da comunicação

como: marketing, jornalismo, relações públicas e publicidade e propaganda. A comunicação integrada trabalha várias mídias com o mesmo conceito e propõe ações para atender as necessidades das organizações.

2 OBJETIVO

Desenvolver através de planejamento estratégico a melhor forma de divulgar e, potencializar as ações da Rádio Web Híbrida, um projeto de pesquisa e laboratorial do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Maranhão.

3 JUSTIFICATIVA

Uma organização que não visa ao lucro deve, ainda assim, interessar-se por um Plano de Comunicação Integrada, pois é através do plano que a organização torna-se mais eficaz na obtenção de seus objetivos. Os objetivos envolvem o aperfeiçoamento da missão educacional da Rádio Web Híbrida, a relação e satisfação entre seus públicos, a eficiência de suas atividades e a atração de novos recursos. O Planejamento de Comunicação proporcionará a Rádio Web Híbrida uma sequência de ações em mídia que promoverá a rádio perante o público, além de desenvolver produtos específicos para o segmento.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Planejar é a melhor forma de adquirir resultados positivos, pois evita decisões precipitadas e direciona as ações de comunicação de uma forma precisa e eficaz. Conforme afirma a autora Kunsch (2003, p. 216), “a atividade de planejar evita que ações das organizações sejam executadas ao acaso, sem qualquer preocupação com a eficácia e a efetividade para o alcance dos resultados”.

Uma marca, por exemplo, pode possuir um alto valor agregado, ser de alta qualidade e relativamente valorizada, e, mesmo assim, não conseguir atingir seus objetivos de vendas e lucro se os clientes em potencial não a conhecer ou não tiver uma percepção favorável a seu respeito. A comunicação eficaz é fundamental para a criação da consciência da marca, visando estabelecer uma imagem positiva, baseada em sua identidade corporativa, representada por seus produtos, serviços, soluções e benefícios oferecidos.

Segundo Ackoff *apud* Lupetti (2000, p. 81): “Planejamento é um processo de estabelecimento que se destina a produzir um ou mais estados futuros desejados que não devam ocorrer, a menos que alguma coisa seja feita”. Ou seja, construir algo pensando no

futuro, pensando nos percalços que pode advir até que o objetivo seja alcançado, é construí-lo para obter sucesso.

De acordo com as teorias discutidas anteriormente, observa-se que planejar é a melhor forma de adquirir resultados positivos. O projeto apresentado envolve os alunos das três habilitações do Curso de Comunicação Social da UFMA, na certeza que trará contribuições de todo o campo da comunicação de forma a dinamizar o projeto Rádio Web Híbrida.

O objetivo da Rádíoweb Híbrida é pesquisar novos produtos e linguagens que possam ser utilizadas no contexto da rádio web. Nesse sentido, além da pesquisa bibliográfica sobre o assunto, será necessária a realização de experiências com novos formatos e linguagens no espaço virtual. Pretendemos com o Planejamento de Comunicação Integrada, dar início à inserção da Rádio Web Híbrida como uma instituição de pesquisa, ensino e extensão, onde serão desenvolvidos produtos radiofônicos como programas, podcasts, formatos publicitários, repositórios de textos e experimentos que envolvam formatos e linguagens ainda não consolidadas por essa nova mídia. Para sermos, então, reconhecidos como um novo campo de pesquisa dentro da universidade, abrangendo assim o conhecimento da comunidade acadêmica e contribuindo para a inclusão e a inovação social.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Para Martins (1999, p. 72), planejar é “... tentar, previamente, orientar os acontecimentos no sentido que desejamos para obter os resultados que desejamos”. Portanto, planejar, define quais os veículos ou ferramentas de comunicação a serem utilizadas para cada situação.

Nesse contexto, pode-se destacar a publicação de jornais e revistas periódicas, boletins eletrônicos e sites institucionais. O trabalho de agência de notícias para os veículos internos e externos (dentre as demais ações de Assessoria de Imprensa), as campanhas publicitárias institucionais e de serviços específicos. Outra frente de atuação diz respeito à promoção e organização de eventos, realização e análise de pesquisas de imagem.

Com base nisso foram definidas as ações de comunicação para a Rádio Web Híbrida com o intuito de dar maior visibilidade ao projeto, fortalecendo os parceiros já existentes e atraindo novos investidores para dar maior sustentabilidade ao trabalho realizado pela entidade. A ideia destas ações de comunicação é fortalecer e aprimorar a imagem do projeto

e melhorar o vínculo de relacionamento com seus públicos de interesse. Dentre todos os públicos, foram selecionados os prioritários e secundários a partir dos objetivos de marketing e de comunicação:

- Primário: discentes e docentes do curso de Comunicação Social e parceiros.
- Secundário: Alunos da UFMA e membros da comunidade sitiada ao redor da universidade.

Utilizamos da principal ferramenta do projeto, a web, como ponto central do planejamento. A partir da web, montou-se uma plataforma de ações que se desdobraram na utilização de diversos elementos do mix de comunicação. Abaixo apresentam-se as principais estratégias e ações elaboradas para a Rádio Web Híbrida:

ESTRATÉGICA	DESCRIÇÃO	AÇÃO
Identidade Visual (Branding)	Este item é fundamental para dar unidade estética e conceitual à proposta institucional do projeto.	Ação 1: Construção do manual de marca.
Propaganda	Por se tratar de um plano na qual é preciso difundir os conceitos do projeto, optamos pela propaganda massiva como opção para trabalhar em eventos, utilizando fôlderes, <i>flyers</i> , cartazes e redes sociais.	Ação 1: Desenvolvimento de <i>flyers</i> . Ação 2: Desenvolvimento de fôlderes. Ação 3: Desenvolvimento de cartazes para serem utilizados em eventos de que a rádio participe.
WEB	É o principal canal de comunicação. Aqui, é possível que o público acesse os canais de informação digitais e saibam detalhes a respeito das principais notícias e projetos da Rádio.	Ação 1: Criação do site de acordo com a identidade visual da rádio. Ação 2: Desenvolvimento e atualização do blog. Ação 3: Desenvolvimento da sua <i>fanpage</i> no Facebook e twitter.
Assessoria de Comunicação	Ter uma equipe voltada para planejar e organizar todas as ações do projeto, além de realizar a ligação entre a rádio e o público.	Ação 1: Estruturar as principais ideias e programações para todas as atividades futuras.

O primeiro passo a ser feito é criar uma identidade visual para a rádio web. A construção da identidade visual é um fator primordial. É papel da Comunicação Visual trazer o esclarecimento do status e o valor agregado da marca e o reconhecimento do

público. É na leitura visual que os consumidores reconhecem qual o universo, o ambiente, a forma, o jeito de ser daquela marca.

Feito isto, é preciso formular o site com a identidade visual do projeto. No site estarão disponíveis, para download, os programas da grade da rádio, além disso, os interessados se manterão informados de todos os acontecimentos da instituição, sendo este um meio de fácil acesso para muitas pessoas. Através deste meio de comunicação a sociedade poderá conhecer toda a história do projeto. Neste contexto, o site se torna uma mídia virtual com grande força que pode atrair vários públicos diferentes e de longa distância.

As redes sociais também são de suma importância, pois facilitam a interação entre os ouvintes e a rádio. Possuem um caráter imediatista, principalmente por serem dotadas de ferramentas de compartilhamentos que divulgam rapidamente as mensagens.

Produtos impressos são importantes ferramentas para divulgar qualquer instituição, seja ou não de fins lucrativos. As mídias alternativas como *flyer* e folder serão utilizadas principalmente para a divulgação dos eventos que a equipe da rádio web promoverá. Além disso, elas podem ser feitas para divulgação da programação da rádio.

A Assessoria de Comunicação é outra ferramenta dentro do composto de Comunicação desenvolvido para as organizações. A assessoria terá a função de representar a instituição, ficando responsável pela divulgação da imagem, da missão e das ações e objetivos estratégicos da rádio web.

Todas as ações serão realizadas pelos integrantes do Projeto de Pesquisa Rádio Web Híbrida, dentre eles encontram-se estudantes de Jornalismo, Relações Públicas e Rádio e Tv, servindo como laboratório, de forma a aperfeiçoar seus conhecimentos e habilidades nas áreas acima descritas.

As ações de comunicação serão direcionadas e definidas para cada tipo de público. Como o Projeto não dispõe de verba fixa destinada para a comunicação, todas as ações postas neste plano de comunicação serão aplicadas conforme captação de recursos através de empresas parceiras.

6 CONSIDERAÇÕES

É através de uma comunicação integrada que se alcança espaço na mente do público-alvo, garantindo uma relação interativa de troca, seja de experiências, valores, comportamentos, entre outros. A comunicação integrada possibilitará à Rádio Web Híbrida

cada vez mais credibilidade e visibilidade, se tornando uma referência para outras instituições e para a imprensa.

Entendemos que um projeto social, educacional, institucional ou mercadológico sem uma comunicação eficaz não perde sua viabilidade, porém, pode não gerar os resultados esperados ou mesmo o impacto que se deseja junto à sociedade.

Procuramos desenvolver um Planejamento de Comunicação para uma rádio web por acreditarmos que a comunicação é uma ferramenta extremamente necessária para entidades sem fins lucrativos. Não apenas por uma questão de sobrevivência, mas também como forma de alcance de seus objetivos estratégicos através da comunicação integrada.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BUENO, Wilson da Costa. **Comunicação e gestão empresarial: cenários contemporâneos**. In: Comunicare. São Paulo: Faculdade Cásper Líbero / Editora Paulus, 1o semestre de 2002.

KUNSCH, Margarida. **Relações públicas e modernidade: novos paradigmas na comunicação organizacional**. São Paulo: Summus Editorial, 1997.

LUPETTI, Marcélia. **Planejamento de Comunicação**. São Paulo: Futura, 2000.

MARTINS, Zeca. **Propaganda é isso aí**. São Paulo: Futura, 1999.

PRATA, Nair. **A webrádio e geração digital**. In: E o rádio?: Novos Horizontes Midiáticos. Porto Alegre: Edipucrs, 2010.

SANT'ANNA, Armando. **Teoria, técnica e prática da propaganda**. São Paulo: Pioneira, 2002.