

Produto de Comunicação digital da Agência Experimental de Comunicação da Universidade Feevale ¹

Fernanda HAUBERT²

Júlia Schuh dos REIS³

Aline DEWES⁴

Christine BAHIA⁵

Universidade Feevale, Novo Hamburgo, RS

RESUMO

Os produtos de comunicação digital tem se tornado os meios de comunicação mais efetivos nos dias de hoje. Desta maneira a Agência Experimental da Comunicação da Universidade Feevale - AGECOM - vem usando essas ferramentas de modo a divulgar tantos os seus trabalhos, como também assunto competentes aos Cursos de Jornalismo, Publicidade e Propaganda e Relações Públicas, além de promover uma interação maior com os públicos da própria universidade e de outras instituições. As mídias de caráter institucional são administradas pelos estagiários e voluntários do núcleo de Relações Públicas da agência, tendo como produtos descritos neste artigo as Fan pages dos Cursos de RP, JN e PP, Fan page do evento Madrugadão, Fan page da AGECOM, Fan pages dos festivais que a agência esteve envolvida e o blogs EstaRPresente.

PALAVRAS-CHAVE: agência experimental de comunicação; comunicação digital; mídia sociais, fan page, blog.

1.INTRODUÇÃO

Com as grandes mudanças ocorridas na Web 2.0, a Agência Experimental de Comunicação da Universidade Feevale sentiu a necessidade de criar e manter produtos de comunicação digital que aproximassem tanto a Agência, seus trabalhos experimentais e projetos, com os acadêmicos dos cursos de Relações Públicas, Jornalismo e Publicidade e Propaganda, assim como, também, com outros cursos de comunicação e instituições. Desta forma, estima-se que o produto gerado consiga desenvolver a comunicação digital tanto interna da instituição, como externa através dos diversos blogs e Fan pages utilizados.

Num contexto de profundas transformações nas esferas políticas, econômica social, tecnológica e midiática, comunicar-se com competência tornou-se condição para o

¹ Trabalho submetido ao XXI Prêmio Expocom 2014, na Categoria Produção Transdisciplinar, modalidade Produto de comunicação digital.

² Aluno líder do grupo e estudante do 4º. Semestre do Curso de Relações Públicas, email: fernandahaubert@feevale.br.

³ Estudante do 5º. Semestre do Curso de Relações Públicas, email: juliaschuh@feevale.br.

⁴ Estudante do 5º. Semestre do Curso de Relações Públicas, email: alinep@feevale.br.

⁵ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo, email: christine@feevale.br.

crescimento e para a sobrevivência das organizações.
(FARIAS, 2011, p.151).

Neste artigo será descrito os produtos gerados nesta comunicação digital sendo eles: as três Fan pages dos Cursos de Comunicação, criadas pelo marketing digital da Universidade Feevale; em 2013, e administradas pelos estagiários e voluntários do núcleo de Relações Públicas dentro da AGEKOM, que ficam responsáveis de gerar conteúdo, fazer o planejamento de comunicação digital das fan e da publicação do conteúdo; o blog de Relações Públicas e Publicidade e Propaganda, EstaRPresente criado no ano de 2009 que busca publicar matérias relativas as áreas de atuação e pertinentes aos futuros profissionais; a Fan page e o blog do evento Madrugadão Feevale, usados como forma de divulgação do evento para outras instituições; e os blogs e Fan pages das participações da Feevale e dos Cursos de Comunicação no 41º Festival de Cinema de Gramado e no 19º Festival Mundial de Publicidade de Gramado no ano de 2013. Assim, os três Núcleos da Agência Experimental trabalham de forma unificada atendendo os objetivos de comunicação digital e no planejamento de comunicação.

2. OBJETIVO

Estes produtos de comunicação digital buscam proporcionar uma interação de forma eficaz entre os acadêmicos dos cursos de Jornalismo, Publicidade e Relações Públicas através dos trabalhos realizados, de forma experimental. A manutenção destes canais de comunicação entre os cursos e os acadêmicos, com assuntos de interesse dos futuros profissionais, promove e divulga, ainda, os cursos, projetos e eventos da Universidade Feevale para as demais instituições, gerando assim um produto de comunicação digital interno e externo.

3. JUSTIFICATIVA

As mídias digitais da Agência Experimental de Comunicação da Universidade Feevale tem o propósito de promover a interação da agência com seu público interno e externo. Com isto possibilita a experiência prática para os estagiários e voluntários na função de analista e gerador de conteúdo de mídias sociais através destes produtos de comunicação digital.

Todo o processo de planejamento das Fan pages e blogs são realizados com a orientação de professores coordenadores, o que proporciona aos acadêmicos uma flexibilidade maior

para desempenhar as tarefas de modo seguro, e com mais credibilidade para alcançar seu destinatário.

Percebe-se, também, a importância de mídias digitais para as organizações que desejam manter uma comunicação eficaz com seus públicos, uma vez em que são hoje consideradas uma das principais ferramentas dos comunicadores para promover e divulgar produtos de comunicação e organizações.

4. MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADAS

Desenvolvido como produto de comunicação digital interno e externo pela Agência Experimental de Comunicação da Universidade Feevale, as Fan pages e blogs são utilizados para informar, promover e divulgar as atividades experimentais tanto dos acadêmicos da instituição, quanto de diversas instituições. Com isto estas mídias digitais são alimentadas diariamente e semanalmente, conforme um pré-planejamento.

Nos blog EstaRPresente, as postagens acontecem duas ou três vezes por semana, de acordo com a demanda do curso. As postagens são efetuadas pelos estagiários do núcleo de Relações Públicas, após a supervisão dos professores orientadores e o conteúdo é realizado de forma experimental. Já, no caso das mídias sociais dos eventos como Madrugadão e dos Festivais de Cinema e Publicidade, as postagens são efetuadas próximas ao evento, sendo assim, abastecida diariamente pelos estagiários, novamente após supervisão dos professores.

As Fan pages dos Cursos de Relações Públicas, Jornalismo e Publicidade e Propaganda são alimentadas diariamente com média de duas postagens por dia. Toda semana é efetuado uma pesquisa por assuntos relevantes a cada curso. Após a filtragem é realizado, então o planejamento com todas as possíveis postagens da próxima semana, este é supervisionado pelos professores. O planejamento contém cursos, eventos, informações da área e assuntos da instituição. A Fan page da Agecom é abastecida três vezes por semana, nesta o conteúdo é relativo as atividades da Agência e a curiosidades do mundo da comunicação.

A criação dos blogs ocorreu no ano de 2009 e das fans no ano de 2011. Todo o planejamento e gerenciamento são efetuados pelos estagiários e voluntários do núcleo de Relações Públicas, Jornalismo e Publicidade e Propaganda da AGECOM.

5. DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Os produtos de comunicação digital são de cunho institucional e gerenciadas pelo alunos de Relações Públicas da Agência Experimental de Comunicação Feevale, no ano de 2013, são as seguintes:

- EstaRPresente: blog do Núcleo de Relações Públicas

O EstaRPresente é um blog institucional de Relações Públicas, criado em 2009, desenvolvido pelo Núcleo de Relações Públicas, no qual os acadêmicos do curso podem escrever matérias relativas a profissão e a área, adquirindo experiência. O blog também serve como canal de comunicação e divulgação de eventos e ações da instituição e da Agecom.

No ano de 2013, 10 acadêmicos de Relações Públicas e Publicidade e Propaganda postaram 56 matérias, com 3.996 visualizações no EstaRPresente. O mesmo está disponível em <http://rpresente.blogspot.com.br/>.



- Fan Page do Curso de Jornalismo da Feevale

Criada em abril de 2013, a página do Curso de Jornalismo da Universidade Feevale na rede social Facebook, tem o intuito de aproximar os públicos envolvidos com os cursos das áreas da comunicação da Feevale, promovendo assim o curso de graduação da instituição. Esta plataforma é utilizada para divulgação de cursos, vagas, livros, sites, concursos, congressos, seminários, eventos relacionados à área, além de atuar na valorização dos acadêmicos do curso divulgando estudantes premiados, que tem seus trabalhos expostos na mídia ou em evento.

As postagens da Fan page ficam sob responsabilidade do Núcleo de Relações Públicas da AGECOM. A página tem atualmente 510 likes e no ano de 2013 realizou 371 publicações.

Ela pode ser conferida em www.facebook.com/jornalismofeevale



- Fan page dos Curso de Relações Públicas da Feevale

Criada em abril de 2013, a página do Curso de Relações Públicas da Universidade Feevale na rede social Facebook, tem o intuito de aproximar os públicos de interesse, promovendo o curso de graduação da Instituição. Esta plataforma é utilizada para divulgação de cursos, vagas de empregos, livros, sites, concursos, congressos, seminários, eventos relacionados à área.

O Núcleo de Relações Públicas é responsável por fazer o planejamento semanal das postagens, pesquisando os assuntos competentes e relevantes ao curso de Relações Públicas e posteriormente publicá-las na página. A página tem atualmente 361 curtidas e no ano de 2013 realizou 377 publicações. Ela pode ser conferida em www.facebook.com/relacoespublicasfeevale.



- Fan page do Curso de Publicidade e Propaganda da Feevale

Criada em 18 de março de 2013, a página do curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Feevale no Facebook, tem o mesmo objetivo das Fan pages de Relações Públicas e Jornalismo, porém foi criada antes como um projeto piloto.

O núcleo de RP é responsável por fazer o planejamento semanal das postagens e o núcleo de PP cria cards e outros materiais para a Fan page. A página tem 634 curtidas e no ano de 2013 realizou 299 publicações.

Ela pode ser conferida em www.facebook.com/publicidadeepropagandafeevale.



- Fan page e blog do Madrugadão Feevale

Criada em 14 de setembro de 2011, a Fan page do evento anual Madrugadão Feevale busca promover, divulgar e integrar o pré, durante e pós evento para o público de interesse.

O núcleo de Relações Públicas é responsável por fazer o planejamento semanal das postagens, pesquisando os assuntos competentes e relevantes tanto ao tema do evento quanto a divulgação para as equipes e interessados. Ao núcleo de Publicidade cabe a criação de cards para facilitar a divulgação da Fan page. Ela conta atualmente com 1.249 curtidas e durante o ano de 2013 realizou 147 publicações.

Ela pode ser conferida em www.facebook.com/MadrugadaoFeevale.



Outra mídia utilizada no evento é o blog do Madrugadão, criada em 2011. O blog é utilizado para divulgações do evento e textos informativos sobre as etapas do evento, além de divulgar no blog os nomes das equipes, dos apoiadores e patrocinadores, monitores e staffs do evento.

O Núcleo Relações Públicas são responsáveis por gerar conteúdo e fazer as postagens. No ano de 2013 foram feitas 55 postagens. O blog pode ser conferido em <http://madrugadao-feevale.blogspot.com.br/>

- Fan page e blog Feevale no Festival de Cinema de Gramado

Para divulgar a participação dos acadêmicos dos Cursos de Comunicação no 41º Festival de Cinema de Gramado, nos dias 12 a 16 de agosto de 2013, foram utilizadas a Fan page e o blog Feevale no Festival de Cinema de Gramado.

A fan page foi criada no dia 13 de julho de 2011, nela além de divulgar a participação e gerar conteúdo, serviu com link com as matérias postadas no blog. A geração de conteúdo e

as postagens ficaram sob-responsabilidade do núcleo de Relações Públicas. No ano de 2013 foram feitas 25 postagens tendo mais de 1.000 visualizações. A Fan page pode ser conferida em www.facebook.com/FeevalenoFestivaldeCinemadeGramado.



O blog, também criado em 2011, serviu como plataforma de postagens das matérias produzidas no festival de forma experimental. No ano de 2013 foram realizadas 40 postagens com 951 visualizações. O blog pode ser conferido em <http://feevalenofestivaldecinema.blogspot.com.br/>

- Fan Page e blog Feevale no Festival de Publicidade

Para divulgar a participação dos acadêmicos dos Cursos de Comunicação no 19º Festival Mundial de Publicidade de Gramado, nos dias 5 a 7 de junho, foram utilizadas a Fan page e o blog Feevale no Festival Mundial de Publicidade.

A Fan page foi criada no dia 17 de agosto de 2011, com os mesmo objetivo da fan page e blog Feevale no Festival de Cinema de Gramado. No ano de 2013 foram feitas 24 postagens tendo 500 visualizações. A fan page pode ser conferida em www.facebook.com/FeevaleNoFestivalMundialdePublicidade.



O blog, também criado em 2011, no ano de 2013 foram realizadas 25 postagens com 579 visualizações. Ele pode ser conferido em:

<http://feevalenofestivalmundialdepublicidade.blogspot.com.br/>.

6. CONSIDERAÇÕES

A importância de uma boa comunicação dentro dos processos sociais do dia a dia dos acadêmicos é de extrema importância, principalmente na era da Web 2.0.

Web 2.0 refere-se a uma relação de característica que supostamente diferenciam novos sites e plataformas daqueles que naufragam como o estouro da bolha da internet na virada do século XX para o XXI (SPYER, 2007, p.28).

Durante o processo de desenvolvimento, gerenciamento e planejamento dos produtos de comunicação digitais da AGECOM, consegue-se experimentar na forma prática os resultados da verdadeira importância de se estar muito bem informados das atividades recorrentes da área de comunicação. Além disso, possibilita integrar a informação do público interno da instituição, sendo eles os acadêmicos dos cursos, e do público externo, instituições de ensino do estado.

Para aqueles que o gerenciam estas mídias acabam por construir progressos no caráter profissional tornando, também, uma forma de adquirir experiência e conhecimento da função de analista e gerador de conteúdo de mídias, principalmente institucionais. Além disso, as postagens das fan pages e dos blogs, quase diariamente possibilitam que os acadêmicos dos cursos de comunicação consigam vislumbrar aquilo que é produzido pelos alunos experimentais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

FARIAS, Luiz Alberto. Relações públicas estratégicas: técnicas, conceitos e instrumentos. São Paulo: Summus, 2011.

GIL, Antônio Carlos. Gestão de pessoas: enfoque nos papéis profissionais. São Paulo: Atlas, 2001.

SPYER, Juliano. Conectado: O que a internet fez com você e o que você pode fazer com ela. Rio Janeiro: Zahar, 2007.