



## **Evolução e prática ao longo de 15 anos da revista RP Alternativo<sup>1</sup>**

Valéria Romano UCHOA<sup>2</sup>  
Amanda Lea Soares BARBOSA<sup>3</sup>  
Ana Carolina Rocha ARANHA  
Bruna Sampaio de CARVALHO  
Débora Andréa SOUZA  
Felipe Oliveira FERNANDES  
Joabe Alves de SOUZA  
Leonel Costa SENA  
Marcela Coêlho de SOUSA  
Nayara Chaves FERREIRA  
Regiane Ferreira BASTOS  
Renato Vilar Sa PEREIRA  
Sabrina de Souza CUNHA  
Éllida Neiva GUEDES<sup>4</sup>

Universidade Federal do Maranhão, São Luís, Ma

### **RESUMO**

Este artigo objetiva demonstrar a prática vivenciada na produção da RP Alternativo, revista laboratório semestral dos alunos de Relações Públicas do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Maranhão, bem como a evolução editorial ao longo de sua existência, com ênfase na edição comemorativa aos 15 anos da publicação. Para isso, apresentam-se o histórico, os objetivos, a justificativa, as mudanças ocorridas e as etapas do processo de produção e do planejamento do evento de lançamento da revista.

**PALAVRAS-CHAVE:** Revista laboratório; RP Alternativo; processo de produção; evolução editorial.

### **INTRODUÇÃO**

Em meio às demandas do século XXI e em uma era marcada pela necessidade de construir relacionamentos, é imprescindível que os futuros profissionais de Comunicação estejam preparados para utilizar os canais de comunicação impressos e digitais disponíveis. Hoje, o mundo organizacional recorre a esses instrumentos para criar e estabelecer canais de informação e relacionamentos consistentes com empregados, clientes, comunidades etc.

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XIX Expocom, na categoria E Áreas Emergentes, modalidade processo (impresso), como representante da UFMA.

<sup>2</sup> Aluno líder do grupo e estudante do 6º período de Relações Públicas da UFMA, email: .

<sup>3</sup> Alunos do 6º período de Relações Públicas da UFMA

<sup>4</sup> Orientadora do trabalho. Professora Mestre do Curso de Comunicação Social – Relações Públicas da UFMA, email: ellidaguedes@oi.com.br



Para Fortes (2003, p. 220), os “jornais e revistas são notórios e reconhecidos formadores de opinião pública e têm uma interdependência com a democracia e com a livre iniciativa”.

Apesar da disseminação dos veículos digitais nas organizações, os impressos ainda são produzidos em grande escala nesse ambiente, frente à diversidade de públicos em termos de escolaridade, faixa etária e acesso às tecnologias de informação e comunicação.

No caso da revista RP-Alternativo, produzida pelos alunos de Relações Públicas da Universidade Federal do Maranhão, a exemplo do que ocorre em muitas organizações, o site [www.rpalternativo.ufma.br](http://www.rpalternativo.ufma.br) otimiza a publicação impressa e amplia o acesso e visibilidade à produção dos alunos.

## **2 OBJETIVOS**

- Oportunizar aos alunos de Relações Públicas a prática de redação de textos para publicações empresariais e a vivência de todas as etapas da produção de uma revista institucional;
- Oferecer informações sobre a área de Comunicação para estudantes, professores e profissionais de todo o Brasil.
- Promover a interdisciplinaridade no Curso de Comunicação Social da UFMA, através do envolvimento de alunos de Relações Públicas, Jornalismo e Radialismo na produção de peças para o lançamento da revista.

## **3 JUSTIFICATIVA**

A produção da RP Alternativo tem atendido, ao longo de seus 15 anos, à necessidade de prática acadêmica, tão desejada pelos estudantes. Com isso, agrega valor à formação de dezenas de alunos.

A revista também tem sido o único veículo com circulação regular no âmbito do Curso, mantendo estudantes, professores e profissionais de Comunicação da UFMA e de outras instituições informados sobre os vários campos da Comunicação, novos estudos e pesquisas, mercado de trabalho, atividades acadêmicas, estágios, lançamento de livros, dentre outros assuntos.

Segundo Pinho (1990, p.142), as revistas podem ser divididas segundo seu tipo de circulação, identificando-se, então, que a RP Alternativo é um veículo de “circulação dirigida, geralmente própria das revistas técnicas, direcionadas a segmentos específicos”. Portanto, por ser um periódico especializado, ela permite o direcionamento



preciso para o segmento de comunicação e aprofundamento dos assuntos de interesse da classe.

A evolução editorial e gráfica da revista provocou a ampliação das atividades relacionadas à sua produção e lançamento, constituindo-se, hoje, em uma oportunidade de estabelecer relacionamento com o mercado, já que são os próprios alunos que buscam anunciantes e patrocínio para a viabilização da RP Alternativo. Assim, além da produção textual, os estudantes elaboram planos comerciais para captar os recursos necessários e organizam o lançamento da revista.

#### **4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

Após as aulas introdutórias sobre redação empresarial e publicações, inicia-se o processo de produção da revista. É elaborada uma pauta, quando a turma faz um levantamento dos principais temas discutidos na época. Todos sugerem assuntos que considerem importantes e que possam despertar o interesse dos leitores. Nesse momento, cada um decide sobre o que vai escrever e é definido o número de páginas que a matéria ou entrevista ocupará na publicação. Cada aluno deve se responsabilizar por pelo menos uma, porém esse número é quase sempre ultrapassado. É a partir daí que eles começam as pesquisas, visitas e contatos para a elaboração de seus textos.

Nesse processo, há, muitas vezes, o contato dos alunos com egressos do Curso de Comunicação para a realização de entrevistas e matérias, o que os aproxima da realidade do mercado e traz os ex-alunos para mais perto da academia.

A linha editorial da revista é hoje composta por matérias sobre estágios, mercado de trabalho, campos de atuação, além dos espaços fixos. Toda edição traz: “Afim o que é?”, uma espécie de glossário de palavras relacionadas à área da comunicação; “*Look-in*”, espaço reservado para o anúncio de eventos como congressos, encontros etc.; “Prata da casa”, uma entrevista feita com algum aluno do curso que não faça parte da disciplina, para revelar algum talento; “Entrevista”, geralmente realizada com algum professor ou profissional, tendo, na última edição, o novo reitor da UFMA como entrevistado, com o objetivo de apresentar as propostas dele, em especial aquelas direcionadas ao Curso de Comunicação; “Resenhas de Trabalhos de Conclusão de Curso”, que inclui as três habilitações; e “Resenhas de livros” recém-lançados relacionados à Comunicação e áreas afins. Há ainda um artigo de um professor ou profissional convidado para tal.



Inicialmente, a diagramação foi marcada pela colaboração de professores de jornalismo, alunos da disciplina e de outras e jornalistas da assessoria de comunicação da Universidade. O ex-aluno Gustavo Santana participou não somente da diagramação da revista da turma dele - ele esteve presente em 11 edições como diagramador da publicação.

Simultaneamente aos processos editorial e gráfico, os alunos também se encarregam de outras atividades. Para isso são criadas comissões, encabeçadas por eles mesmos, que se dividem e realizam todas as tarefas necessárias, com o objetivo de melhor administrar o processo.

Apesar dessa dinâmica ser muito parecida em todas as edições, descreve-se, a partir daqui, a experiência da turma responsável pela edição comemorativa aos 15 anos, que teve alguns diferenciais pela evolução natural do processo e por ser uma data especial. A viabilização, organização, promoção e divulgação do evento de lançamento da revista ficou a cargo de três comissões: Promoção e Divulgação, Cerimonial e Captação de Recursos.

A primeira se responsabilizou pela arte dos cartazes, panfletos, camisetas, convites e *outdoors*, além do contato com a imprensa através de *releases* e *spot's* em rádios locais. Foram confeccionadas camisetas promocionais que, usadas pelos alunos da disciplina dias antes do evento, serviram para criar expectativa em torno do mesmo. A equipe ficou responsável, ainda, pela lista de convidados e entrega dos convites.

Utilizou-se como estratégia de divulgação focalizar a entrega dos panfletos e cartazes na própria UFMA e nas instituições de ensino superior particulares de São Luís - Faculdade São Luís e CEUMA - que também oferecem o curso de Comunicação Social. A distribuição na Universidade estendeu-se ao Curso de Desenho Industrial, que possuiu interesses comuns ao de Comunicação (arte gráfica, *design* etc.) e a alunos de outros cursos que costumam se interessar pelo evento.

Os *releases* foram enviados para os dois jornais de maior circulação de São Luís - O Estado do Maranhão e O Imparcial - objetivando alcançar a maior exposição possível na mídia maranhense. O primeiro publicou uma matéria no caderno cultural, tendo como ilustração a capa da 30ª edição. Os *spots* foram veiculados na rádio Universidade FM, emissora de grande audiência do público-alvo da revista.

Fez-se uso das mídias alternativas, veiculando-se o lançamento do evento em comunidades do *orkut* e no *live messenger*, atingindo estudantes de comunicação já



graduados e alguns outros que se desligaram do curso, aumentando, assim, o alcance da divulgação.

A segunda comissão ficou responsável pela cerimônia de lançamento da revista. Para isso, realizou visitas prévias ao local do evento para analisar a estrutura e providenciar tudo que fosse necessário. Além disso, também entrou em contato com todas as pessoas que de alguma forma iriam fazer parte do evento, realizado no Auditório Central da própria Universidade Federal do Maranhão.

A equipe contratou músicos da Escola de Música do Maranhão, que receberam os convidados ao som de chorinho. A iniciativa foi muito aplaudida, pois criou um clima agradável nos 15 anos da publicação.

A equipe de Cerimonial também cuidou da decoração e ambientação do local, bem como do roteiro e acompanhamento da cerimônia.

No dia do evento, as comissões se desfizeram e todos trabalharam juntos com um só objetivo: o sucesso da revista.

Já a comissão de Captação de Recursos foi responsável pela captação, orçamento e controle dos gastos, contactando antigos anunciantes e potenciais patrocinadores e apoiadores da revista e organizando toda a prestação de contas. Esta foi acompanhada pela professora e turma, que recebeu cópia do fluxo de caixa, também entregue à chefia do Departamento de Comunicação.

Os planos comerciais foram apresentados à iniciativa pública e privada, através de um *portfólio* com histórico da publicação, abrangência territorial, tipos de públicos, formatos disponíveis, com respectivos valores, *lay-out* do local do evento e dos espaços para merchandising. Esse material foi elaborado por Gustavo, para o trabalho de conclusão de curso de pós-graduação, e aproveitado na disciplina, sofrendo apenas as alterações necessárias.

Em contrapartida ao patrocínio e apoio, as empresas e órgãos têm seus anúncios publicados na revista, de acordo com o espaço escolhido, além da divulgação no dia do evento, através de *banners* e no *site*, onde são colocadas as marcas delas.

Esse trabalho de relacionamento em busca de conquista de apoio e sensibilização, que se tornou, ao longo do tempo, atividade inerente à disciplina, oportunizando mais essa experiência aos alunos, desenvolve um espírito empreendedor, além de viabilizar e promover a revista.



A questão ética da captação de recursos foi pautada nos objetivos da revista e orientou a relação com os financiadores, a gestão dos recursos e a prestação de contas entre a própria turma e junto aos dirigentes do Curso.

## **5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO**

### **5.1 Histórico e evolução**

A revista laboratório RP Alternativo surgiu no primeiro semestre de 1993, a partir das necessidades e potencialidades dos alunos da disciplina Redação em Relações Públicas II do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Maranhão, ministrada pela profa. Msc. Éllida Neiva Guedes. Constam da ementa dessa a redação técnica em Relações Públicas, a redação de planos, programas e projetos de RP e a criação e redação de textos para publicações empresariais. Nela, os alunos aprendem as normas e técnicas que os tornarão capazes de redigir boletins, jornais institucionais, entre outros veículos de comunicação, atividade profissional explicitada na Resolução Normativa nº. 43/2002 do Conselho Federal dos Profissionais de Relações Públicas e no Decreto-lei nº. 63.283/1967, que regulamenta a profissão.

Naquele ano, a produção dos discentes tomou rumos novos, quando a professora lançou a eles a proposta de, além da redação dos textos, buscar a publicação semestral desses. Nascia, assim, a primeira edição do então boletim informativo RP Alternativo.

O intuito do novo projeto era criar um instrumento de informação produzido pelos alunos e para eles, contendo, inicialmente, conhecimentos e acontecimentos da área de Relações Públicas, que integrasse docentes e discentes do Curso. A particularização é desejada ainda em uma esfera maior. As esferas sociais de profissionais, atletas, estudantes, religiosos ou qualquer fatia da sociedade com membros comuns têm necessidades similares entre si e isto faz deles um grupo dentro da sociedade. Um veículo de comunicação dirigida pode proporcionar maior número de informação particular a determinado grupo, aprofundando e analisando dados relevantes àquele grupo.

Para a profa. Nilma Lima, aluna da turma que iniciou esse projeto, a experiência era algo completamente novo: “Ver um trabalho acadêmico seu distribuído para outras Universidades era uma coisa que achávamos difícilíssimo e que se mostrou até



muito fácil. E mesmo naquela época, já sentíamos que o boletim viria se tornar uma grande produção”.

Da revista pioneira perdura o orgulho de ser uma publicação laboratório da área de Relações Públicas sem nenhuma interrupção e, ainda, uma das poucas no formato de revista, em todo o Brasil. Para o RP Gustavo Saldanha Santana, ex-aluno da disciplina, responsável pela diagramação por 6 anos, a RP Alternativo só tem a evoluir. Segundo ele, “semestre após semestre tenho horas de diálogo com a profa. Éllida sobre a evolução textual dos alunos. Podemos ter uma bela revista, tão interessante visualmente, como é de conteúdo. Vi em algumas turmas o interesse em participar do processo, contribuindo com soluções gráficas e tecnológicas. Isso é fruto de turmas que estão com toda a vontade de fazer diferença e isso se reflete na qualidade das últimas revistas”.

Em julho de 2003, a RP Alternativo foi objeto de estudo do Trabalho de Conclusão de Curso de Gustavo, que culminou com a criação do site da revista - [www.rpalternativo.ufma.br](http://www.rpalternativo.ufma.br), que contém, dentre outros itens, o histórico, objetivos e grande parte das edições anteriores para download. A partir de então, a cada semestre, o site é atualizado e ganha as marcas da publicação recém lançada.

Ao longo de 15 anos, a revista tem agregado valor à formação acadêmica de dezenas de estudantes, estimulando a criatividade, interação e perseverança desses, que se superaram a cada edição, contribuindo para que, cada vez mais, a revista torne-se mais elaborada, completa e atrativa.

Quando a RP Alternativo foi criada, há quinze anos, a publicação tinha o formato de boletim, com apenas quatro páginas. Na quarta edição, o formato passou para o de jornal, com oito páginas. A partir do segundo semestre de 1997, na edição comemorativo de cinco anos, a RP Alternativo transformou-se em uma revista com vinte páginas - formato mantido até hoje. O número de páginas varia de acordo com o número de alunos na disciplina, mas, nas últimas edições ficou entre 36 e 44, sendo seus maiores exemplares a 25ª e a 30ª edições. Sua tiragem, ao longo de sua evolução, foi de 400 a 1000 exemplares, dependendo dos recursos financeiros arrecadados pela turma para a confecção da revista. As mais recentes tiveram 1500.

Essa evolução foi possível graças à abertura da revista para mídia publicitária paga, que gerou arrecadação de suporte financeiro para os custos com maior número de páginas, capa em papel *couché* e impressão em duas cores, com capa



colorida desde a 25<sup>a</sup>. A partir da 16<sup>a</sup> edição, a impressão começou a ser feita em gráficas comerciais, através de parcerias firmadas entre a turma do semestre e a direção dessas empresas.

Inicialmente, os principais objetivos da RP Alternativo eram oportunizar a prática aos alunos de RP, oferecer informações sobre essa área e dar visibilidade à profissão junto ao empresariado maranhense. Por isso, no começo, focava os assuntos específicos e de interesse dessa área. Mas, a revista, além de inovar no formato, gradativamente também ampliou seus temas e públicos-alvo. Desta forma, o conteúdo diversificado pode atender e estimular a leitura por parte dos alunos das outras habilitações do Curso de Comunicação Social da UFMA – Radialismo e Jornalismo, além de integrá-las.

A edição comemorativa n.º 30 procurou manter o padrão já adquirido, porém, com textos mais inovadores, que procuram despertar o interesse dos leitores para temas ainda não explorados.

A distribuição (gratuita) é feita no evento de lançamento e nas salas de aula, pelos alunos da disciplina, em mãos, para os alunos e professores da Universidade Federal do Maranhão e das faculdades de Comunicação locais; e, pelo correio, para as universidades que têm curso de Comunicação em todo o Brasil; sócios da Associação Brasileira de Relações Públicas – Seção Estadual do Maranhão; profissionais registrados no Conselho Regional de Relações Públicas – 7<sup>a</sup> região; assessorias de comunicação, profissionais e entidades de classe locais e nacionais cadastrados no *mailling list*.

## **5.2 Interdisciplinaridade e integração dos alunos de Comunicação**

O processo de produção da RP Alternativo, nos últimos 5 anos, também tem integrado os alunos das habilitações de Jornalismo e Radialismo, que podem participar do concurso de textos para a revista, promovido a cada edição, a partir de um tema pré-definido, tendo como premiação a publicação do texto vencedor e livros da área de Comunicação.

No lançamento da edição n.º 30, os alunos de Jornalismo contribuíram com uma exposição de fotografias de São Luís e os de Rádio e Tv produziram um vídeo, com cenário e selo comemorativo criados por eles, sobre os momentos marcantes dos 15 anos da RP Alternativo. Com isso, iniciou-se a interdisciplinaridade buscada pelo



Curso, ampliando, ao mesmo tempo, o entendimento dos objetivos da revista e a identificação dos alunos de todas as habilitações com a publicação.

Pelos depoimentos dos envolvidos, constituíram-se em motivação para a disciplina, ao mesmo tempo em que criaram-se vínculos com a RP Alternativo. Entende-se que a tendência seja que as parcerias entre as habilitações, através da revista, sejam ampliadas, com a criação, inclusive, de práticas regulares nas disciplinas.

Por fim, o lançamento tornou-se um momento de congregação de alunos de todas as habilitações oferecidas e de aproximação com seus familiares e amigos, sempre presentes no evento. Tornou-se, ainda, um dos poucos momentos em que os pais vão ao campus e participam diretamente da produção acadêmica dos filhos.

### **5.3 O evento de lançamento**

O lançamento da 30ª edição, a exemplo dos semestres anteriores, ocorreu ao final do semestre, e foi organizado pelos próprios estudantes, sob a coordenação da professora. Cada um teve uma responsabilidade durante o evento, dentre as seguintes atividades: recepção, apoio à mesa, cerimonial, sonorização, vídeo, apoio ao *buffet*, transporte, ambientação, distribuição das revistas e entrega das homenagens.

A programação varia a cada edição, mas há elementos constantes em todos os eventos, tais como: uma palestra com tema relacionado à área de Relações Públicas ou Comunicação Organizacional, apresentação digital da edição lançada, fala do orientador, de um aluno da turma e de autoridades acadêmicas e o coquetel de encerramento. A palestra é ministrada por um convidado escolhido pela turma organizadora. Já estiveram presentes profissionais da Eletronorte, Vale, USP, SEBRAE, SESC etc. A última foi ministrada por uma RP da Petrobras sobre patrocínio cultural.

Pessoas, empresas e instituições decisivas para a viabilização e continuidade da revista foram homenageadas no evento, como reconhecimento e agradecimento de todos que já viveram a experiência dessa produção: Gustavo Santana, prof. msc. Protásio César dos Santos, que coordenou o projeto por dois anos, profa Nilma Lima, representante da equipe da primeira edição, Curso de Comunicação, profa. Éllida Guedes, idealizadora da revista e Centro Elétrico, maior empresa em equipamentos



elétricos de São Luís, como o anunciante mais presente na vida da RP Alternativo: 9 anos, o que significa 17 edições.

Após a festa, os estudantes organizam-se em grupos para dar início ao processo de etiquetagem e embalagem das revistas, para posterior postagem. Através do e-mail da RP Alternativo, localizado no site da Universidade, pode-se ter o retorno quanto ao recebimento da edição, bem como comentários acerca das matérias e a receptividade em todo o país.

## 6 CONSIDERAÇÕES

Para os alunos de RP da Universidade Federal do Maranhão, a RP Alternativo é primeiro produto concreto da profissão e do Curso com o qual eles têm contato, quando ainda são calouros, já que, ao ingressarem recebem exemplares da revista. A cada semestre, a expectativa e ansiedade entre eles aumentam, por saberem que um dia serão eles os produtores e divulgadores dessa revista.

Quando afinal, no 5º período, iniciam a produção da publicação, eles conseguem ter noção da magnitude do trabalho que têm a realizar. Isso ocorreu, de forma especial, com a turma do segundo semestre de 2007, por serem responsáveis pela 30ª edição. Por carregarem essa responsabilidade, viveram nos três meses que antecederam o lançamento momentos de muito e intenso trabalho, de planejamento, de discussão, o que os fez sentirem-se mais perto do exercício da profissão.

Apesar da forte presença das mídias digitais hoje em dia, a publicação impressa ainda é muito utilizada nas organizações, e no caso da RP Alternativo, por ser a marca da habilitação de RP na UFMA, tem que ser um produto “físico”, que permita o folhear gerador de comentários nos corredores e que desperta nos futuros redatores o desejo de fazer melhor e, assim, continuar contribuindo para o fortalecimento das Relações Públicas e do Curso no Maranhão.

## REFERÊNCIAS

FORTES, Waldyr Gutierrez. **Relações Públicas: processo, funções, tecnologia e estratégias**. 2. ed. rev. e ampl. São Paulo: Summus, 2003.

PINHO, J. B. **Propaganda Institucional: Usos e Funções da Propaganda em Relações Públicas**. 4. ed. São Paulo: Summus, 1990.