



CONEXÃO RP¹

Fernanda Fernandes Fontes²

Rogelle Gomes Martins³

Daisy Mara Lima de Paula⁴

Pedro Baggio⁵

Ivanete Salgado⁶

Centro Universitário Newton Paiva, Belo Horizonte, MG

Resumo

Os meios de comunicação digitais estão cada vez mais disseminados e sendo utilizados pelas organizações dos mais variados segmentos do mercado. A *newsletter* é um veículo pertinente e importante, pois além do baixo custo, consegue ser adaptada às mais diversas demandas, possuindo flexibilidade em todos os aspectos como linguagem e layout, os quais podem ser tratados e dirigidos aos *stakeholders* de forma a atingí-los com eficiência e eficácia. Partindo de tal pressuposto, desde 2005 a Agência Experimental de Relações Públicas – Agerp vem desenvolvendo e modificando a *newsletter* Conexão RP visando suprimir as necessidades de seus leitores.

PALAVRAS-CHAVE:

Newsletter; Comunicação; Novas tecnologias.

1 INTRODUÇÃO

A comunicação dirigida compreende, segundo Andrade (1983), um processo que tem como finalidade a transmissão, ou condução de informações para o estabelecimento de uma comunicação limitada, orientada e mais freqüente, voltada para um determinado número de pessoas homogêneas e identificadas.

No primeiro semestre de 2005 foi realizada uma pesquisa no Centro Universitário Newton Paiva a qual constatou que 100% do público que a Agência Experimental de Relações

¹ Trabalho submetido ao Expocom, na categoria Relações Públicas, Veículo de Comunicação interna e/ou externa, como representante da Região Sudeste.

² Bacharelanda do 7º Semestre do Curso de Relações Públicas do Centro Universitário Newton Paiva, email: fernanda.fernandesf@hotmail.com

³ Orientador do trabalho. Coordenadora AGERP, email: agerp@newtonpaiva.br

⁴ Orientador do trabalho. Relações Públicas, email: cci@newtonpaiva.br

⁵ Professor orientador da AGERP; equipe.agerp@newtonpaiva.br

⁶ Coordenadora do curso de Relações Públicas do Centro Universitário Newton Paiva; rp@newtonpaiva.br



Públicas - Agerp estabeleceu um contato tinham acesso a meios digitais. Com isto percebeu-se que sendo o público potencial composto na sua totalidade por pessoas com acesso a internet, mesmo que por pouco tempo, então o meio mais adequado de atingi-los seria através de alguma ferramenta que fizesse uso deste meio, a opção mais interessante foi a *newsletter*.

Partindo dos dados da pesquisa citada anteriormente e da percepção da importância da internet para as estratégias de relações públicas, estabeleceu-se a importância da utilização dela como ferramenta e por consequência foi sugerido à criação de uma *newsletter*. Os benefícios conseguidos pelo uso da internet podem ser explicados por meio da afirmação de Pinho, que diz:

“... benefícios que a internet pode trazer para os programas e para as estratégias de relações públicas decorrem, principalmente, de características e aspectos próprios. Entre eles, sua condição de mídia de massa e de ferramenta para a comunicação com a imprensa, a sua capacidade de localização do público-alvo, a presença em tempo integral, a eliminação das barreiras geográficas e as facilidades que permite para a busca da informação e administração da comunicação em situação de crise.” (PINHO, 2003; vol. 68; pág. 33)

Outra característica relevante na utilização de *newsletter* é que, como afirmar Pinho (2003; vol. 68; pág. 55): “aliada à versatilidade própria do e-mail, a facilidade de produção é o fator que deve tornar a distribuição de *newsletter* por correio eletrônico um recurso cada vez mais disseminado.” Pensando sobre este aspecto fica clara a importância de se atualizar as novas tendências do mercado.

Nesse sentido, pode-se concluir que a comunicação dirigida, quando planejada adequadamente para apoiar os objetivos de um programa interno, através dos instrumentos de transmissão de informações como a *newsletter* Conexão RP , tende a contribuir para reforçar e estreitar o relacionamento com a comunidade acadêmica.

2 OBJETIVO

O principal objetivo da Conexão RP é estabelecer o relacionamento com público interno (acadêmicos e professores do curso de relações públicas do Centro Universitário Newton Paiva), promovendo a troca de informações, conhecimentos e experiências entre esses e demais profissionais do mercado.



Ainda sobre o gerenciamento do relacionamento há uma preocupação em fazer com que o mesmo se construa de maneira a existir um constante processo de troca de experiências. No caso da Conexão RP, para que isto se torne viável, sempre são discutidas as pautas das edições de acordo com as demandas temáticas estabelecidas pelo mercado que é diretamente relacionada com a área da comunicação respeitando também a demanda do público interno.

3 JUSTIFICATIVA

Atualmente veículos de comunicação dirigida são primordiais no relacionamento entre empresas e clientes. Com o avanço da informática e diante da realidade da sociedade globalizada, onde a velocidade da informação é tão preciosa quanto a qualidade do conteúdo é cada vez mais comum a utilização de *newsletters*.

A escolha do uso da *newsletter* como ferramenta de comunicação deve ser estratégico e pensado pela organização sobre todos os aspectos. No caso da Agência Experimental de Relações Públicas, a Conexão RP, tem sido eficaz por diversos fatores, sendo possível destacar o fato de ser um instrumento de baixo custo, possuir fácil assimilação do conteúdo pelo público e ainda permitir uma interatividade, partindo do pressuposto que todos os contatos com os realizadores são fornecidos e que os mesmos recebe mensagens posteriores as publicações contendo críticas, sugestões. Mantendo neste aspecto um canal de proximidade mais dinâmico e interpessoal, principalmente com os alunos da instituição.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

A *newsletter* Conexão RP é um dos veículos de comunicação interna da Agerp. Desde sua primeira edição vem sofrendo pequenas transformações que visam a evolução e busca de forma cada vez mais freqüente novos conceitos que agregam valor para seu público, que é composto em sua maioria por alunos, professores e profissionais de relações públicas.

A idéia inicial da criação deste veículo surgiu de uma lacuna existente anteriormente na relação da agência experimental e seus diversos públicos. Percebeu-se que a informação enviada por e-mail, email marketing, bem como outras formas de compartilhamento das



informações como jornais murais, cartazes e outros meios utilizados não surtiam o efeito desejado.

Em setembro de 2005 a Conexão RP teve sua primeira edição publicada e mensalmente é enviada com o intuito de suprir a necessidade de integrar alunos, professores e profissionais através da troca de informações, conhecimentos e experiências do universo das relações públicas.

Os conceitos de formatação são revistos a partir de sugestões, críticas e estudos com o intuito de aperfeiçoar e elaborar novos aspectos que buscam tornar a publicação de fácil absorção para o leitor, tais como a adaptação do layout, textos informativos curtos e carregados de conteúdo enriquecedor, os quais são estruturados de modo a estimular e garantir uma menor dispersão do público no momento da leitura.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

5.1 Projeto Editorial

Divididas em colunas, a Conexão RP, traz diversos benefícios para seus leitores. Em sua pauta acontecimentos internos como os projetos institucionais são divulgados na sessão intitulada *Acontece*. Outro espaço do informativo é a coluna *Oportunidade*, a qual apresenta vagas de estágio e emprego. Além destes espaços a *newsletter* ainda conta com entrevistas que pode ser concedida por profissional renomado e ligado ao tema principal da edição ou algum estudante da instituição com perguntas que também se insira ao contexto proposto, para contribuir com a referente pauta da edição. Também em relação ao estudante este deve apresentar algum destaque, valorizando deste modo o acadêmico que se esforça e passa além de servir de exemplo a sentir-se prestigiado. Estas entrevistas são veiculadas na sessão *RP Entrevista*.

É importante ressaltar que as colunas buscam estabelecer uma intertextualidade entre si, bem como uma relação direta com entrevista, principalmente a do profissional. Neste contexto é essencial o papel e capacidade do redator da *newsletter*, que conforme Pinho afirma deve possuir algumas características:

“... o redator da *newsletter* precisa respeitar a regra básica de ater-se exclusivamente aos fatos. Os artigos devem ser informativos, enxutos e sucintos



como em um *lead* de jornal, escritos com sentenças curtas. Caso existam dados adicionais, podem-se indicar ao leitor as fontes de consulta, pois cada pessoa demanda determinado tipo de informação.” (PINHO, 2003; vol. 68; pág. 55

A partir desta característica da *newsletter* é possível supor que exista uma tendência por redução no texto, apelo mais intenso por uso de imagem e na maioria das divulgações *hiperlinks* para espaços onde a informação esteja mais completa, o papel do informativo passa a ser de despertar o interesse por determinado assunto.

5.2 Público

Acadêmicos, professores e profissionais da área de Relações Públicas.

5.3 Periodicidade

Mensal

5.4 Produção da *newsletter*

Ainda em relação ao processo de produção da *newsletter*, todos os semestres acontece troca do aluno responsável pela realização da mesma, sendo assim confeccionada por e para os alunos. Também por haver esta alternância de monitores responsáveis pela publicação, dentre outros fatores, como adequação as novas necessidades dos leitores, é possível perceber a evolução das edições moldadas pelos acadêmicos e professores através de elogios, críticas e sugestões recebidas desde o surgimento do informativo. É de vital importância para o desenvolvimento contínuo e continuidade do trabalho.

Com o passar do tempo e da consolidação junto aos seus *stakeholders* passou-se a ocorrer mais recentemente um processo facilitador para o responsável pela elaboração e estruturação dos textos e assuntos da pauta das publicações, acontece agora uma alimentação espontânea de informações a serem trabalhadas nas edições seqüentes. Isto porque no seu início, era necessária a busca por informações. Agora, alunos, professores e demais integrantes da equipe da Newton Paiva já procuram a Conexão RP por saber que é um veículo onde podem divulgar seus trabalhos, projetos e ações obtendo retorno. O fortalecimento do informativo mostrou sua utilidade para toda a comunidade acadêmica.

5.5 Equipe



A equipe é formada por um aluno redator da conexão, sob a orientação do coordenador da Agerp. O aluno é responsável por todo o planejamento, levantamento de pauta, entrevistas, formatação e redação da *newsletter*. A cada semestre um novo aluno tem a oportunidade de monitorar o projeto, aprimorando deste modo, seus conhecimentos teóricos, estratégias de comunicação, por meio da prática que o projeto oferece, adquirindo mais qualificação e experiência, exigidas no mercado de trabalho.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A comunicação passa por constantes adaptações, resultadas dentre outros fatores, principalmente ao avanço tecnológico. Se adequar à nova realidade do mercado e agir conscientemente frente às novas demandas do mercado é papel fundamental na atividade dos relações públicas. Mediante a esta necessidade evidencia-se os bons resultados obtidos pelo uso da *newsletter* Conexão RP, surgida neste contexto de inovações utilizando recursos mais adequados.

Empresas de comunicação, ao contrário do que era percebido no mercado antigamente, necessitam, e muito, de estratégias de comunicação utilizando cada vez mais veículos de comunicação digital, que possam interligá-las aos seus públicos.

6 REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA

ANDRADE, Cândido Teobaldo de Souza. **Administração de relações públicas no governo**. São Paulo: Loyola, 1983. p.147.

PINHO, J.B., **Relações públicas na internet**: técnicas e estratégias para informar e influenciar públicos de interesse. J.B. Pinho. – São Paulo, SP: Summus, 2003. – (Novas buscas em comunicação; v. 68).