



Boletim Dinâmica RPjr Empresa Júnior de Relações Públicas¹

Bruna Garcia NOGUEIRA²
Carlos Henrique FUZATTI³
Catarina Rangel Gomes da SILVA⁴
Dalva Aleixo DIAS⁵
Felippe Silveira FERRO⁶
Gabriel Martins GOMES⁷
Ítalo Carvalho de PÁDUA⁸
Jean Cristtus PORTELA⁹
João Gabriel da SILVA¹⁰
João Vitor CAIRES¹¹
Júlica Scherer SADI¹²
Kelly Gonçalves BENZ¹³
Leonardo Todesco MARQUES¹⁴
Mariah Venturi Navarro LIMA¹⁵
Marcelo Thiago MONTANHA¹⁶
Natália dos Santos GONZALES¹⁷
Nathalie Cristina BONOME¹⁸
Nicolle AMARAL¹⁹

¹ Trabalho apresentado para a categoria “IV Relações Públicas: veículo de comunicação interna e/ou externa”, no XV Congresso da Comunicação na Região Sudeste – Vitória ES.

² Estudante de Graduação 3º semestre do Curso de Relações Públicas da Unesp – Bauru, email: pitizinha_5@hotmail.com.

³ Estudante de Graduação 5º semestre do Curso de Relações Públicas da Unesp – Bauru, email: cahefuzatti@gmail.com.

⁴ Estudante de Graduação 5º semestre do Curso de Relações Públicas da Unesp – Bauru, email: catarinarangel10@gmail.com.

⁵ Professora Mestra da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da UNESP- Bauru email: daleixo@faac.unesp.br

⁶ Estudante de Graduação 3º semestre do Curso de Relações Públicas da Unesp – Bauru, email: felippe_ferro@hotmail.com

⁷ Estudante de Graduação 5º semestre do Curso de Relações Públicas da Unesp – Bauru, email: gomes.gbri@gmail.com

⁸ Estudante de Graduação 5º semestre do Curso de Relações Públicas da Unesp – Bauru, email: c_italo@hotmail.com.

⁹ Professor Doutor da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da UNESP – Bauru email: jean@faac.unesp.br

¹⁰ Estudante de Graduação 3º semestre do Curso de Relações Públicas da Unesp – Bauru, email: jaums123@yahoo.com.br

¹¹ Estudante de Graduação 7º semestre do Curso de Relações Públicas da Unesp – Bauru, email: joaovitor.rp@gmail.com

¹² Estudante de Graduação 5º semestre do Curso de Relações Públicas da Unesp – Bauru, email: julisadi@hotmail.com

¹³ Estudante de Graduação 5º semestre do Curso de Relações Públicas da Unesp – Bauru, email: kellynha_cps@yahoo.com.br

¹⁴ Estudante de Graduação 3º semestre do Curso de Relações Públicas da Unesp – Bauru, email: leonardo.tmarques@hotmail.com

¹⁵ Estudante de Graduação 5º semestre do Curso de Relações Públicas da Unesp – Bauru, email: mariah_venturi@hotmail.com

¹⁶ Estudante de Graduação 3º semestre do Curso de Relações Públicas da Unesp – Bauru, email: marcelaum_2005@hotmail.com

¹⁷ Estudante de Graduação 5º semestre do Curso de Relações Públicas da Unesp – Bauru, email: nataliagonzales.rp@gmail.com

¹⁸ Estudante de Graduação 7º semestre do Curso de Relações Públicas da Unesp – Bauru, email: natibonome@hotmail.com



Raisa Cássia de Souza KAMAURA²⁰
Renan França RODRIGUES²¹
Renato Vieira BELINELLI²²

Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (Unesp) - Bauru / SP

RESUMO

O Boletim Dinâmica foi criado em agosto de 2007 com o intuito de aproximar os alunos de Relações Públicas da Empresa Júnior do curso, a RPjr, divulgando seus projetos e trazendo matérias sobre a faculdade, o curso e a área da Comunicação. A seguir, apresentaremos duas edições: a de junho (nº16) e dezembro (nº22) de 2009. Na 16ª edição foram abordados prioritariamente os projetos que os alunos de Relações Públicas da Unesp realizavam naquele período. Já o exemplar de dezembro apresentou um balanço dos principais projetos realizados pela empresa naquele ano, bem como os prêmios e o reconhecimento que os alunos de Relações Públicas da Unesp conquistaram durante o ano.

PALAVRAS-CHAVE: projetos; comunicação; veículo informativo.

INTRODUÇÃO

O Boletim Dinâmica da RPjr - Empresa Júnior de Relações Públicas - surgiu em agosto de 2007 visando uma maior integração e contato com o público acadêmico; expondo suas atividades e serviços, além de apresentar matérias sobre a comunicação e seus gestores. Sentindo uma oportunidade latente de desenvolvimento e expansão de horizontes, a empresa idealizou esse projeto inovador, sendo a pioneira da Unesp Bauru a produzir um boletim informativo.

2 OBJETIVO

- Elaborar um veículo de cunho informativo que expõe, além das atividades realizadas pela empresa, assuntos que envolvam o mundo da comunicação e das Relações Públicas;
- Promover um elo entre a organização e o público universitário do câmpus;
- Expandir a visibilidade da empresa em relação aos seus públicos e à mídia.

3 JUSTIFICATIVA

¹⁹ Estudante de Graduação 5º semestre do Curso de Relações Públicas da Unesp – Bauru, email: nicolleamaral@yahoo.com.br

²⁰ Estudante de Graduação 5º semestre do Curso de Relações Públicas da Unesp – Bauru, email: raisatk@gmail.com

²¹ Estudante de Graduação 5º semestre do Curso de Relações Públicas da Unesp – Bauru, email: rfdsr@hotmail.com

²² Estudante de Graduação 3º semestre do Curso de Relações Públicas da Unesp – Bauru, email: renato.belinelli@yahoo.com.br



Os alunos do curso de Relações Públicas da Unesp formam um público particularmente especial para a RPjr: são pessoas que estão diariamente em contato com disciplinas que explicitam e justificam as atividades da empresa, para quem a RPjr trabalha para fornecer elementos que acrescentem à sua formação (tais como cursos e eventos); além do que são potenciais futuros funcionários da empresa.

Visando principalmente um contato mais próximo com seu público, a RPjr pesquisou quais os veículos que poderiam ser acrescentados para alcançar tal objetivo de maneira plenamente satisfatória. O veículo *boletim informativo* apareceu como uma solução que propicia um relacionamento direto com o público-alvo, além de ser viável para a estrutura da empresa. Essa ainda, é uma ferramenta que disponibiliza matérias de interesse dos alunos e que os mantém informados acerca de assuntos sobre a comunicação na atualidade.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

O *Dinâmica* é sempre constituído por quatro páginas, apresentando uma periodicidade mensal, sua viabilização se dá pela captação de recursos por meio de patrocinadores, atividade que fica a cargo da diretoria de finanças da RPjr. As empresas patrocinadoras do boletim do mês têm sua logomarca no veículo impresso que, com uma tiragem mensal de 250 exemplares, é destinado aos alunos do curso, aos docentes dos departamentos de Ciências Humanas e Comunicação Social – CHU e CSO, respectivamente – à diretoria e à vice-diretoria da faculdade, à Pró-reitoria de Extensão da universidade e também aos demais alunos do câmpus de Bauru. Esses últimos podem adquirir o informativo em um dos locais onde a empresa os disponibiliza, tais como a biblioteca do câmpus e a seção de graduação. Devido a tal captação de recursos, o boletim pode ser entregue aos leitores gratuitamente, ao mesmo tempo em que a empresa não precisa arcar com verba própria para sua publicação.

Além dos patrocinadores, uma importante parceria foi firmada em prol da melhoria da qualidade do *Dinâmica* com a Agência Júnior de Jornalismo – Jornal Júnior – do mesmo câmpus. A agência selecionou seis estudantes do curso de jornalismo para trabalhar mensalmente no projeto: três repórteres, uma pauteira, uma diagramadora e uma editora-chefe; e acompanha a relação e o trabalho destes com a RPjr. A associação é de grande valia ao boletim principalmente devido ao acoplamento de conhecimentos que vão além do que o curso de Relações Públicas oferece: noções jornalísticas como diagramação e fechamento da edição são importantes tarefas que os estudantes de jornalismo da universidade aprendem. Ademais, a RPjr valoriza parcerias com outras empresas juniores da universidade e ,sempre que possível, entra em contato com elas para propor projetos em conjunto, como esse do boletim.

Para seguir uma linha uniforme e não se perder em meio a tantas informações que a área da comunicação nos traz, todos os informativos *Dinâmica* possuem um assunto central, que a diretoria de comunicação da RPjr – Empresa Júnior de Relações Públicas da Unesp Bauru – define na confecção da pauta da edição.



5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

A capa se caracteriza por apresentar a matéria principal, um tema que será discutido durante todo o



exemplar. Geralmente nesta página são expostas chamadas para os outros destaques também.

Na segunda página do boletim, há sempre o editorial da edição, que é confeccionado por uma das sete diretorias da empresa. A escolha da diretoria autora é realizada de acordo com o assunto principal que dirige o boletim, sendo selecionada a diretoria que possuir mais afinidade com o assunto, o que confere a participação de todos os membros da empresa no projeto.

Outra coluna dessa página é a *Você Sabia*, que apresenta curiosidades e novidades que rondam, novamente, o assunto principal. A página ainda contém o expediente da empresa, além dos nomes de nossos parceiros e do orientador do boletim, Prof. Dr. Jean Cristtus Portela (Departamento de Ciências humanas).

Partindo para a terceira página, o boletim conta com a coluna RProseando: um espaço reservado para textos de autoria de profissionais da área de comunicação e alunos e professores do curso de Relações Públicas que expõem suas experiências com relação ao ramo. Essa é uma coluna bastante valorizada por quem a lê e também por quem a escreve; o que resulta no compartilhamento de conhecimento para com o público leitor, que acaba por saber mais acerca de determinado assunto do mercado de trabalho, descobrir o que pode encontrar após finalizar o curso, ou mesmo conhecer um projeto que seu colega de curso realizou ou está realizando.

Ainda na terceira página, há também o espaço para outra matéria, geralmente menor que as outras do boletim; essa, portanto, trata de notícias informativas mais diretas e de rápida leitura.

Por fim, na última página do boletim, há o espaço para a matéria final que, por questões de diagramação, pode comportar um maior número de caracteres. Devido a isso, a escolha da pauta para essa é sempre relativa ao assunto que necessita de um desenvolvimento maior e de mais espaço para apresentar todos os detalhes necessários ao entendimento do texto.

Em junho de 2009 (nº16) o tema abordado foi relativo aos projetos desenvolvidos principalmente pelos alunos do curso de Relações Públicas, selecionados por sua importância no âmbito acadêmico e também social.



BOLETIM INFORMATIVO DA EMPRESA JÚNIOR DE RELAÇÕES PÚBLICAS

Dinâmica

Rpjr

Unespianas conquistam incentivo da Lei Rouanet

Alunas de Relações Públicas usam Lei Federal de Fomento à Cultura para realizar projeto

As estudantes do último ano de Relações Públicas da Unesp Camila Sanches, Caroline Granjo, Danielle Magagna e Martella Mian conseguiram apoio do Ministério da Cultura, por meio da Lei Rouanet, para o projeto "Pérolas: cultura e violência contra a mulher", que tem como objetivo estimular a denúncia de qualquer tipo de violência praticada contra a mulher.



As estudantes Danielle, Camila, Caroline e Martella

ameaças, medo, falta de informação, dependência financeira e emocional etc. Vimos, então, a necessidade de abordarmos uma causa social importante e ainda praticada impunemente em nosso país." - diz a diretora de comunicação do Tertúlia, Camila Sanches. Por ser um evento de grande porte, as estudantes tiveram que buscar investimentos de empresas privadas. Auxiliadas pelo professor Chico Maia (CSO), as alunas encontraram na Lei Rouanet a alternativa para obter os recursos necessários e concretizar o projeto.

As integrantes do Tertúlia Cultural veem nessa conquista um passo importante para sua vida profissional e um incentivo para o curso e para os alunos de Relações Públicas. Elas acreditam que para fazer a diferença basta ter iniciativa e aproveitar o momento da Universidade e as oportunidades que ela oferece.

Juliana Mallo



Confira o RProseando desta edição
Página 3

RP divulga campanha de Botucatu
Página 3

Veja os projetos dos alunos do 2º ano de Relações Públicas
Página 4

A capa dessa edição mostra alunas que realizaram um projeto de sucesso inédito: com o apoio do Ministério da Cultura, por meio da Lei Rouanet, as discentes desenvolveram um projeto cujo objetivo era estimular a denúncia de qualquer tipo de violência praticada contra a mulher.

Na segunda página, o editorial abordou a importância da pesquisa de opinião em eventos de qualquer natureza, para mensurar o reconhecimento dos públicos e auxiliar no planejamento de todos os processos. A coluna *Você Sabia* destacou o cinema indiano, com a intenção de trazer temas variados e atuais.

A coluna "RProseando" foi escrita pela aluna Taís Moura Machado, que contou a experiência de seu grupo no Prêmio Universitário Aberje. Ainda na terceira página, foi divulgado um projeto da RPjr em parceria com a Unesp de Botucatu para divulgação da campanha antirrábica da cidade.

Já na última página, foram publicados os projetos dos alunos do terceiro termo de Relações Públicas para a disciplina *Técnicas de Relações Públicas*, para que os alunos interessados pudessem comparecer e participar.

Por sua vez, no exemplar do mês de dezembro (nº 22), a empresa visou apresentar um saldo dos principais acontecimentos de 2009 que envolveram a própria empresa e os alunos do curso. A capa dessa edição conteve uma matéria sobre os



principais projetos da RPjr ao decorrer do ano em questão. Esse tipo de matéria, que envolve as atividades da empresa júnior são muito presentes em seus boletins em virtude do interesse de muitos alunos em ter ciência do que acontece na empresa, principalmente pelo fato de que, de certa forma, a empresa representa o curso – Relações Públicas, Unesp Bauru - para o mercado de trabalho, universitários e população bauruense em geral. Os alunos esperam ver a empresa atuando eficientemente em seus projetos, o que resulta no fortalecimento do nome do curso, bem como dos que participam desse grupo. Ademais, muitos universitários que possuem o interesse em participar da empresa possuem curiosidade em saber como e onde ela atua, quais seus projetos e o que pode futuramente acrescentar a si mesmo, caso torne-se um membro efetivo dela.

Na segunda página da edição apresentada, a diretoria de comunicação foi a autora do editorial por esse visar, principalmente, justificar o tema escolhido, bem como encerrar o ciclo dos boletins de 2009. Nessa edição, ainda, a coluna *Você Sabia* foi excepcionalmente substituída por um cartão de Natal aos leitores.

2
Dinâmica Rprj
Boletim Informativo - Dezembro de 2009 - Nº 22
3



Empresa Júnior de Relações Públicas Unesp-Bauru/RPAC

Diretoria Administrativa
Carlos Henrique C. Fuzatti
Renato Vieira Bellodi

Diretoria de Comunicação
Cátarina Raquel de Silva
Raissa C. S. Komamura
Nathalie Cristina Bonhomme
Fátima Silveira Ferraz

Diretoria de RH
Júlia Sadi
Renan França

Diretoria de Projetos
Nicole Stathourakis
Julio Gabriel de Silva
Bruna Carolina G. Nogueira
Italo C. de Paula

Diretoria de Finanças
Kely Berra
Leonardo T. Marques

Diretoria de Qualidade e Desenvolvimento
João Vitor Calves
Marcelo Thiago Montanha
Marah Victória N. Lima

Diretoria de Pesquisa e Desenvolvimento
Nathalia dos Santos Gonzales
Gabriel Martins Gomes

Jornalrj
Agência Júnior de Jornalismo Unesp

Edição
Alice Pinha Wakai

Projeto Gráfico
Ana Paula Campos

Diagramação
Ana Paula Campos

Orientação
Profº Jean C. Portão

contato
jornalrj@unesp.br

Editorial

No mês de dezembro, a RPjr tem a proposta de trazer em seu último boletim de 2009 uma pequena retrospectiva sobre os principais fatos e projetos que aconteceram durante o ano no ambiente da empresa e relembrar algumas das várias conquistas dos alunos do curso.

Esse foi um ano de grandes realizações e aprendizados para a empresa. Alcançamos sucesso em projetos interessantes com outras facilidades como foi o caso da estratégia de divulgação da campanha antirrábica da prefeitura de Botucatu, feita em parceria com a Unesp da cidade. Realizamos ainda a campanha de adoção de cartas de natal nos Correios, agregando valor e experiência aos membros e aos participantes do projeto.

A Empresa Júnior de Relações Públicas da Unesp Bauru deseja a todos boas festas, um ótimo fim de ano e que 2010 seja repleto de conquistas e sucessos.




RProseando

A Universidade está calçada em três aspectos indissociáveis: o ensino, a pesquisa e a extensão. Suas atividades são conduzidas de modo que estes aspectos estejam integrados de maneira complementar. Por isso, "fazer uma faculdade" é muito mais do que frequentar as aulas. Participar de eventos acadêmicos, grupos de estudos e projetos de extensão (com ou sem bolsa auxiliar) é essencial para quem deseja tornar-se um profissional diferenciado no mercado de trabalho.

As atividades de extensão universitária são tão imprescindíveis à formação do estudante quanto o ensino e a pesquisa. E por meio da extensão que a universidade se conecta com a comunidade, contribuindo para a difusão, socialização e democratização do conhecimento. Esse processo dialético entre teoria e prática

é o que caracteriza a extensão como uma atividade interdisciplinar, que visa integrar universidade e comunidade.

Penso que, participar de um projeto de extensão universitária é uma oportunidade de retribuímos o nosso ensino público à população que nos subsidia. Acreditando na possibilidade da relação transformadora entre universidade e sociedade, sou voluntária do Projeto de Extensão sócio-cultural A Lenda Alenta: (re) contando histórias. O projeto busca oferecer às crianças carentes o acesso a um dos bens culturais de nossa sociedade: a literatura. As crianças, pelo hábito de leitura, são formadas para sua autonomia crítica e cidadania. Para isso, realizamos visitas semanais a instituições que atendem crianças carentes, possibilitando o contato delas com a literatura.



Recentemente, no 5º Congresso de Extensão Universitária da Unesp realizado em Águas de Lindóia, esse projeto foi premiado em 1º lugar na área temática comunicação. A premiação, não só permitiu uma oportunidade de socializar conhecimentos e trocar experiências bem como proporcionar maior visibilidade para o curso de Relações Públicas.

Aluno de Design vence concurso "Slogan RPjr"

"Todos somos designers vez ou outra", diz vencedor

Durante todo mês de Outubro o Boletim acompanhou de perto a campanha "Slogan RPjr" despertando uma ideia, vencedora pelo aluno Murilo Silva Tanajura, de 21 anos.

Planejado em setembro, o concurso busca encontrar uma frase de impacto que representasse a essência da empresa, além de manter uma relação mais direta com seu público no câmpus da Unesp de Bauru. A prova dessa interação é que o slogan vencedor, agregando valores, comunicando resultados e é de autoria de um aluno do curso de Design.

Na entrevista este mês, Murilo explica um pouco sobre seus critérios na hora de formular a ideia: "A inspiração para as palavras veio dos textos que eu costumo receber vindos da área de marketing da empresa onde trabalho, e a estrutura do slogan com duas partes criou impacto ao relacionar a primeira metade com a segunda".

O prêmio dado ao vencedor foi um vale compra da marca Chilli Beans, mas a grande satisfação é mesmo em prestar sua criatividade para a empresa



júnior de relações públicas: "Ganhar representa para mim que todos somos designers vez ou outra, seja criando imagens no papel ou imagem de uma empresa".
Felipe Cavallet

A aluna do curso de RP Jamile Coutrim Dalri, na época estudante do segundo ano, foi autora da coluna RProseando da edição de dezembro. A escolha, realizada também pela diretoria de comunicação, se deu em virtude da estudante ter conquistado um prêmio na categoria "projetos de extensão universitária" em um evento realizado pela Unesp que envolve todos os alunos da universidade, em âmbito estadual.

A terceira página também divulgou o resultado da campanha promocional "Concurso Slogan RPjr", desenvolvida pela empresa como forma de aproximar os alunos do câmpus.

Por fim, na última página da edição, a empresa optou por abordar os destaques e os principais prêmios que os alunos de Relações Públicas – Unesp Bauru se envolveram ao longo do ano de 2009.

2009: o ano das premiações

Alunos de RP conquistam prêmios e levam o nome do curso a patamares nacionais

Os alunos do curso de Relações Públicas da Unesp tiveram este ano vários motivos para comemorar. Entre as conquistas recentes, temos a inclusão da RPjr na categoria "A" da Proex, fruto da concentração de esforços de todos os membros da empresa júnior ao longo do ano.

Além da RPjr, este ano vários alunos levaram o nome do curso a patamares nacionais com a conquista de importantes prêmios da área. É o caso de Thais Rodrigues Marin, recém-graduada e ex-integrante da empresa. Ela concorreu com sua monografia: "A Comunicação Pública e as Relações Públicas no âmbito da Secretaria Nacional de Economia Solidária (SENAES)" e conquistou o primeiro lugar na categoria "Monografia Governamental" do 27º Prêmio da ABRP (Associação Brasileira de Relações Públicas). Sobre a satisfação em receber o prêmio, Thais afirma: "É muito gratificante receber o primeiro lugar. Você se sente orgulhoso e vê que todo o esforço empreendido durante os anos de curso valeu a pena. Me senti honrada por poder retribuir ao curso e à universidade todos os anos de aprendizado".

Em setembro, Christiane Delmondes Versuti, aluna do 2º ano conquistou o 3º lugar na categoria "cervejas" do 2º FUC (Festival Universitário de Comunicação), premiação que recebeu inscrições de universitários de todo o país. "Foi importante para colocar à prova minhas habilidades, ampliar a

curiosidade e a criatividade para conseguir competir, mas acima de tudo, para levar o nome do profissional de Relações Públicas a um patamar de verdadeiro reconhecimento e valorização". Para participar do concurso, ela contou com a ajuda de um amigo, mostrando outra face importante de projetos bem-sucedidos: "Recebi ajuda de um amigo que me deu suporte para fazer a animação em flash. Ele cursa Ciência da Computação na Unicamp. Isso mostra o grande valor das parcerias".

Partindo para o ambiente virtual, o grande destaque deste ano foi o blog do aluno Fabio Santos Procópio, que cursa o 3º ano. Os textos de seu blog figuraram diversas vezes na lista do portal "Horizonte RP" (www.horizonterp.com.br), que destaca os melhores posts sobre Relações Públicas publicados em blogs e sites. Em seu blog, o estudante abre espaço para que outros estudantes, professores e pesquisadores colaborem com seus textos e opiniões, pois acredita na troca de conhecimentos. "O mundo virtual está aí, e não temos como fugir dele. Existe muita coisa boa sendo publicada na web, no que tange ao assunto RP e comunicação. Meu blog tem vários links para ótimos sites e blogs que discutem o tema". Fabio faz ainda um convite aos seus colegas de curso, para que acessem seu blog e enviem textos, colaborando assim com a divulgação do curso no país todo. Para conferir, basta acessar: www.fabioprocopio.wordpress.com.

Aline Scaravelli



Thais Rodrigues Marin, 1º lugar na categoria "Monografia Governamental" - 27º Prêmio da ABRP



Christiane Delmondes Versuti, 3º lugar na categoria "cervejas" - 2º FUC



Fabio Santos Procópio, destaque de Relações Públicas no meio digital

6 CONSIDERAÇÕES

O *Dinâmica* foi o primeiro boletim confeccionado por discentes a ser lançado no câmpus de Bauru; seu impacto foi tão positivo que muitas empresas juniores e organizações sem fins lucrativos do câmpus adotaram esse meio para se comunicar com seus públicos também. Em virtude disso, o *Dinâmica* está sempre inovando e buscando melhorias tanto de conteúdo informativo quanto esteticamente.

Algumas mudanças foram lançadas, principalmente a partir da edição nº 15 (maio/2009), quando seu layout foi repaginado para uma arte mais leve, o que resultou em um maior foco nas matérias em si; e também, a partir da edição nº 24 (fevereiro/2010), o papel da confecção do boletim foi mudado para o couché, o que lhe confere mais visibilidade e que despertou também bastante curiosidade por parte do público, já que foi também uma inovação no tipo de papel utilizado para tal veículo, dentre os boletins do câmpus.



Contando a última edição (março/2010), o boletim já possui um total de 25 publicações no decorrer deste período, além das edições especiais de recepção aos calouros de Relações Públicas da universidade. O informativo é sempre bastante aguardado pelos estudantes do curso, o que nos demonstra a tamanha importância que esse adquiriu como veículo de comunicação entre a RPjr e os alunos, considerados um dos públicos mais delicados da empresa.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

FORTES, Waldir Gutierrez. **Relações Públicas. Processos, Funções, Tecnologia e Estratégias**. Editora Summus. São Paulo, 2003.