



EMPRESA JÚNIOR DE RELAÇÕES PÚBLICAS - RPjr¹

Bruna Carolina Garcia NOGUEIRA²
Carlos Henrique Cavalcanti 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 Cristina Gonçalves BENZ¹³
Leonardo Todesco MARQUES¹⁴
Mariah Venturi Navarro LIMA¹⁵
Marcelo Thiago MONTANHA¹⁶
Natália dos Santos GONZALES¹⁷
Nathalie Cristina BONOME¹⁸
Nicolle Stathourakis Sampaio AMARAL¹⁹
Raisa Cássia de Souza KAMAURA²⁰
Renan França dos Santos RODRIGUES²¹
Renato Vieira BELINELLI²²

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

RESUMO

¹ Trabalho submetido ao “XV Congresso de Ciências da Comunicação na categoria IV Relações Públicas, modalidade (A) Agência Júnior de Relações Públicas”, como representante da Região Sudeste.

² Estudante de Graduação 3º semestre do Curso de Relações Públicas da Unesp – Bauru, email: rpjr@faac.unesp.br.

³ Estudante de Graduação 5º semestre do Curso de Relações Públicas da Unesp – Bauru, email: rpjr@faac.unesp.br.

⁴ Estudante de Graduação 5º semestre do Curso de Relações Públicas da Unesp – Bauru, email: rpjr@faac.unesp.br.

⁵ Professora Mestra da Faculdade de Artes, Arquitetura 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: rpjr@faac.unesp.br.

⁷ Estudante de Graduação 5º semestre do Curso de Relações Públicas da Unesp – Bauru, email: rpjr@faac.unesp.br.

⁸ Estudante de Graduação 5º semestre do Curso de Relações Públicas da Unesp – Bauru, email: rpjr@faac.unesp.br.

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: rpjr@faac.unesp.br.

¹¹ Estudante de Graduação 7º semestre do Curso de Relações Públicas da Unesp – Bauru, email: rpjr@faac.unesp.br.

¹² Estudante de Graduação 5º semestre do Curso de Relações Públicas da Unesp – Bauru, email: rpjr@faac.unesp.br.

¹³ Estudante de Graduação 5º semestre do Curso de Relações Públicas da Unesp – Bauru, email: rpjr@faac.unesp.br.

¹⁴ Estudante de Graduação 3º semestre do Curso de Relações Públicas da Unesp – Bauru, email: rpjr@faac.unesp.br.

¹⁵ Estudante de Graduação 5º semestre do Curso de Relações Públicas da Unesp – Bauru, email: rpjr@faac.unesp.br.

¹⁶ Estudante de Graduação 3º semestre do Curso de Relações Públicas da Unesp – Bauru, email: rpjr@faac.unesp.br.

¹⁷ Estudante de Graduação 5º semestre do Curso de Relações Públicas da Unesp – Bauru, email: rpjr@faac.unesp.br.

¹⁸ Estudante de Graduação 7º semestre do Curso de Relações Públicas da Unesp – Bauru, email: rpjr@faac.unesp.br.

¹⁹ Estudante de Graduação 5º semestre do Curso de Relações Públicas da Unesp – Bauru, email: rpjr@faac.unesp.br.

²⁰ Estudante de Graduação 5º semestre do Curso de Relações Públicas da Unesp – Bauru, email: rpjr@faac.unesp.br.

²¹ Estudante de Graduação 5º semestre do Curso de Relações Públicas da Unesp – Bauru, email: rpjr@faac.unesp.br.

²² Estudante de Graduação 3º semestre do Curso de Relações Públicas da Unesp – Bauru, email: rpjr@faac.unesp.br.



A Empresa Júnior de Relações Públicas é uma organização sem fins lucrativos, fundada em 2001, e gerida por graduandos em Relações Públicas da Unesp de Bauru.

A RPjr tem como maior objetivo proporcionar ao estudante uma experiência prática das atividades aprendidas na Universidade, além de levar à comunidade o conhecimento produzido, buscando sempre propagar a relevância do profissional de Relações Públicas. Além disso, por estar sempre preocupada com o acréscimo de conhecimento aos graduandos do curso, constantemente produz eventos, firma parcerias e cria estratégias comunicacionais específicos para tal público.

PALAVRAS-CHAVE: Empresa júnior de Relações Públicas; RPjr; Relações Públicas

INTRODUÇÃO

A competitividade do mercado de trabalho faz com que a vida profissional se inicie cada vez mais cedo. Durante o período acadêmico, apreendemos uma gama importante de conhecimentos teóricos. Para o curso de Relações Públicas da Unesp Bauru, essa proposta não é diferente; pelo contrário, é reforçada: uma quantidade considerável de disciplinas humanísticas visam formar e articular o raciocínio do estudante de maneira ágil, completa e satisfatória. Aliadas a tais disciplinas, as chamadas *disciplinas específicas* do curso moldam a formação teórica do aluno.

Todavia, além da base acadêmica que nos é proporcionada, a prática desses conceitos apreendidos em tais disciplinas coloca-se cada vez mais como fundamental para a formação de profissionais aptos a atuar plenamente no mercado atual após a graduação.

Nesse cenário, a Empresa Júnior de Relações Públicas – RPjr aparece como uma oportunidade para o estudante alcançar essas metas, podendo conhecer e entender o mercado de trabalho antes mesmo de nele ingressar. Essa capacidade de aliar teoria à prática vai construindo o posicionamento de uma das pessoas que participam da empresa, promovendo o desenvolvimento pessoal e profissional de seus associados.

Contando com dezenove membros divididos em sete diretorias (Administrativa, Comunicação, Financeira, Pesquisa e Desenvolvimento, Qualidade, Projetos e Recursos Humanos), a RPjr desenvolve vários projetos relacionados à área de Relações Públicas e Comunicação Social, e mantém contato direto com a realidade mercadológica diariamente. Ademais, esta leva à comunidade seu conhecimento produzido, concebe estrategicamente também diversas ações de cunho social durante o ano.



A empresa, ainda, possui uma preocupação bastante considerável com a formação dos alunos do curso, e trabalha para promover palestras e eventos relacionados à área, além de manter um contato direto com esse público.

Visamos ser referência em excelência e qualidade em relação aos serviços prestados, bem como na satisfação plena do cliente e no desenvolvimento constante de seus colaboradores. A seguir apresentaremos um detalhadamente a empresa, bem como as principais atividades desenvolvidas no ano de 2009.

2 OBJETIVO

Proporcionar aos graduandos de Relações Públicas conhecimento prático e relacionamento com o mercado de trabalho, complementando a parte teórica que o curso oferece. Possibilita-se, com isso, a formação de profissionais mais adaptados ao cotidiano mercadológico que nos é oferecido após a graduação.

3 JUSTIFICATIVA

A Empresa Júnior de Relações Públicas da Unesp Bauru - RPjr tem como maior objetivo proporcionar ao estudante uma experiência prática das atividades aprendidas na Universidade, além de levar à comunidade o conhecimento produzido, buscando sempre propagar a relevância do profissional de Relações Públicas:

A atividade de Relações Públicas é tão nobre quanto qualquer outra que seja reconhecida como útil à sociedade, na área da Comunicação Social, mas quer ressaltar que, não sendo nem melhor nem pior, é diferente de todas. A essência de sua contribuição está em produzir resultados que possibilitem às organizações cumprirem suas missões e assim potencializando o desenvolvimento político-econômico de uma comunidade. (SIMÕES, 2001, p.14)

O conhecimento teórico que aprendemos na sala de aula é um grande alicerce para podermos atuar nos diferentes ramos que as Relações Públicas nos oferecem. No entanto, é necessária a execução da profissão na prática, a oportunidade de fomentar e ampliar tal conhecimento e a vivência dos acertos e problemas de projetos relacionados à área, para uma formação plenamente desenvolvida do graduando. Diante desse quadro, a RPjr se estruturou para conceber a prática da profissão verdadeiramente em sua realidade mercadológica e, ainda, o acréscimo de conhecimento ao estudante por meio de apoio para pesquisas e estudos sobre as Relações Públicas. Com tais propostas,



a empresa capacita futuros profissionais da área para atuarem satisfatoriamente nessa nobre e complexa área da Comunicação Social.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

4.1 Aplicação e aprimoramento dos conhecimentos teóricos

A Empresa Júnior de Relações Públicas procura por meio de seus projetos e parcerias criar um vínculo entre a comunidade acadêmica e o mercado de trabalho, proporcionando experiências reais que garantam crescimento pessoal e profissional – um diferencial para seus integrantes e associados - além de instigar o interesse por outras áreas de atuação do profissional de Relações Públicas.

4.2. Relação entre a empresa e os graduandos do curso

Procuramos também facilitar o acesso a cursos de capacitação na área para todos os graduandos do curso. Com isso, viabilizamos palestras e eventos específicos para tal público através de parcerias, captação de patrocínio, idealização e realização dos projetos. Estamos constantemente disponíveis para receber suas opiniões e sugestões, e auxiliá-los em projetos acadêmicos além de mantermos um contato frequente e eficaz com os graduandos por meio de diversos veículos de comunicação tais como o blog da empresa (que contém matérias interessantes sobre a Comunicação Social, produzidas por membros da empresa, e que também é aberto para textos de alunos), boletim informativo mensal, twitter e mural informativo semanal.

4.3. Projetos em prol da Ccomunidade

Nos últimos anos a preocupação com as questões sociais tem motivado a empresa a elaborar projetos que despertem na comunidade acadêmica e nos habitantes da cidade consciência de sua responsabilidade para com a sociedade em geral. Para tanto, foram desenvolvidos projetos como o *Trote Solidário*, uma campanha anual para incitar a doação de sangue dos alunos da universidade; e o *Natal Solidário*, que colaborou com a campanha dos correios e divulgou a iniciativa.

4.4. Projetos para fortalecer a profissão de Relações Públicas

Para a RPjr, é de caráter bastante importante o aumento do reconhecimento da profissão nas empresas, bem como a melhoria de sua imagem no mercado de trabalho,



na comunidade e também no próprio âmbito universitário. Em virtude disso, a empresa concebe estrategicamente projetos para atingir tal objetivo principalmente nos dias comemorativos da profissão, como o dia do Profissional de Relações Públicas (2 de dezembro) e o dia de Valorização do Profissional de Relações Públicas (22 de novembro).

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO

5.1 Responsabilidade Social

II Trote Solidário 2009

O projeto, uma iniciativa da RPjr, está em sua terceira edição e tem como objetivo incentivar a cidadania e o trabalho voluntário. Muitos calouros consideram a idéia do trote social bastante válida, por não admitir violência nem humilhação e, ao mesmo tempo, promover a integração, entretenimento e conscientização.

O envolvimento do aluno com o “Trote Solidário” e o trabalho voluntário é grande, mas a adesão pode ser maior. Este é um dos objetivos da RPjr, que, em parceria com o Hemonúcleo de Bauru e a Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Unesp Bauru, pretende incentivar não apenas os calouros de Relações Públicas, mas também os calouros e demais alunos da Unesp, além da população da cidade de Bauru, a participar da campanha de doação de sangue.

Natal Solidário

Nas proximidades do Natal, a RPjr aderiu à campanha Natal dos Correios, um projeto no qual os Correios recolhem pedidos de presentes de crianças de todo o país e fornecem essas cartas a pessoas dispostas a contribuir, atendendo os pedidos das crianças. A empresa realizou uma divulgação via e-mail em toda a Unesp - abrangendo as três faculdades do campus - e se disponibilizou a buscar cartas e entregá-las para os alunos e profissionais da faculdade interessados em cooperar com o presente de Natal das crianças. Além da adesão de vários alunos e professores da faculdade, todos os membros da empresa contribuíram com o projeto: cada um atendeu a uma carta, de forma a contribuir para um Natal mais feliz para as crianças brasileiras.

5.2 Assessoria de Comunicação



Empresa Júnior de Psicologia - Interage

A RPjr desenvolveu para a Empresa Júnior de Psicologia um levantamento de empresas de diversos ramos que atuam na cidade de Bauru e, posteriormente, enviou a essas empresas materiais sobre a Interage e seus serviços, com a intenção de ampliar sua atuação no mercado. O objetivo era fazer com que o nome da empresa Interage chegasse a essas empresas, para a captação de novos parceiros e clientes.

Campanha antirrábica de Botucatu

A Empresa Júnior de Relações Públicas, em parceria com a Unesp Botucatu e Prefeitura Municipal de Botucatu, atuou na divulgação da Campanha Antirrábica elaborada pelos alunos do curso de medicina veterinária da Unesp Botucatu. Devido ao fato de ter sido constatada uma diminuição no número de participantes nas últimas campanhas da cidade, o principal objetivo da campanha era alertar para a importância da adesão da população no combate à doença.

A RPjr realizou uma análise do público-alvo e das formas mais eficientes de convencê-lo a vacinar os animais. Foram confeccionadas pela empresa todas as artes gráficas de divulgação, que envolvia folders explicativos, outdoors, cartazes, panfletos, carros de som e rádio. O resultado do projeto foi positivo, apresentando um aumento significativo no número de animais vacinados naquele ano.

Projeto Calouro Real



A RPjr, em parceria com o Banco Real, realizou uma campanha de promoção da marca deste, com o objetivo de realizar uma abordagem diferenciada aos calouros da universidade. A campanha contava com recursos que chamavam a atenção dos calouros e de seus pais, de forma que eles fossem atraídos para o espaço montado pelo banco dentro do câmpus.

5.3 Eventos



Meeting

O Meeting é um evento acadêmico anual, idealizado e realizado inteiramente pela RPjr, com debates em três dias de evento. Seu objetivo principal é reunir os estudantes de Relações Públicas da cidade de Bauru com profissionais de comunicação atuantes no mercado de trabalho. No ano de 2009, os debates abordaram as Relações Públicas nos três setores de serviço da sociedade, com a presença de profissionais da área formados pela própria Unesp de Bauru.

Este projeto visava não apenas a exposição de conteúdos, mas também a sua discussão e a resolução de dúvidas frequentes dos estudantes, tendo os próprios alunos da empresa como mediadores dos debates.

XI Jornada Multidisciplinar

Evento organizado pelo Departamento de Ciências Humanas da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC) da Unesp Bauru, com o apoio da RPjr. A proposta da Jornada Multidisciplinar é ser um evento tradicional, tendo como objetivo a inserção dos estudantes da área de Humanidades e comunicação em contextos atuais, gerando debates e discussões de forma a difundir o conhecimento. Nessa edição, o evento teve como tema “Corpo e Cultura”, e apresentou conferências, mesas-redondas, e sessões de comunicação.

A RPjr teve grande participação nesse evento, atuando desde seu planejamento até o pós-evento, com atividades que abrangiam captação de recursos, divulgação, apoio e cerimonial, secretaria e avaliação do evento.

I e II Encontro de Empresas Juniores da Unesp de Bauru

Idealizado pela RPjr, e com o objetivo de melhorar a comunicação entre as Empresas Juniores estabelecidas no câmpus, o encontro teve como intuito a expansão do conhecimento adquirido por cada empresa, a troca de experiências e o esclarecimento de possíveis dúvidas. O evento foi realizado em um único dia, com discussões sobre temas variados relacionados às diretorias das empresas participantes.

Devido ao sucesso do primeiro encontro e à necessidade de realização de novas edições que promovessem a integração e troca de experiências, realizamos também o II Encontro das Empresas Juniores, alguns meses após o primeiro.



V Congresso de Extensão Universitária

Esse congresso foi realizado em Águas de Lindóia/SP, e tinha como objetivo promover a difusão do conhecimento, possibilitando o intercâmbio de experiências e informações entre docentes, pesquisadores e alunos de todos os câmpus da Unesp. Além disso, contou com mesas-redondas, apresentações orais, conferências, minicursos e programação cultural, atividades essas distribuídas em três dias de evento.

A RPjr participou da comissão organizadora, acompanhando e colaborando para a boa execução do projeto. O número de trabalhos inscritos aumentou consideravelmente e a grande qualidade do evento e dos palestrantes presentes fez com que o evento fosse um sucesso.

5.4 Captação de Recursos

Integração Universitária

Evento que surgiu em 2002 e é realizado todos os anos pela Associação Acadêmica Atlética da Unesp Bauru. É uma festa em estilo de micareta universitária que possui grande repercussão em Bauru e região, e que atingiu em 2009 seu recorde de público: mais de 6 mil pessoas.

Nesse projeto a RPjr foi contratada para a captação de recursos, com foco nas pequenas e médias empresas da cidade.

5.5 Pesquisa de Opinião

Pesquisa Faculdade de Bauru

A RPjr foi contratada por uma faculdade de Bauru para realização de duas pesquisas quantitativas e de opinião, com o objetivo de medir a imagem da faculdade perante os alunos de Ensino Médio e os alunos de outras faculdades, assim como a força dessa instituição no mercado. A primeira, de *percepção de mídia*, foi realizada com alunos do Ensino Médio das redes públicas e privadas das cidades de Jaú, Lençóis Paulista, Botucatu e Bauru. A segunda, de *satisfação e percepção de marca*, teve como entrevistados alunos do ensino superior de Bauru.

O questionário foi aplicado, a tabulação foi realizada e foi elaborado um relatório final detalhado, sobre os pontos abordados durante a pesquisa.



5.6 Comunicação Interna e Externa

Boletim Informativo *Dinâmica*

A RPjr possui variadas ferramentas de comunicação com seus públicos: discentes, docentes, clientes e parceiros. Dentre elas temos o boletim *Dinâmica* que pretende ser um canal direto com os alunos, no qual são publicadas matérias da área de comunicação. Além disso, o veículo permite um acréscimo de conhecimento sobre experiências de alunos, ex-alunos e professores na coluna *RProseando*, e também divulga os projetos da empresa.

Blog

Há também o blog da empresa, que possibilita um contato mais dinâmico devido ao fato de serem publicados textos que estimulem o debate, possibilitando também que os próprios alunos enviem seus textos para serem postados. Esse veículo é bastante importante também porque possibilita o contato com profissionais e estudantes de Relações Públicas de diferentes localidades e instituições de ensino.

Twitter

Essa mídia social permite a propagação rápida de informações que chamam a atenção, como links de matérias de blogs, vídeos, sites e notícias da RPjr.

Mural

Afixado próximo à sede da empresa, o mural é direcionado aos alunos de comunicação que frequentam a área. Por isso, suas matérias abordam principalmente notícias da área, eventos, cursos e curiosidades. Há também um espaço dedicado a receber opiniões, sugestões e matérias.

Concurso Slogan

Campanha promocional realizada para aproximar os alunos de Relações Públicas e divulgar a empresa para os outros cursos do câmpus. Ela propôs que os participantes criassem propostas de *slogan* para a RPjr, sendo que a melhor frase ganharia um prêmio. O concurso recebeu mais de 50 inscrições e contou com a participação de alunos de vários cursos do câmpus. O vencedor foi um aluno do curso de Design



Gráfico, que ganhou um vale-óculos de uma conhecida rede, com o slogan “Agregando Valores, Comunicando Resultados”.

Dia do Relações Públicas e Dia de Valorização do Relações Públicas

Nas datas comemorativas da profissão, a empresa desenvolve campanhas que buscam chamar a atenção para as funções desempenhadas e para a importância do profissional de relações-públicas em suas diversas áreas de atuação. No ano de 2009, esses objetivos foram desenvolvidos por meio de cartões distribuídos por todo o câmpus, além de um outdoor colocado em um ponto estratégico da cidade.

Parcerias financeiras

A empresa possui diversas parcerias com organizações de Bauru, como convênios com cursos de aprimoramento profissional e descontos em estabelecimentos de serviços. Essas vantagens são oferecidas para alunos do curso de Relações Públicas.

6 CONSIDERAÇÕES

A RPjr viabiliza o aprendizado complementar a partir da experiência de trabalhar em grupo e do gerenciamento de projetos diversos. Essa oportunidade só tende a enriquecer a formação do estudante universitário no decorrer de sua graduação.

A missão principal da empresa é proporcionar ao acadêmico do curso um maior contato com o mercado de trabalho por meio de projetos desenvolvidos na área de atuação do profissional de RP, o que envolve, dentre outras atividades, consultoria em comunicação, assessoria em eventos e planejamento estratégico. Como diria Roberto Porto Simões (2001, pg.46): “A organização é impessoal e cumprirá com sua responsabilidade social se mantiver colimada sua missão e dela não se afastar, apesar de todos os obstáculos a enfrentar.”

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

SIMÕES, Roberto Porto. **Relações Públicas e Micropolítica**. 2 ed. São Paulo: Summus, 2001

KUNSCH, Margarida Maria K. **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada**. 2.ed. São Paulo: Summus, 1997

ALBUQUERQUE, Adão Eunes. **Planejamento das Relações Públicas**. 2 ed. Porto Alegre: Sulina, 1983.

