

## **Boletim Dinâmica: uma ferramenta impressa de relacionamento e gestão de marca<sup>1</sup>**

Isabela BALDIN<sup>2</sup>

Lucilene dos Santos GONZALES<sup>3</sup>

Caio de Michel e SILVA<sup>4</sup>

Iolanda Ferreira SOUZA<sup>5</sup>

Rafael Silva PARIGI<sup>6</sup>

Vitor ZANGEROLAMO<sup>7</sup>

Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Bauru, SP

### **RESUMO**

O Boletim Dinâmica é um produto impresso utilizado como estratégia de gestão de marcas da Empresa Júnior de Relações Públicas - RPjr para manter relacionamento com a comunidade da Unesp de Bauru. Trata-se de uma pesquisa empírica que resulta na produção de um jornal. Dentre os temas abordados, destaca-se a transparência da empresa divulgando seus projetos em andamento. Além disso, o Boletim Dinâmica divulga eventos de interesse dos estudantes de Comunicação, destaques do mercado e notícias. Para sua composição, todas as diretorias da RPjr são rotativamente encarregadas de produzir conteúdo e a diretoria de Comunicação desenvolve sua diagramação, editorial e distribuição. Somente sua impressão é terceirizada, todo o processo de produção e financiamento é de responsabilidade da RPjr.

**PALAVRAS-CHAVE:** Boletim; RPjr; produto impresso; comunicação; relações-públicas

### **1 INTRODUÇÃO**

A produção de veículos de comunicação impressos destaca-se pelo seu diferencial na abordagem e na praticidade ao difundir conteúdo perante os públicos almejados por uma organização. Levando em consideração o interesse da RPjr em manter um bom relacionamento com a comunidade da Unesp, alunos, professores e colaboradores, surgem na produção de veículos impressos as oportunidades de despertar o interesse pela empresa, e promover a boa imagem institucional, fortalecendo assim sua marca.

Como base teórica e prática para a produção do Boletim Dinâmica foram utilizadas as aulas vistas nas disciplinas Comunicação Dirigida e Técnica Redacional. A primeira disciplina visa garantir que os alunos aprendam a produzir meios de comunicação

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XXI Prêmio Expocom 2014, na Relações Públicas, modalidade Produto de comunicação institucional impresso (avulso)

<sup>2</sup> Aluna líder do grupo e estudante do 3º. Semestre do Curso de Relações Públicas – Unesp Bauru, email: baldinisabela@hotmail.com

<sup>3</sup> Orientadora do trabalho. Professora Doutora do Curso de Relações Públicas – Unesp Bauru, email: lucilenegonzales@uol.com.br.

<sup>4</sup> Estudante do 3º. Semestre do Curso de Relações Públicas – Unesp Bauru, email: caioms.rp@gmail.com

<sup>5</sup> Estudante do 3º. Semestre do Curso de Relações Públicas – Unesp Bauru, email: io\_souza@hotmail.com

<sup>6</sup> Estudante do 5º. Semestre do Curso de Relações Públicas – Unesp Bauru, email: rafael\_parigi@yahoo.com.br

<sup>7</sup> Estudante do 3º. Semestre do Curso de Relações Públicas – Unesp Bauru, email: vitor\_zang@hotmail.com

específicos - periódicos e avulsos - instruindo aspectos técnicos desde o levantamento de públicos até a diagramação, já a segunda disciplina tem em seu conteúdo programático o desenvolvimento das capacidades redacionais e dos alunos.

O Boletim Dinâmica foi criado em 2007 como ferramenta de comunicação entre a RPjr e seus públicos-alvo. Atualmente o Dinâmica tem sido publicado mensalmente, sendo suas seções escritas por todas as diretorias da empresa, e cabendo a Diretoria de Comunicação a responsabilidade sobre a diagramação e distribuição.

## **2 OBJETIVO**

Por se tratar de uma pesquisa empírica o Boletim desenvolve as capacidades técnicas dos alunos envolvidos no processo de diagramação e as habilidades redacionais dos alunos responsáveis pela criação de conteúdo.

Além disso, a produção busca promover a interdisciplinaridade entre as diretorias através de uma pesquisação, fazendo com que os membros da empresa reflitam sobre temáticas atuais e relevantes no campo da comunicação.

O Boletim Dinâmica visa também estimular a transparência nas ações e projetos realizados pela RPjr através da difusão de informações pertinentes aos públicos de interesse.

Utilizado pela RPjr como estratégia de relacionamento com os públicos da Comunidade Unespiana, o boletim tem entre os seus objetivos fortalecer o branding da empresa, alinhando assim, teoria e prática.

## **3 JUSTIFICATIVA**

O Boletim Dinâmica tem como proposta transparecer uma configuração essencial de seu formato, o caráter jornalístico empresarial. Como reflexo do grande número de membros e da visibilidade da RPjr no *campus* de Bauru, surgiu a necessidade de se criar um veículo para garantir a circulação de informações de forma impressa e dinâmica.

O jornalismo empresarial, característica do Boletim Dinâmica, pauta-se na cobertura de decisões administrativas da própria empresa, exemplo disso são os conteúdos que tratam do andamento dos projetos da RPjr e toda a transparência que tais textos passam aos seus públicos-alvo.

O jornalismo empresarial, uma subárea significativa e pioneira da comunicação organizacional, forma, com relações públicas e propaganda,

o tripé clássico que organiza os fluxos de irradiação das informações sobre as organizações.(...) O jornalismo empresarial é um subsistema do sistema jornalístico, que se insere no macrossistema da comunicação social. Deve, pois, ser visto como proposta especializada da atividade jornalística, e não como função menor e sem importância da grande imprensa (KUNSH, 2003, p. 168).

Concomitante às outras mídias e ações da RPjr o boletim faz parte de toda uma complexa gestão da marca, visando, integradamente, disseminar sua imagem pelo campus através de ações das mais variadas expressividades - o próprio boletim, produtos audiovisuais, murais, conduta na utilização de uniformes, entre outros.

Com toda essa somatória torna-se essencial a preocupação da RPjr em gerir sua marca e os reflexos de todos seus artefatos na interpretação acerca de sua imagem institucional. De forma estratégica, o Boletim Dinâmica serve como ferramenta para a manutenção do branding.

O gerenciamento de marcas ou branding prevê o planejamento e implementação da marca, visando o desenvolvimento e o controle de suas diversas expressões por meio da organização de ações estratégicas de construção e projeção no mercado. (AAKER, 2007, pág. 1)

O meio impresso ainda é um veículo muito importante como disseminador de informações e de transparência para a RPjr. Por ser palpável (não virtual) é parte de sua circulação ser passado de mãos em mãos aos públicos interessados e manter ativo o seu conteúdo por um período ainda mais duradouro, além de receber maior credibilidade.

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

O Boletim Dinâmica é uma produção exclusiva dos membros da RPjr. Devido a sua produção mensal, as oito diretorias da empresa seguem uma tabela rotativa referente às seções fixas do produto. A produção de conteúdo é de total responsabilidade das diretorias, e cada uma possui total liberdade para dissertar acerca de assuntos considerados relevantes no campo da comunicação e no âmbito acadêmico. A diagramação do produto é realizada pelos membros da diretoria de Comunicação, que utilizam de softwares específicos para o processo de criação.

Não se limitando a aspectos meramente tipográficos, a diagramação implica, hoje, um processo criativo, realizado em projetos de produtos gráficos, considerados não como produtos únicos em si, mas ligados a um conjunto, a uma série de família de produtos. (SILVA, 1985, pág. 43)

Além de diagramar, a diretoria de Comunicação é responsável pela logística de distribuição - gratuita - em locais estratégicos no campus da Unesp de Bauru. Cabe a diretoria de Qualidade a revisão e correção de possíveis erros ao fim da diagramação, buscando também manter o produto nivelado e padronizado.

Devido ao grande número de exemplares publicados e pelas políticas que dificultaram o subsídio da UNESP, foi decidido pela RPJr que o processo de impressão seria terceirizado; por isso o financiamento das impressões é pago integralmente pela RPjr.

## 5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O Boletim Dinâmica é uma comunicação impressa que tem o intuito de disseminar conteúdo relevante ao público da Unesp de Bauru como estratégia de relacionamento. Para fortalecer a marca RPJr, sua linha editorial oferece informações e entretenimento ao leitor.

O Boletim Dinâmica conta com oito seções fixas que são escritas pelas diretorias da RPjr através de uma escala rotativa. Na capa estão dispostas duas **Matérias Capa** que se caracterizam como notícias atuais e relevantes no campo da comunicação, ênfase em relações públicas. A segunda página traz as seções **Projetos RPjr** e **RProseando**, sendo a primeira focada na política de transparência valorizada pela empresa, sempre trazendo alguma informação importante a respeito do andamento dos projetos internos, e a segunda contando com o depoimento de algum aluno (em graduação ou formado) abordando alguma experiência pessoal relacionada ao curso ou a projetos de extensão. A terceira página traz o **Case-Cabeça**: um infográfico que busca trazer informações relevantes através da representação visual. O **Vamo Aê?!** faz um convite aos leitores do Boletim, contando com informações acerca de eventos próximos e relevantes. As **#Dicas Júlio de Mesquita Filho** trazem conselhos tanto para o âmbito acadêmico quanto para o âmbito pessoal. A quarta página traz os **Destaques da Comunicação**, cinco manchetes que marcaram a mídia devido a sua forte repercussão, sendo classificadas pelos membros da empresa entre: positivas, negativas e neutras. Por fim o Boletim traz informações sobre a equipe e o contato para todas as mídias geridas pela RPjr.

O design mantém uma identidade única que foi reformulada no mês de Agosto na edição Fênix. O cabeçalho, cores e todas as características visuais foram refeitas, mantendo porém a identidade da empresa júnior.

#### Características Editoriais do Veículo Impresso

Linha editorial: informativo, educativo e de entretenimento.

Periodicidade: mensal.

Nº de páginas: 4

Formatos: A-4 (fechado), A-3 (aberto).

Cores: Colorido

Impressão offset.

Papel: couchê.

Tiragem: 100 exemplares.

Edição apresentada: Agosto de 2013

Distribuição: gratuita.

## 5 CONSIDERAÇÕES

Devido à credibilidade dada a veículos impressos, a RPjr vê na produção do Boletim Dinâmica uma forte oportunidade para a manutenção do relacionamento com os públicos da Unesp de Bauru. Por tratar-se principalmente de uma ferramenta de gestão de marca, a atenção dada à ele incentiva os membros a buscarem conteúdos relevantes e que possam agregar tanto ao repertório da empresa quanto ao dos leitores.

Além de desenvolver a capacidade redacional dos autores e estimular a pesquisa e reflexão acerca do campo da Comunicação no Brasil e no mundo, a produção do Boletim Dinâmica permite também o desenvolvimento das habilidades tático-operacionais dos membros envolvidos no processo de diagramação e distribuição. Graças ao alto nível de rotatividade do veículo e da sua capacidade de assegurar a boa imagem institucional da RPjr através da divulgação de informações internas, a empresa júnior consegue sustentar um de seus objetivos: a transparência referente ao seu andamento e aos projetos internos. Todos esses benefícios colaboram para que a RPjr invista e financie mensalmente a impressão e distribuição do Boletim Dinâmica.

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

AAKER, David A. **Administração estratégica de mercado.**

Porto Alegre: Bookman, 2007.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada.**

São Paulo: Summus, 2003.

SILVA, Rafael Souza. **Diagramação: O Planejamento Visual Gráfico Na Comunicação Impressa.**

São Paulo: Summus, 1985.