

Revista Institucional Comunicadores: edição comemorativa sobre os 100 anos de Relações Públicas no Brasil¹

Swenny Azevedo da SILVA²
Judy Lima Tavares SALES³

Universidade Federal do Amazonas, Manaus, AM

RESUMO

Este trabalho é o resultado do produto de um instrumento de comunicação dirigida, institucional e digital. Trata-se da edição comemorativa da revista Comunicadores sobre os cem anos da área de Relações Públicas, no Brasil. Há duas edições anteriores, produzidas pela autora deste trabalho no Programa de Educação Tutorial de Comunicação Social da Universidade Federal do Amazonas (Petcom Ufam), nos anos de 2013⁴ e 2014⁵.

PALAVRAS-CHAVE: edição comemorativa; revista Comunicadores; comunicação dirigida; comunicação digital; comunicação institucional

1. INTRODUÇÃO

Ao comparar o processo de evolução das tecnologias, nas últimas décadas, verifica-se que as mudanças nos processos tecnológicos estavam sendo rapidamente substituíveis. E isso agiu de acordo com as relações encontradas no cenário atual da nova sociedade no modo global, porque a partir desse momento, “as mudanças sociais são tão drásticas quanto os processos de transformação tecnológica e econômica (CASTELLS, 2002, p. 40)”. A utilização dessas tecnologias não se limitavam mais aos países ricos, herdeiros da guerra fria, por exemplo. Pelo fato do mundo estar passando por grandes mudanças nos próprios tipos de relações e na necessidade de interação, cada vez mais forte entre os países, a comunicação precisava se adequar a esse ambiente globalizado.

As tecnologias, antes competentes aos centros de pesquisas e principais universidades americanas e europeias, como por exemplo, computadores, informática e internet, passaram a ser necessárias na sociedade, por meio do novo tipo de comunicação estabelecido. De acordo com a facilidade de acesso a essas tecnologias, a comercialização e adequação ao meio doméstico foi a melhor alternativa para a propagação desses novos aparelhos eletrônicos. Os novos meios de se comunicar num universo totalmente novo,

¹ Trabalho submetido ao XXII Prêmio Expocom 2015, na Categoria Relações Públicas e Comunicação Organizacional, modalidade Produto de Comunicação Institucional Digital (avulso).

² Aluno líder, estudante do 9º período de Relações Públicas. E-mail: swennyazevedo@hotmail.com.

³ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Relações Públicas, e-mail: judytares@gmail.com.

⁴ Disponível em: <http://petcomufam.com.br/2013/06/leia-a-primeira-edicao-da-revista-comunicadores.html>

⁵ Disponível em: <http://petcomufam.com.br/2014/10/confira-a-segunda-edicao-da-revista-comunicadores-que-ganhou-o-xxi-premio-expocom-2014.html>

denominaram as pessoas de interagentes⁶, diferenciando-as do público de massa pelo tipo de leitura disponível para esses usuários do ambiente virtual.

Desde o ano de 1995, de acordo com Simões (2009), a internet é comercializada. Oliveira (2010) destaca que o tipo de cultura do século XXI é a cultura midiática, oriunda das culturas das mídias e de massa. A internet proporcionou um novo estilo de disponibilização da informação, o que se diferenciou bastante dos veículos de comunicação massivos, como por exemplo, televisão, rádio, entre outros meios de comunicação eletrônicos. Surgem métodos de leituras que permite ao interagente o livre acesso às informações, tornando mais fácil a formação de pessoas na opinião pública.

Terra (2007) apresenta termos fundamentais para esse ambiente virtual. A hipertextualidade, que são produções textuais divididas em blocos na tela do computador, proporcionando que a escolha do modo de leitura seja determinada pelo leitor. A interatividade, bastante discutida e apresentada nesse contexto de computadores, internet e comunicação digital. Além da possibilidade de *feedback* do leitor aos instrumentos de comunicação veiculados destacando-se como um novo tipo de relacionamento entre as pessoas, em outro universo, que não seja o físico. Esse novo tipo de relacionamento se descreve como interativo por se diferenciar dos meios de comunicação de massa, os quais só passavam as informações passivamente aos seus públicos, impondo ideias, sem abertura para discussões acerca do assunto em que esteja abordando.

Segundo Nassar (1997), o profissional da área de Relações Públicas necessitava se adequar aos novos públicos existentes, de acordo com as novas mídias utilizadas por eles, no caso, o uso dos computadores, da informática e da internet (ambiente digital). O autor esclarece que “as novas tecnologias são amigáveis, mas vão excluir da atividade quem teimar em não incorporá-las no dia-a-dia da atividade. (NASSAR, 1997, p. 125)”. Ou seja, assim como no mercado de trabalho da década de 1990, qualquer profissional, para se destacar, teria que dominar a área da informática, os profissionais de Relações Públicas precisavam aprender a trabalhar a comunicação e os relacionamentos por meio dessa nova tecnologia, que era a internet.

Das atividades exercidas pelo profissional de Relações Públicas, a comunicação dirigida era uma das opções, quando levado em conta, a comunicação interna ou organizacional. Fortes (2003) apresenta os diversos tipos de comunicação dirigida,

⁶ A autora optou em trabalhar com esse termo, de acordo com Primo (2003).

dividindo em quatro etapas: veículos de comunicação dirigida escrita, comunicação dirigida oral, comunicação dirigida auxiliar e comunicação dirigida aproximativa.

De acordo com Fortes (2003), a comunicação dirigida surgiu em contrapartida da comunicação de massa. O profissional de Relações Públicas, a partir da comunicação dirigida, determina públicos estratégicos para o tipo de trabalho ao qual esteja desenvolvendo. Como por exemplo, o caso dessa edição comemorativa da revista *Comunicadores*, que aborda sobre os cem anos de Relações Públicas no Brasil. Esse instrumento de comunicação digital, de acordo com Dourado (2014) se enquadra no modelo de revistas *webzines*. Essas revistas geralmente são produzidas para meios acadêmicos e comerciais, apresenta recursos multimidiáticos, como por exemplo, fotografias, gráficos e vídeos, além de serem direcionadas ao ambiente digital, acessadas por meio de computadores (*desktop, notebook ou netbook*).

Essa edição comemorativa da revista *Comunicadores*, mesmo que hospedada no *blog*⁷ institucional do Programa de Educação Tutorial de Comunicação Social da Universidade Federal do Amazonas (Petcom Ufam) direciona-se aos estudantes, professores, profissionais e simpatizantes da área das Relações Públicas.

Esse produto é resultado de um projeto de três anos, desenvolvido pela autora desde trabalho, no Petcom. Houve duas edições anteriores apresentadas nos eventos de acolhida aos calouros, “Petcom nas Nuvens” e “Petcom Show”, em 2013 e 2014, respectivamente. A segunda edição foi premiada, inclusive, no congresso da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares (Intercom) regionalmente, em Belém do Pará, e nacionalmente, em Foz do Iguaçu. Alunos do 6º período de Relações Públicas da Ufam realizaram uma pesquisa sobre o Petcom, período passado, em que, nos resultados, a revista *Comunicadores* é o projeto mais conhecido do programa, pelos alunos de curso de comunicação social da Ufam.

2. OBJETIVO

Essa é uma edição comemorativa da revista *Comunicadores*, falando sobre os 100 anos das Relações Públicas, aqui no Brasil. O objetivo desse instrumento de comunicação institucional digital é abordar fatos históricos e atuais, desses 100 anos da área de Relações Públicas, tanto no Amazonas quanto no Brasil. Divulgar assuntos em discussão, apresentar professores, alunos e profissionais, que desenvolvem projetos e trabalhos significativos para essa área da comunicação social.

⁷ Disponível em: <http://petcomufam.com.br/>

3. JUSTIFICATIVA

Para a realização da edição comemorativa dessa revista, foram selecionados três aspectos importantes. O primeiro foi uma pesquisa realizada pelos alunos Tiago Calado, Beatriz Maia e Julianne Correa, 6º período de Relações Públicas, para a disciplina de Pesquisa em Relações Públicas, ministrada pela professora Msc. Judy Tavares, em 2014. Na atividade dessa disciplina, o aluno deveria desenvolver uma pesquisa de opinião acerca de um assunto. O grupo optou por realizar uma pesquisa sobre o Petcom, para avaliar o quanto os alunos do curso de comunicação da Ufam conhecem sobre o programa e seus projetos. Especificamente, a terceira das oito perguntas da pesquisa, questionou quais eram os projetos mais conhecidos pelos alunos, e a revista Comunicadores ficou em primeiro lugar.

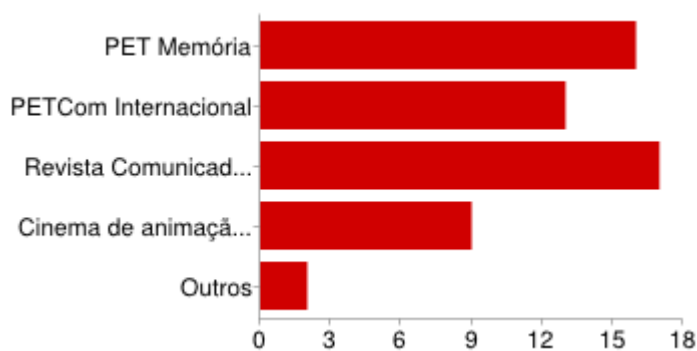


Gráfico da pesquisa dos alunos do 6º período

O segundo aspecto foram as duas premiações da revista Comunicadores no congresso da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), em 2014. A revista estava inserida na categoria de Relações Públicas e Comunicação Organizacional, modalidade Produto de Comunicação Institucional Digital. A primeira fase foi no Intercom Norte, em Belém e a segunda, no Intercom Nacional, em Foz do Iguaçu.

O terceiro aspecto, e o mais importante, é o fato marcante da área de Relações Públicas estar completando cem anos. Reunindo esses três aspectos, pensou-se em elaborar uma revista em homenagem a essa área da comunicação. Pelo fato da autora deste trabalho já desenvolver revista digital há três anos no Petcom decidiu-se realizar uma edição comemorativa da Comunicadores, com objetivo de produzir um instrumento de comunicação histórico, por meio do curso de comunicação da Ufam. A grande visibilidade das outras edições da revista, de acordo com a pesquisa dos alunos do 6º período e a premiação nacional da edição 2014, resultou em quais seriam os públicos estratégicos desse

instrumento de comunicação dirigida e ao mesmo tempo, digital. A respeito de sua institucionalidade, essa edição comemorativa da Comunicadores determina-se como institucional da área de Relações Públicas, e não da Ufam, como nas outras edições. Portanto, ela se descreve como dirigida, porque delimita quais os públicos que se buscam alcançar, no caso, seriam os professores de comunicação, alunos, profissionais, e simpatizantes da área de Relações Públicas, da região, assim como do país.

4. MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Um instrumento de comunicação dirigida aos alunos do curso de comunicação social da universidade era o que mais atendia às questões do cenário de relacionamento entre os públicos estratégicos que foram estudados no planejamento de uma revista institucional digital para o Petcom, no ano de 2013.

Com base nisso, uma revista institucional digital revelou-se como uma nova opção, por vários aspectos. Dourado (2014) explica que uma revista digital tem o objetivo de apresentar seu conteúdo de forma inovadora e inédita, a partir do uso dos novos meios tecnológicos já existentes, diferenciando-se dos modelos impressos, principalmente. A revista Comunicadores, de acordo com a autora, pertence ao modelo de revistas digitais *webzines*. Essas revistas são fechadas, com capas, miolos e contracapas. São produzidas especialmente aos ambientes digitais e podem ser acessadas a partir de um *notebook*, *netbook* e *desktop*. Na sua maioria, possuem recursos multimidiáticos, além do destaque à valorização da estética dos modelos *webzines*. Esse tipo de revista no ambiente digital, segundo Natansohn et al (2009) possui essa nomenclatura, por ser mais utilizada, atualmente, nas pesquisas acadêmicas e no mercado comercial.

A afinidade dos alunos do curso de comunicação social da Ufam, com o ambiente digital, comprovado no resultado da pesquisa aplicada em 2013, intensificou ainda mais a ideia de se produzir uma revista digital, hospedada no blog institucional do Petcom e ainda ser divulgada na *fanpage* do programa, no *facebook*.

Por se tratar dos cem anos de Relações Públicas, no Brasil, foi necessária uma pesquisa bibliográfica histórica. Após os dados teóricos e históricos coletados, foram determinadas quais seriam as editoriais, e como seria feita a produção dessa edição comemorativa da revista.

Foram realizadas 13 entrevistas com alunos, professores e profissionais da área de Relações Públicas, além de mais oito entrevistas *online* com os conselhos regionais da área

(Conrerps) e com os responsáveis pelas principais *fanpages* que discutem sobre a profissão de Relações Públicas nas mídias sociais.

Para a diagramação da revista foi preciso o auxílio de um técnico em recursos audiovisuais que ficasse responsável por toda a criação do produto da revista, no que diz respeito, aos programas de *design*.

5. DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Essa edição comemorativa possui seis editorias, com o total de oito matérias, uma linha do tempo em vídeo, animações e seu número de páginas correspondem a 26. O programa utilizado na sua diagramação e arte foi o *Adobe InDesign* e *Adobe Flash Player*. Como ponto de partida para o desenvolvimento desse instrumento de comunicação, por abordar o tema do centenário da profissão de Relações Públicas, foram necessárias pesquisas bibliográficas sobre o que aconteceu nesses últimos cem anos, na área de Relações Públicas.

Na capa dessa edição buscou-se reunir grandes nomes, brasileiros e americanos, que foram e são fundamentais nesses cem anos das Relações Públicas. Os escolhidos foram Walmir Albuquerque, Randolpho Bittencourt, Margarida Kunsch, Cláudia Moura, Teobaldo de Andrade, Eduardo Lobo, Ivy Lee, Edward Bernays, Jeffrey Sharlach, Waldyr Fortes e Carolina Terra.

A página dois da revista apresenta o editorial, escrito pela autora do trabalho e o expediente da revista, nomeando a equipe que desenvolveu o produto. O responsável pela diagramação, arte e animação da revista foi o técnico em diagramação, Kelvin Brasil; o editor dos textos das matérias foi o aluno do 8º período de Jornalismo da Ufam, Gabriel Oliveira; as fotos foram tiradas pela aluna do 6º período de Jornalismo da Ufam, Daniella Lima; o vídeo foi produzido pelo aluno do 6º período de Jornalismo da Ufam, Victor Costa e o produto foi idealizado pela editora chefe, que no caso, desenvolveu toda a concepção da revista, escreveu as matérias, realizou as entrevistas e trabalhou o roteiro do vídeo. Há ainda uma logo com três golfinhos, na cor azul, que representa a necessidade do clique do mesmo, ao aparecer nas matérias da revista. Quando clicado, irão surgir depoimentos dos entrevistados e animações.

O índice apresenta as seis editorias da revista, dividida em pares, na forma vertical. Cada editoria apresenta o número da página em que inicia a leitura, fotos em slides da matéria e uma pequena introdução sobre o que irá ser lido. Ao clicar em cima de cada editoria, no índice, o leitor irá automaticamente para a página desejada.

A primeira editoria dessa edição aborda uma matéria parcial sobre a regulamentação da profissão (RGPF). Na segunda editoria fala-se sobre “Quais as instituições oferecem o curso de RP no Amazonas” (RPAM). A terceira editoria da revista é de eventos (EVNT). Nessa editoria, a matéria informa aos interagentes sobre o evento de “100 anos de RP no Brasil”, que aconteceu ano passado, no dia 9 de dezembro, na Ufam.

A quarta editoria da Comunicadores, Nova Geração de RP (NVRP), possui duas matérias. A primeira é sobre “Quem é a nova Geração de RP” e a outra matéria da editoria é sobre “Mobilidade estudantil”. A penúltima editoria da revista é Relações Públicas em formação (RPFM) e também possui duas matérias, “RPs em formação” e “Um RP completo”. A última matéria dessa edição comemorativa da revista é sobre “O mercado de trabalho” (MCT).

A última página é concluída com o mesmo fundo de imagem da capa, no entanto, somente com o nome da revista.

6. CONSIDERAÇÕES

A edição comemorativa da revista Comunicadores sobre os cem anos de Relações Públicas no Brasil apresentou-se como um instrumento de comunicação dirigida, digital e institucional. Essa pluralidade da definição de conceito de instrumentos para a revista comprova que, a partir de seu planejamento, já havia relações dela com os contextos do ambiente digital, no qual está hospedada. O direcionamento calculado aos públicos estratégicos dessa edição (alunos, professores, profissionais e simpatizantes da área de Relações Públicas), a partir da comunicação dirigida; a inovação de um instrumento ambientado no universo digital, adequando-se aos tipos dos públicos de interesse e até mesmo ao cenário de comunicação mais atualizado, proporcionado pelo acesso à internet; e a institucionalidade desse instrumento de comunicação, que diferenciando-se das edições anteriores, essa edição comemorativa representa o institucional da própria área das Relações Públicas, com o intuito de resultar numa revista histórica, veiculada por meio do curso de comunicação social da Ufam.

Por ser uma edição comemorativa, esse instrumento de comunicação ultrapassa a temporariedade e espaço de tempo. As matérias abordadas não precisam de uma atualização imediata, pois são temas com representatividade histórica para a área de Relações Públicas na região do Amazonas, assim como no resto do país.

A relevância da pesquisa feita, neste trabalho, mostra-se quando é abordado sobre o desenvolvimento de um trabalho conjunto entre comunicação dirigida e comunicação

digital. Para um profissional cada vez mais atualizado, é muito importante se adequar às atualizações da profissão, no entanto, é incorreto desprezar as atividades clássicas da área. Conclui-se este trabalho com a tarefa árdua de proporcionar maior visibilidade para a área de atuação das Relações Públicas, adequando aos novos tipos de comunicação solicitados pelas organizações, e esclarecendo que sempre é fundamental a pesquisa dessa área da comunicação social, a qual a autora deste trabalho tem orgulho em fazer parte.

REFERÊNCIAS

ABRAPCORP. *Sobre a ABRAPCORP*. Disponível em: < <http://www.abrapcorp.org.br/site/> >. Acesso em: 12/dez/2014.

ALARP. *Sobre a ALARP*. Disponível em: < <http://www.alarpbrasil.com.br/> >. Acesso em 12/dez/2014.

ANDRADE, Cândido Teobaldo de Souza. *Curso de relações públicas: relações com os diferentes públicos*. – 5. ed. – São Paulo: Atlas, 1994.

BARROS, Rejanne. *Série sobre o Mercado de Trabalho em Manaus*. Disponível em: < <http://petcomufam.com.br/2015/01/rp-am-e-o-mercado-de-trabalho-com-rejanne-barros.html> >. Acesso em: 20/jan/2015.

CALADO, Tiago; CORREA, Julianne; MAIA, Beatriz. *Pesquisa de opinião pública sobre os projetos do Petcom*. Disponível em: < <https://docs.google.com/forms/d/1Yf-oIHnVxRIyWIDkO84M0reUFbX9YWWQBOyJU8PFzD8/viewanalytics> >. Acesso em 1/fev/2015.

CATARINO, Isabela. *Série sobre o Mercado de Trabalho em Manaus*. Disponível em: < <http://petcomufam.com.br/2015/01/rp-am-e-o-mercado-de-trabalho-com-isabela-catarino.html> >. Acesso em: 19/jan/2015.

COMPÓS. *Sobre a Compós*. Disponível em: < <http://www.compos.org.br/> >. Acesso em 12/dez/2014.

CONFERP. *Sobre a Conferp*. Disponível em: < <http://www.conferp.org.br/> >. Acesso em 12-dez/2014.

CORRÊA, Elizabeth Saad. *Comunicação digital: uma questão de estratégia e de relacionamento com públicos*. Disponível em: < http://www.eca.usp.br/departam/crp/cursos/posgrad/gestcorp/organicom/re_vista3/94.pdf >. Acesso em 15/dez/2014.

CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*; tradução: Roneide Venâncio Majer; atualização para 6ª edição: Jussara Simões. – (A era da informação: economia, sociedade e cultura; v. 1). São Paulo: Paz e Terra, 2002.

CESCA, Cleusa Gertrudes Gimenes. *Comunicação dirigida escrita na empresa: teoria e prática*. – São Paulo: Summus, 1995.

COSTA, Inara Regina Batista da; GOMES JÚNIOR, Jonas da Silva (Orgs). *Memória do curso de relações públicas da UFAM: 35 anos de trajetória*. Manaus: EDUA, 2012.

DANTAS, Manuella. *Série RPs em formação*. Disponível em: < <http://petcomufam.com.br/2015/01/serie-rps-em-formacao-manuella-dantas.html> >. Acesso em: 26/fev/2015.

DOURADO, Tatiana Maria Silva Galvão. As revistas mudam porque os suportes mudam: panorama do produto em formatos digitais. Disponível em: < <https://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0CB8QFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww2.pucpr.br%2Ffreol%2Findex.php%2Fcomunicacao%3Fdd99%3Dpdf%26dd1%3D7654&ei=x7XrVJGrHszVoASlOoHwDg&usq=AFOjCNH-NlfPu93QiRJgqijyTwADMP6SsQ&sig2=U4c7DQKjNG-keY71s2SuXg&bvm=bv.86475890,d.cGU> >. Acesso em: 30/jan/2015.

DOURADO, Tatiana Maria Silva Galvão. Modelos de revistas em formatos digitais: novas ideias e um conceito ampliado. Disponível em: < <http://www2.faac.unesp.br/ojs/index.php/leiturasdojornalismo/article/view/4/17> >. Acesso em 02/fev/2015.

DOURADO, Tatiana Maria Silva Galvão. Revistas em formatos digitais: modelos e novas práticas jornalísticas. Tese de mestrado. 157f. Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Culturas Contemporâneas – Universidade Federal da Bahia, 2013. Disponível em: < <https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/14009/1/Tatiana%20Maria%20Dourado.pdf> >. Acesso em 02/fev/2015

FALA MAIS RP. *Fanpage*. Disponível em: < <https://www.facebook.com/falamaisrp?ref=ts&fref=ts> >. Acesso em 12/dez/2014.

FILIZOLA, Mariana. Série sobre a Nova Geração de RP. Disponível em: < <http://petcomufam.com.br/2015/01/nova-geracao-de-rp-mariana-filizola.html> >. Acesso em: 15/jan/2015.

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

INTERCOM. Sobre A Intercom. Disponível em: < <http://www.portalintercom.org.br/> >. Acesso em 12/dez/2014.

JUCÁ, Thaís. Série sobre a Nova Geração de RP. Disponível em: < <http://petcomufam.com.br/2015/01/nova-geracao-de-rp-thais-bentes.html> >. Acesso em: 13/jan/2014.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. Comunicação Organizacional na era digital: contextos, percursos e possibilidades. Disponível em: < http://randolph.com.br/uniso/wp-content/uploads/2012/09/comunicacao_organizacional_digital.pdf >. Acesso em 20/nov/2014.

MOURA, Cláudia Peixoto (Org). História das relações públicas: fragmentos da memória de uma área [recurso eletrônico]. – Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008. Disponível em: < <http://www.pucrs.br/edipucrs/historiarp.pdf> >. Acesso em 30/out/2014.

MOURA, Cláudia Peixoto; FOSSATI, Nelson Costa (Orgs). Práticas acadêmicas em relações públicas: processos, pesquisas e aplicações. – Porto Alegre: Sulina, 2011.

NATANSOHN, Leonor Graciela; CUNHA, Rodrigo; BARROS, Samuel; SILVA, Tarcízio. Revistas online: do papel às telinhas. Disponível em: < <http://lumina.ufjf.emnuvens.com.br/lumina/article/view/148/142> >. Acesso em: 20/dez/2014.

- NATANSOHN, Leonor Graciela; CUNHA, Rodrigo do Espírito Santo. Revistas brasileiras online em plataformas móveis. Disponível em: < http://revistas.ufrj.br/index.php/eco_pos/article/view/890 >. Acesso em 10/jan/2015.
- PRIMO, Alex. Interfaces de interação: da potencialidade à virtualidade. Disponível em: < <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/3012/2290> >. Acesso em 20/jan/2015.
- RAPOSO, João Felipe. Série RPs em formação. Disponível em: < <http://petcomufam.com.br/2015/01/serie-rps-em-formacao-joao-felipe.html> >. Acesso em: 27/jan/2015.
- RECUERO, Raquel. A conversação como apropriação na comunicação mediada pelo computador. Disponível em: < <http://www.raquelrecuero.com/raquelrecueroolivrocasper.pdf> >. Acesso em 02/fev/2015.
- SALES, Agda. Mariana. Série sobre a Nova Geração de RP. Disponível em: < <http://petcomufam.com.br/2015/01/nova-geracao-de-rp-agda-sales.html> >. Acesso em: 14/jan/2015.
- SÓ RELAÇÕES PÚBLICAS FAZ. *Fanpage*. Disponível em: < <https://www.facebook.com/rpfaz?ref=ts&fref=ts> >. Acesso em 12/dez-2014.
- SILVA, Mateus. Série sobre a Nova Geração de RP. Disponível em: < <http://petcomufam.com.br/2015/01/nova-geracao-de-rp-mateus-bento.html> >. Acesso em: 12/jan/2015.
- SILVA, Swenny Azevedo; EVANGELISTA, Marina Ribeiro; JUCÁ, Thaís Bentes. Revista Institucional Digital Comunicadores. Disponível em: < <http://www.portalintercom.org.br/anais/norte2014/expocom/EX39-0257-1.pdf> >. Acesso em: 30/nov/2014.
- TERRA, Carolina Frazon. Comunicação Corporativa Digital: o futuro das relações públicas na rede. Tese de mestrado. 173f. Programa de Pós-Graduação *stricto sensu* - Departamento de Relações Públicas Turismo, da Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, 2006. Disponível em: < <https://www.google.com.br/url?sa=t&ret=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=0CCQOFjAB&url=http%3A%2F%2Fwww.teses.usp.br%2Fteses%2Fdisponiveis%2F27%2F27154%2Ftde-02072007-144237%2Fpublico%2FCarolinaTerra.pdf&ei=v7LrVK6BCMTVoATGwoLoDg&usq=AFQjCNGNoWWFCf2sBHLDDDDmchIleLq8Vg&sig2=XtpFguN01CNk-uNvdtpcEg&bvm=bv.86475890,d.cGU> >. Acesso em 15/dez/2014.
- TUPINAMBÁ, Larissa. Série sobre o Mercado de Trabalho em Manaus. Disponível em: < <http://petcomufam.com.br/2015/01/rp-am-e-o-mercado-de-trabalho-com-larissa-tupinamba.html> >. Acesso em: 21/jan/21014.
- VERSÁTIL RP. *Fanpage*. Disponível em: < <https://www.facebook.com/VersatilRP?ref=ts&fref=ts> >. Acesso em: 12/dez/2014.
- WANDERLEY, Tayara. Série sobre a Nova Geração de RP. Disponível em: < <http://petcomufam.com.br/2015/01/nova-geracao-de-rp-tayara-wanderley.html> >. Acesso em: 16/jan/2015.