



Da teoria à prática: um estudo sobre o estágio em relações públicas na cidade de Bauru¹

Beatriz Bassan STROPPIA²

Matheus de Souza GOMES³

Maria Eugênia PÓREM⁴

Universidade Estadual Paulista – “Júlio de Mesquita Filho”

FAAC- Faculdade de arquitetura, artes e comunicação.

Resumo

Relações Públicas é uma profissão relativamente jovem e por isso apresenta diversos conceitos supostamente mal resolvidos que refletem nos estágios da profissão. Diante da oportunidade de colocar em prática o aprendizado adquirido, muitos estagiários de relações públicas acabam por desempenhar papéis que não condizem com as reais funções desta profissão apontadas nas bibliografias sobre este tema. Através de pesquisas bibliográficas, em livros, periódicos e pesquisa de campo com aplicação de entrevistas, este trabalho busca ressaltar a importância do estágio para a consolidação da profissão. A pesquisa teve como objetivo mapear as funções exercidas pelos estagiários confrontando-as com o referencial teórico apresentado neste trabalho.

Palavras chave: estágio; Relações Públicas; funções de Relações Públicas.

Breve histórico das Relações Públicas

Conforme ensina Chanlat (1996, p. 49) “os contextos são os modos de leitura da situação. São as estruturas de interpretação, os esquemas cognitivos que cada pessoa possui e utiliza para compreender os acontecimentos que ocorrem e em particular o que nos interessa”. Portanto a história das Relações Públicas não é um fato isolado, está

¹ Trabalho apresentado na Sessão Comunicação organizacional, Relações Públicas e Propaganda, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Estudante de graduação de Relações Públicas da FAAC- UNESP, email: bia_b_s@hotmail.com

³ Estudante de graduação de Relações Públicas da FAAC- UNESP, email: matheus_desouzagomes@yahoo.com.br

⁴ Orientador do trabalho Professora Mestre do curso de Comunicação Social com habilitação em Relações Públicas da FAAC-UNESP, email: meporem@faac.unesp.br



atrelada a toda uma conjuntura histórica construída por meio de embates característicos de cada época.

A atividade de Relações Públicas surgiu nos Estados Unidos no século XIX, as situações políticas, sociais, econômicas, e culturais da época viabilizaram o processo de surgimento dessa profissão profundamente ligada à opinião pública, a democracia e aos movimentos sindicais.

Em 1869, foi criada nos Estados Unidos a Ordem dos Cavalheiros do Trabalho (OCT), uma poderosa central sindical capaz de um grande movimento de massa, com 700 mil associados em 1885. A Ordem foi sucedida pela FAT, Federação Americana do Trabalho, que acreditava no poder da opinião pública para tornar os sindicatos aceitáveis à sociedade. Em 1886, houve uma greve pela jornada de trabalho de oito horas, que obteve êxito em praticamente todo o país. Devido ao apoio que os sindicatos recebiam das massas a classe patronal decidiu também tentar atrair para si a opinião pública, surge assim à necessidade do desenvolvimento de uma profissão voltada para as comunicações de massa, o que proporcionou o surgimento da profissão de Relações Públicas.

Oficialmente a profissão de Relações Públicas surgiu em 1906, em Nova Iorque, quando Ivy Lee fundou o primeiro escritório de Relações Públicas.

A profissão de Relações Públicas surgiu em uma época de grande efervescência política, inicialmente com o objetivo de mobilizar a opinião pública.

Não se trata de mais uma atividade propagandista com a finalidade de divulgar uma instituição, um governo ou uma personalidade, mas sim de traçar estratégias para relacionar-se com os diferentes públicos, ainda que nesta fase inicial da profissão tenha prevalecido uma orientação calcada no suborno e aliciamento da imprensa e de muitos jornalistas dos grandes jornais da época. (MOURA, 2008, p.33)

Durante a crise de 1929, nos Estados Unidos, a profissão de Relações Públicas tornou-se indispensável, pois a habilidade desta recém surgida profissão de mover a opinião pública era essencial naquele período de crise.

Com a grande crise de 1929, a informação deixou de ser um luxo: tornou-se uma necessidade. Abraham Lincoln tinha-o dito: “Com a opinião pública nada pode malograr; sem ela nada pode resultar bem”. Esse apelo à opinião pública tornou-se especialmente urgente pela existência de mais de doze milhões de desempregados. Não é



fácil recordar de que uma revolução iminente tenha podido ameaçar os americanos da década de 30. (PETERSON, p 82) grifo do autor.

Depois de consolidada a profissão só fez crescer e se espalhar, chegou oficialmente no Brasil por volta da década de 1960, sendo que o curso de Relações Públicas fora oferecido primeiramente pela faculdade Cásper Líbero em São Paulo. Hoje o curso é oferecido por mais de 60 faculdades em todo o território nacional.

Os Conceitos de Relações Públicas

Conceituar relações públicas é sempre um trabalho complexo, devido ao seu caráter polissêmico.

O termo Relações Públicas é polissêmico, isto é, possui vários significados: um processo, um profissional, uma profissão, uma função, uma técnica e, talvez, como querem alguns, uma ciência. Verifica-se isso ao se observar o modo de falar de todos aqueles que tratam do assunto, pois, quando desejam referir-se ao processo de relacionamento da organização com os seus vários públicos, dizem "as Relações Públicas". Para designar o profissional que assessora ao poder decisório da empresa, quanto ao andamento do processo, dizem "o Relações Públicas". A profissão também se chama "Relações Públicas". Enfim, é um termo para designar muitos objetos, dificultando sobretudo a comunicação daqueles envolvidos no assunto (SIMÕES, 1879, p. 4. grifo do autor).

Simões (1980) ainda expõe ao citar a Associação Brasileira de Relações Públicas (ABRP) que “Relações Públicas é a atividade e o esforço deliberado, planejado e contínuo para estabelecer e manter a compreensão mútua entre uma instituição pública ou privada e os grupos de pessoas a que esteja, direta ou indiretamente, ligada.”.

Porquanto, Harlow (1976, p. 36) esclarece que:

As relações públicas são uma função distintiva de gestão, as quais ajudam a estabelecer e manter mútuas linhas de comunicação, entendimento, aceitação e cooperação entre uma organização e seus públicos; inclui a gestão de problemas ou temas controversos; ajuda a direção a manter-se informada e se presta a responder sobre a opinião pública; define e enfatiza a responsabilidade da direção em servir ao interesse público; ajuda a direção a manter-se a par das mudanças e a utilizá-los eficazmente, servindo como um primeiro sistema de alarme para ajudar a antecipar-se às tendências; e usa a pesquisa e as técnicas de comunicação de confiança e ética como suas principais ferramentas de trabalho.

Já para Barbosa (2002, p.106):



É importante definir o que vem a ser as relações públicas, a partir do conceito de “relação” e “público”. A palavra *relação*, no âmbito da filosofia, é uma das categorias fundamentais do pensamento, isto é, caráter de dois ou mais objetos de pensamento que são concebidos como sendo, ou podendo ser, compreendidos num único ato intelectual de natureza deter-minada, como identidade, coexistência, sucessão, cor-respondência; concluímos que *relacionamento* é a capacidade, em maior ou menor grau, de conviver ou de se comunicar com seus semelhantes. Define-se *público* como um grupo de pessoas com interesses comuns e objetivos definidos. É, também, segundo o dicionário Aurélio, um adjetivo que significa manifesto, notório, divulgado. Assim, passamos a entender a correlação estabelecida na junção das duas palavras que nos remetem a um processo mais complexo e sistêmico. As relações públicas seriam o processo de comunicar, de fazer-se conhecer, de manifestar uma identidade a um determinado grupo de pessoas.

Em diversas as opinião dos estudiosos sobre a definição quanto as funções desta profissão, porém há quem diga que Relações Públicas simplesmente não é definível:

Relações Públicas é um nome de qualquer coisa indefinível, que todos comentam e procuram fazê-las, mas que somente um grupo de eleitos possui a “chave do mistério”. Em razão mesmo desse círculo fechado, todos se arriscam a conceituar e a praticar Relações Públicas. Os apelidos dados às Relações Públicas têm sido os mais diversos e as confusões em torno de Relações Públicas crescem assustadoramente. Não existe qualquer praticante da área que não sinta um enorme prazer em buscar uma nova conceituação para Relações Públicas, ficando aparente que tudo o que já foi dito não foi suficiente (ANDRADE, 1973, p.3).

Conclui-se que conceituar Relações Públicas, suas atividades e funções é uma tarefa bastante difícil, entretanto, para efeito deste estudo parte-se do entendimento de que o profissional de Relações Públicas é um gestor da comunicação, responsável em fazer com que organizações se relacionem, dialoguem, interajam com diferentes públicos nas mais diversas situações. Desta forma, é um profissional imprescindível para organizações de todos os tipos.

Contudo, o que se percebe é um tratamento mais marginal dado a este profissional. Não é difícil encontrar profissionais ou estudantes de Relações Públicas desempenhando várias outras atividades empresariais que não àquelas ligadas à comunicação.



São inúmeros estudos que revelam as dificuldades encontradas pelos profissionais de Relações Públicas no mercado de trabalho, principalmente, são reveladores à falta de entendimento sobre suas funções.

Funções do Relações Públicas

As funções básicas de Relações Públicas estabelecidas pela *Comisión Interamericana para la Enseñanza de las Relaciones Públicas* (CIPERP)⁵ são: assessoramento, pesquisa, planejamento, execução (comunicação), e avaliação. Considerando que, a partir de tais funções, possa ser designada uma outra série de funções específicas correlacionadas com as primeiras.

No quadro da CIPERP, as funções de Assessoria abrangem o atendimento, em termos de consultoria, às políticas de Relações Industriais, de Mercadologia, de Propaganda, de Relações Públicas e à política administrativa em geral, no que diga respeito à posição da instituição perante a opinião pública. (ANDRADE, 1977, p.36).

Entretanto, Andrade (1977) afirma que para estudiosos do tema como Bertrand Canfield, Juan Merchán López e Millo Gambini a área de abrangência das Relações Públicas compreende tarefas como: pesquisa (estudo de opinião e interpretação das tendências); planejamento (política da instituição, determinação dos objetivos de RR.PP. e orçamento e custos); coordenação (contatos internos e externos); administração (serviços administrativos e supervisão de tarefas); produção (programação e material informativo).

Vale ressaltar que, ainda segundo Andrade (1977), nas funções de assessoramento o campo de atuação abrangem o atendimento às políticas de recursos humanos e de relações com os órgãos de mercadologia, propaganda, de relações públicas e a política administrativa em geral. Como conseguinte, as funções de pesquisa compreendem as pesquisas de opinião pública, de veículos de comunicação e de âmbito administrativo. As funções de planejamento, cuidam da elaboração do orçamento e custos dos serviços, preparam planos, projetos e programas, como também, planejam esquemas iniciais nos casos de crises e de emergências. As funções de execução têm como meta a produção de materiais informativos e de todas as etapas e ações a serem

⁵ Disponível em < <http://www.sinpropr.org.br/clipping/2004/088.htm>>. Acesso em 03 mai de 2009.



desenvolvidas nos setores de divulgação. Já as funções de avaliação seguem as mesmas tarefas consignadas nas funções de pesquisa, sendo realizadas posteriormente a todas as outras funções gerais e abrangendo também o controle do desenvolvimento das funções gerais, especialmente de execução. Dentro das organizações temos alguns cargos do profissional de relações que podem ser evidenciados, como: o diretor de Relações Públicas, esse desenvolve, controla e dirige atividades de relações públicas e de comunicações corporativas de uma organização; o gerente de Relações Públicas, o qual controla, supervisiona e executa estratégias para realçar o conceito público de uma organização e o especialista em Relações Públicas que coordena as atividades de relações públicas dentro de uma organização.

Porém, pode-se destacar outras funções:

Ainda nas funções gerais de execução, no setor de contatos, acham-se: relações com os órgãos da imprensa em geral e com os líderes da comunidade; representação da instituição em cerimônias e atos públicos; organização e execução do sistema de visitas à instituição; preparação de eventos especiais (...); colaboração com o Cerimonial em atos oficiais; elaboração e acompanhamento da política de donativos, subvenções, prêmios e bolsas de estudo. (ANDRADE, 1977, p.37).

Segundo uma pesquisa realizada por Kunsch (1997) em associações que empregavam relações públicas, as suas atividades específicas na prestação de serviços feita pelo Relações Públicas eram em diferentes áreas de atuação: consultoria, planejamento, assessoria de imprensa, organização de eventos, dentre outros.

Por todos esses aspectos, pode-se ressaltar que o profissional de Relações Públicas do Brasil teve uma trajetória repleta de desafios, principalmente por não ser devidamente conhecido pelas organizações e a sociedade como um todo. Apesar disso, o profissional de relações vêm obtendo cada vez mais posições relevantes no mercado de trabalho, se destacando como uma das profissões mais promissoras do futuro em artigo publicado pela Folha de S. Paulo, de 21 de dezembro de 2008. No mesmo artigo, é ressaltado que a função de Relações Públicas se tornou para as empresas mais estratégica e, por isso, mais valorizada.

A carreira de Relações Públicas permite ao seu profissional atuar em múltiplos campos, existem várias áreas das quais se pode dizer que caberiam os conhecimentos e especialidades de um Relações Públicas. Esse fato é mais um ponto positivo dessa carreira, pois facilita a absorção do profissional pelo mercado de trabalho ao permiti-lo



atuar em várias frentes. Entretanto, a multidisciplinaridade acaba interferindo na compreensão do empregador na hora de atribuir funções a um profissional de Relações Públicas, muitas vezes subestimando ou marginalizando às suas atividades privando-o de trabalhar com seu principal foco de estudos que é a gestão comunicação.

Pode-se considerar que “a amplitude e a ausência de especificação do termo relações públicas evitam que o termo se torne associado a qualquer outro tipo de função. Sendo um termo geral, permanece convenientemente como um termo “guarda-chuva”, que cobre vários tipos de funções (...)”. (LESLY, 1995, P.5).

Steffen (2008) ainda completa dizendo que a área de Relações Públicas sofre uma dissonância entre a teoria e a prática, o que com certeza atrapalha o entendimento sobre suas funções e atribuições.

Para ela:

O pensamento teórico sobre Relações Públicas, no Brasil, constante na sua literatura, não se associa à sua prática, tendo sido construído mais sobre base bibliográfica do que sobre pesquisas empíricas em torno do seu campo de atuação na sociedade brasileira. (STEFFEN, 2008, p.100).

Ainda, segundo Steffen (2008) isso pode gerar um grave problema para egressos dos cursos de graduação de Relações Públicas, pois se formam numa profissão que nem ao menos sabem e/ou entendem o “ser e o fazer desta função organizacional” (STEFFEN, 2008, p.100).

Isto também reflete nos estudantes destes cursos em vistas ao estágio na área. Muitos questionam o que fazer no estágio, quais são as exigências que pautam a profissão e qual a necessidade real das empresas por profissionais de Relações Públicas.

Nota-se que em muitos anúncios classificados em jornais e divulgações sobre estágio na profissão aparecem: “profissionais de comunicação social” sem se fazer referência específica à sua habilitação.

Cesca (2006, p. 33) reforça essa afirmação ao relatar que “o grande questionamento dos estudantes de relações públicas é: por que nas empresas, nas agências de recrutamento e seleção de pessoal e nos classificados dos jornais impressos não se encontra “Precisa-se de relações públicas”? (grifo da autora). Dessa forma, convém evidenciar que o estágio de relações públicas acaba evidenciando a falta de clareza existente no conceito de relações públicas, bem como suas funções e atividades.



Sabe-se da importância que o estágio tem para qualquer profissão, neste caso em especial, frisa-se a necessidade de mais estudos e pesquisas que possam discutir as aproximações e distanciamentos entre a prática e teoria desta profissão dentro das organizações e, de como, pode-se oferecer novos entendimentos sobre esta questão.

A importância do estágio: da formação a profissionalização

Embasando-se no referencial teórico, é possível perceber que independente da área, o estágio é de suma importância para o universitário. Pois é através do estágio que se tem um contato real com a profissão podendo, dessa forma, ter a aquisição de experiência e ingressar no mercado de trabalho. Além dessas vantagens, entende-se que é no estágio que surge a oportunidade do aluno colocar em prática toda a teoria vista em sala de aula, possibilitando assim o esclarecimento de algumas dúvidas e a percepção daquilo que precisa aprender e aperfeiçoar.

Sendo assim, o estágio acaba se tornando o momento mais apropriado para identificar deficiências e falhas, extrair benefícios dos erros, fazendo deles mais um aprendizado. Afinal de contas esse é o mais forte dos objetivos do estágio: aprender. Quando um estágio não proporciona aprendizado ele simplesmente perde a razão de ser, e passa a não ter sentido algum.

Lei de estágios⁶

Segundo a nova legislação⁷ em vigor, os estagiários devem cumprir carga horária máxima de 6 horas diárias, obtendo direito à bolsa-auxílio, auxílio transporte, recesso remunerado e podem ficar no máximo dois anos estagiando na mesma organização.

Esta legislação entrou em vigor há pouco mais de um ano e atualmente com a crise econômica mundial houve uma diminuição do número de estagiários no Brasil.

⁶ Para saber mais acesse a Cartilha sobre a Lei de estágio. Disponível em http://www.mte.gov.br/politicas_juventude/cartilha_Lei_Estagio.pdf.

⁷ Lei Nº. 11.788, de 25 de setembro de 2008. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2008/Lei/L11788.htm> Acesso em 04 de maio de 2009



Um levantamento feito pela Associação Brasileira de Estágios (Abres)⁸ mostra que o país tem 900 mil estagiários, sendo 650 mil no nível superior e 250 mil no nível médio, para um total de 13,1 milhões de estudantes.

Carlos Henrique Mencaci, presidente da NUBE (Núcleo Brasileiro de Estágios) explica que “por conta da oferta de alunos ser maior em algumas áreas, as bolsas acabam diminuindo”.

Entretanto, sinaliza Anessa Trassi, Analista de Treinamento do centro de desenvolvimento Profissional (Cedep)⁹ que “conquistará a melhor remuneração o candidato que tornar-se um multiespecialista, mantiver níveis de desempenho acima da média e apresentar contribuições diferenciadas e que agreguem valor à empresa como um todo” explica.

Apesar da nova legislação ter causado certo impacto nos empregadores as empresas ainda reconhecem a importância de um estagiário, como afirma Mencaci¹⁰ : “as empresas entenderam os benefícios na contratação de jovens e continuam investindo em talentos para moldá-los conforme o perfil da organização”

A importância do estágio em RP

Segundo a NUBE¹¹, o estagiário da área de Relações Públicas encontra-se na quinta posição do ranking entre os dez cursos de nível superior com as melhores bolsas-auxílio do Brasil, sendo essa em média R\$ 855,00.

É importante lembrar que o valor acima é uma média nacional, logo há estágios que pagam bolsa-auxílio maior ou menor, e que também o valor pode mudar de acordo com o candidato.

Isso pode ser reflexo, da repercussão cada vez maior que a profissão vem tendo na grande imprensa. Cada vez mais as organizações vem se conscientizando quanto a importância de um profissional de Relações Públicas trabalhando junto a elas, pois é

⁸ Disponível em < <http://blog.newsfree.com.br/2009/04/30/lei-do-estagio-n%C2%BA-1178808/> .>. Acesso em 04 de maio de 2009

⁹ Disponível em <http://www.nube.com.br/nubenews/noticia?id_noticias=1742>. Acesso em 04 de maio de 2009

¹⁰ Disponível em <http://www.nube.com.br/nubenews/noticia?id_noticias=1742>. Acesso em 04 de maio de 2009

¹¹ Disponível em < http://www.nube.com.br/nubenews/noticia?id_noticias=1742>. Acesso em 04 de maio de 2009



esse profissional, conforme cita LESLY (2002), que faz o papel intermediário entre seus clientes/ empregadores e os seus públicos.

Com vistas a um entendimento mais focalizado sobre esta questão este trabalho objetivou uma pesquisa cujo objetivo foi de verificar as atividades realizadas por alunos de Relações Públicas que realizam estágio dentro de algumas organizações. Partiu-se do pressuposto de que o estudante de Relações Públicas tem grande dificuldade ao estagiar nas organizações, pois passam a executar funções e atividades que não necessariamente fazem parte da sua competência específica.

Pesquisa: reflexões e discussões sobre estágio em RP

Desenvolveu-se uma pesquisa exploratória-descritiva para fins de aprofundamento sobre as questões que envolvem o estágio dos alunos de Relações Públicas e que pudessem responder aos objetivos propostos. Entende-se que a pesquisa exploratória tem como objetivo, segundo Gil (1996), de proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais claro, aprimorando as idéias. Já o método descritivo tem como objetivo envolve a coleta de dados a fim de testar hipóteses ou responder questões referentes ao corrente status do indivíduo do estudo.

Tem como universo da pesquisa os alunos do curso de Relações Públicas, de uma universidade pública da cidade de Bauru, Estado de São Paulo. O curso possui aproximadamente 200 alunos regulares, sendo que destes, 30% estagiam em diferentes empresas na cidade. Foi aplicada uma entrevista semi-estruturada, em 13 alunos que se prontificaram em responder a pesquisa voluntariamente. Entre os alunos, 12 são do sexo feminino e 1 do sexo masculino. Isso pode ser efeito do próprio perfil do curso de relações públicas que normalmente atrai mais mulheres do que homens.

Os resultados apontaram que a maioria tem em média vinte anos de idade e se encontram no terceiro ano do curso de Relações Públicas. Os segmentos das empresas onde os estagiários atuam revelam uma porcentagem de 50% na área comercial e os outros 50% divididos nas áreas de eventos, indústria e escola.

Os alunos entrevistados em sua maioria estagiam há pouco tempo, variando este período de um a sete meses de estágio. Isso responde de certa maneira à nova lei de estágios visto que a mesma permite que o estágio em qualquer área seja possível somente por dois anos. Dessa forma, as empresas oportunizam esta condição legal e



passam a dar preferência aos alunos no terceiro ano dos cursos que estagiariam até a conclusão do curso, coincidindo com o término do período permitido de estágio.

As funções exercidas e citadas pelos alunos são: marketing, comunicação interna e externa, planejamento de eventos, organização de eventos, criação e organização de ações publicitárias e relacionamento com o público da empresa. Sendo que suas atividades são bastante variadas como: desenvolvimento de projetos, pesquisa de opinião, *mailling*, *clipping*, técnicas redacionais, comunicação dirigida, pesquisa de público alvo, estatística, planejamento estratégico, organização de eventos e releases.

Do total de entrevistados, doze obtêm bolsa auxílio com uma média de R\$ 440,00, além de alguns benefícios extras, nos quais estão o vale alimentação e vale transporte que são recebidos por 50% dos alunos que fazem estágio.

Na prática, os alunos citaram algumas atividades que aprenderam no curso, que se inserem na área de relações públicas, apontadas no referencial teórico, como por exemplo, o relacionamento com públicos distintos, negociação, direcionamento de públicos, organização de eventos, desenvolvimento de projetos e plano de mídia.

Outras atividades descritas pelos estagiários que se aproximam das do referencial teórico, envolvem captação de clientes, auxílio no desenvolvimento de produtos e projetos, auxílio nos veículos de comunicação internos da empresa, *clipping*, *mailling*, organização de eventos, comunicação interna e externa, busca de parcerias para organização, produção de releases, pesquisa de mercado.

As perspectivas dos alunos em agregar o estágio com a carreira são de acrescentarem experiência profissional ao currículo, desenvolvimento pessoal, de vivenciarem a dinâmica das empresas, conhecerem diversas áreas da comunicação, além de aplicarem na prática as teorias que estudam e aprenderem algumas funções que são realizadas apenas na prática.

Entretanto, apenas 40% dos estagiários disseram que suas empresas promovem treinamentos e cursos estendidos a eles com a intenção declarada de contratá-los depois de formados ou de incentivá-los na promoção profissional.

Através da pesquisa, vários alunos declararam que nas organizações em que trabalham ainda não existe um conhecimento aprofundado das funções que o profissional de relações públicas exerce, isso mostra que muitas organizações ainda desconhecem as suas áreas de atuação. Apesar disso, alguns estudantes revelam o quanto passam a ser valorizados por estas organizações após iniciarem suas atividades e



demonstrarem na prática diária de seu trabalho a importância da comunicação para estas empresas.

Considerações finais

Por todos os aspectos vistos, verificam-se as atividades que o estagiário de Relações Públicas pode exercer na prática e o quanto isso é fundamental para carreira do aluno, pois ele pode aplicar dentro das atividades desenvolvidas na organização o que é estudado durante o curso.

Dessa maneira, identificou-se uma perspectiva positiva sobre a profissão ao ter contato com os alunos estagiários que já se inserem no mercado, pois a maioria deles trabalham na área de comunicação dentro das organizações e realizam algumas funções de um Relações Públicas.

Apesar desde ser um estudo bem focalizado e de pouca abrangência para estes pesquisadores o artigo foi de grande valia, pois foi possível se aproximar muito mais da realidade do mercado de trabalho e esclarecer que, apesar das dificuldades encontradas na profissão de relações públicas, muito em função da falta de clareza existente sobre suas funções e práticas, entende-se que os alunos estagiários conseguem aplicar muitas técnicas e conceitos aprendidos ao longo do curso. É importante destacar que muito se fala de falta de oportunidades e de reconhecimento desta profissão, mas a pesquisa mostra que nem sempre isso de fato se verifica na prática.

Conclui-se assim a importância do investimento e ampliação de estudos que oportunizem investigar essa relação existente entre mercado X universidade, suas aproximações e distanciamentos, em especial, estudos que se concentrem em desvendar como mudar a percepção e/ou tornar cada vez mais reconhecido a profissão de relações públicas.

Referências Bibliográficas

ANDRADE, Cândido Teobaldo de Souza, Relações Públicas no mundo.
Disponível em:
<<http://www.portalrp.com.br/bibliotecavirtual/teobaldodeandrade/teobaldo02/0291.htm>>
Acesso em: 22 maio 2009.

ANDRADE, Cândido Teobaldo de Souza. Curso de Relações Públicas. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1997.



CESCA, Cleuza G. Gimenez. *Relações Públicas e suas interfaces*. São Paulo: Summus, 2006.

GIL, A.C. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 3 ed. São Paulo: Atlas, 1996.

KUNSCH, Margarida M. Krohling. *Relações Públicas e modernidade: novos paradigmas na comunicação organizacional*. São Paulo: Summus, 1997.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling, *Relações Públicas e excelência em comunicação*.
Disponível em:
<<http://www.portalrp.com.br/bibliotecavirtual/relacoespublicas/teoriaseconceitos/0081.htm>>
Acesso em 22 maio 2009.

MOURA, Claudia Peixoto de, *Historia das relações públicas*, EDIPUCRS.
Disponível em:
<<http://www.portal-rp.com.br/bibliotecavirtual/relacoespublicas/historia.htm>>
Acesso em: 22 maio 2009.

NASSAR, Paulo. *Relações Públicas na construção da responsabilidade histórica e no resgate da memória institucional das organizações*. São Caetano do Sul: Difusão, 2007.

LESLY, Philip. *Os fundamentos de Relações Públicas e da Comunicação*. São Paulo: Thomson, 2002.

SIMÕES, Roberto Porto, *Relações públicas: uma atividade*.
Disponível em:
<<http://www.portalrp.com.br/bibliotecavirtual/relacoespublicas/teoriaseconceitos/0026.htm>>
Acesso em: 22 maio 2009.

SIMÕES, Roberto Porto, *Relações Públicas: antes de tudo, um processo*.
Disponível em:
<<http://www.portalrp.com.br/bibliotecavirtual/relacoespublicas/teoriaseconceitos/0023.htm>>
Acesso em: 22 maio 2009.

STEFFEN, Ana Maria Walker Roig. *História das Relações Públicas*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008.