



Projeto Experimental Monografia do Curso de Relações Públicas na Univali 2001-2007: Um estudo exploratório sobre os 210 títulos¹

Mariane **GALLEAZZI**²

João **CARISSIMI**³

Universidade do Vale do Itajaí, SC

RESUMO

Este artigo busca analisar os títulos das monografias apresentadas entre os anos de 2001 a 2007 no curso de Relações Públicas da Univali na disciplina Monografia ministrada no 9º no período. O curso de RP foi o primeiro no Estado de Santa Catarina implantado no segundo semestre de 1997, formando a sua primeira turma em 2001/II. O estudo dos 210 títulos teve como base as 13 turmas que concluíram o curso. Para a elaboração do projeto foram feitas pesquisas documentais, bibliográficas, exploratórias e bibliométrica visando a quantificar e qualificar as informações a partir da análise de conteúdo.

PALAVRAS-CHAVE: relações públicas; monografia; tema.

INTRODUÇÃO

O artigo teve como objeto de estudo os Títulos das Monografias elaboradas pelos acadêmicos de Comunicação Social – Habilitação em Relações Públicas da Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI⁴ na disciplina Monografia, ministrada no 9º período entre os anos 2001 a 2007. A escolha do tema deu-se pelo fato de ser um estudo científico único no curso de Relações Públicas da Univali e pela dificuldade por mim encontrada ao retomar minha vida acadêmica. Depois de muito tempo afastada decidi concluir meu curso e deparei-me com uma grande dúvida que tenho certeza de que é a mesma que atormenta a mente de muitos acadêmicos: É hora de produzir o Trabalho de Iniciação Científica (TIC), e agora? Que linha de estudo devo seguir? Quais são as temas mais abordados das monografias? Para sanar essas e muitas outras dúvidas existentes e visando a facilitar o processo de escolha de novos temas para os próximos acadêmicos que se encontrem na mesma situação de dúvida em que me encontrei, resolvi me dedicar e fazer uma análise mais detalhada sobre os títulos dos trabalhos monográficos já apresentados pelos acadêmicos do curso de Relações Públicas. Para a elaboração deste artigo foram utilizadas pesquisas bibliográficas, exploratórias, documentais, análise de conteúdo e pesquisa bibliométrica.

¹ Trabalho apresentado no GT/ Comunicação Jr. - Comunicação Organizacional e Relações Públicas. Intercom 2011

² Acadêmica do curso de Comunicação Social – curso: Relações Públicas da Universidade do Vale do Itajaí.
E-mail: marianegalleazzi@univali.br.

³ Mestre em Comunicação e Informação UFRGS, professor no curso de Comunicação Social – habilitação em Relações Públicas da Universidade do Vale do Itajaí – Univali, professor pesquisador do Grupo de Pesquisa Redes de Comunicação da Univali: email: carissimi@univali.br

⁴ Universidade do Vale do Itajaí



PROBLEMA

Para Marconi e Lakatos (2010, p. 203), “a formulação do problema prende-se ao tema proposto: ela esclarece a dificuldade específica com a qual se defronta e que se pretende resolver por intermédio da pesquisa”.

Segundo Apolinário (2004, p. 161), “o bom desenvolvimento da pesquisa está diretamente ligado à elaboração do problema, pois dependendo de sua correta formulação e análise é que serão determinados os métodos de pesquisa a serem adotados”.

Desta forma surgiram os seguintes questionamentos:

- a) Quais são os assuntos, organizações e metodologias de estudos utilizados nos títulos das monografias feitas pelos alunos do curso de Relações Públicas da Univali?
- b) Até que ponto uso da palavra-chave “Relações Públicas” está relacionada nos títulos com outras áreas como: jornalismo, publicidade e propaganda e marketing?

OBJETIVOS

Objetivo geral

De acordo com Roesch (1999), o objetivo geral de um projeto é definir o propósito do trabalho, no entanto, somente este não é suficiente devido à sua amplitude, fazendo-se necessário o uso dos objetivos específicos.

O objetivo geral do artigo é analisar os títulos das monografias desenvolvidas na disciplina Monografia do 9º período do Curso de Relações Públicas da Univali.

Objetivos específicos

Segundo Roesch (1999), a formulação dos objetivos específicos existe para complementar os objetivos gerais e para que seja possível se ter uma ideia melhor de como o trabalho será desenvolvido. Sendo assim, os objetivos específicos do artigo são:

- a) quantificar as monografias: na questão assuntos, objetivo verbo, organizações, metodologias e questão geográfica;



- b) identificar os assuntos, objetivo/verbo, organizações, metodologias e questão geográfica utilizados nos títulos e subtítulos;
- c) descrever a utilização da palavra-chave Relações Públicas, relacionado às áreas de estudo.

TÍTULO E SUBTÍTULO

Título é um elemento pré-textual que tem como objetivo apresentar o tema que será abordado, devendo ser elaborado de forma coerente com o trabalho desenvolvido e ter o objetivo de atrair o leitor. Os títulos podem vir ou não acompanhados de subtítulos, não é uma regra, mas, se existir o subtítulo, deve estar em total sintonia com o título e deve-se apresentar tipograficamente destacado, seja com fonte diferenciada ou separado por dois pontos.

Gonçalves (2004, p. 27) diz que “título é o que expressa a ideia geral do tema estudado e o subtítulo especifica a abordagem dada a ele”.

Para Traldi (1998, p. 21), os elementos pré-textuais são aqueles que antecedem a introdução e que explicam e identificam o trabalho.

Segundo Secaf (2000, p. 24), os títulos variam de acordo com a natureza do texto, seja ele jornalístico ou periódico, podendo-se classificar como: título fixo, título assunto, título notícia, título rótulo ou acusação e é comum também classificá-los como sintético, analítico, genérico ou restritivo.

Como o objetivo do título é chamar a atenção do leitor, ele deve ser claro e conter as principais informações sobre o texto, fazendo com que o leitor possa identificar o assunto e a área de conhecimento que será abordada.

MONOGRAFIA

As monografias no meio acadêmico também são conhecidas como Trabalho de Conclusão de Curso, sendo utilizadas tanto na graduação quanto na pós-graduação dividindo-se da seguinte forma: **Teses:** trabalho acadêmico elaborado nos cursos de doutorado; **Dissertação:** trabalhos acadêmicos elaborados no final dos cursos de mestrado; **Monografia:** elaborado no final da graduação e na especialização.

Costa (1998, p. 213) define monografia da seguinte forma:



Estudo minucioso que propõe esgotar um determinado tema relativamente restrito. O relatório de pesquisa é editorado sob a forma de uma monografia que, conforme o grau de profundidade pode ser um trabalho de iniciação científica, uma dissertação ou uma tese.

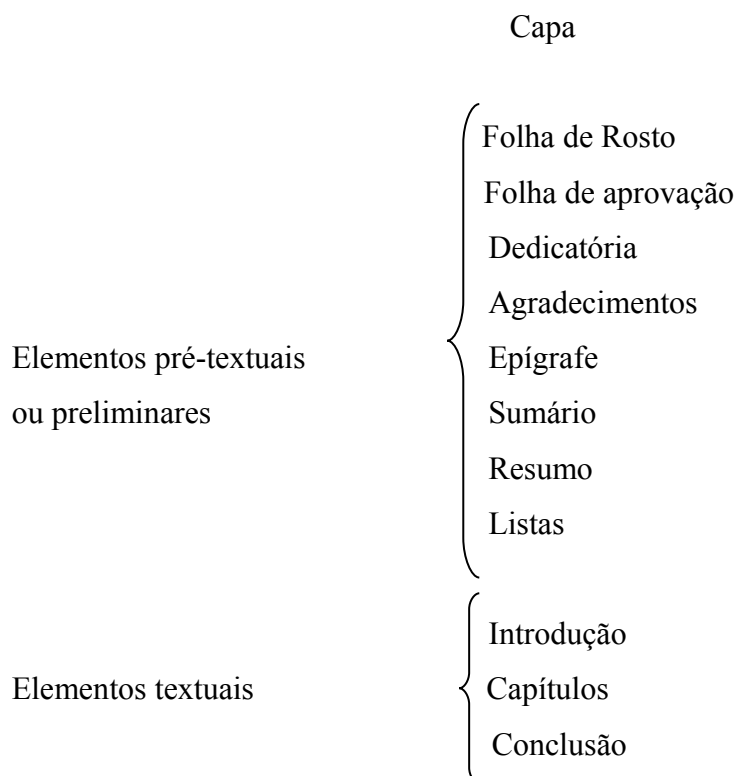
Tachizawa (2004, p. 16) compreende monografia como:

Trabalho destinado a cumprir uma obrigação acadêmica e de caráter de iniciação científica, diferente, portanto, de uma tese do doutorado ou de uma dissertação de mestrado. Chama-se de Monografia porque o trabalho é, em essência, delimitado, estruturado e desenvolvido em torno de um único tema ou problema.

Para a elaboração de um trabalho monográfico é necessário que o acadêmico faça uma pesquisa, seja ela bibliográfica, de campo ou até mesmo experimental.

No campo monográfico existem três modalidades de estudo, segundo Tachizawa (2004, p. 12), elas são definidas da seguinte forma: monografia de análise teórica aquela que “evidencia uma simples organização coerente de ideias, originais e bibliográficas”; monografia de análise teórico-empírica “é uma simples análise interpretativa de dados primários em torno de um tema, com o apoio bibliográfico”, e monografia de estudo de caso “é desenvolvida a partir da análise de uma determinada organização”.

Para Traldi (1998, p. 17), os trabalhos monográficos são divididos em três partes: pré-textuais, textual e pós-textual. Para melhor compreensão temos a seguinte ilustração:



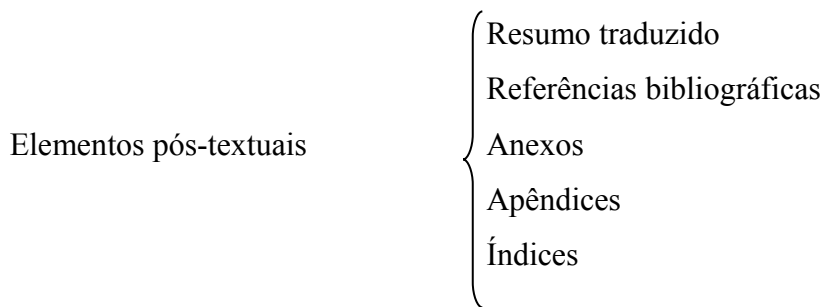


Figura 1: Elementos que compõem monografia.

Fonte: Traldi (1998, p. 18).

Segundo Traldi (1998, p. 19), “a capa deve conter os dados de identificação da instituição e do aluno, além de apresentar, de maneira clara, **o título do trabalho e o subtítulo, quando houver**” (grifo nosso).

A UNIVERSIDADE/CURSO

Com quase 26 mil alunos, a Univali tornou-se ao longo dos anos uma das maiores e mais importantes universidades brasileiras, oferecendo mais de 70 cursos de graduação entre bacharelados, licenciaturas e tecnólogos.

O Centro de Ciências Sociais e Aplicadas – Comunicação, Turismo e Lazer – CECIESA.COM, é referência na formação de profissionais nas áreas da hospitalidade e comunicação. O CECIESA.COM conta com 15 cursos distribuídos em três *campi*: Itajaí, Balneário Camboriú e Florianópolis. O Curso de Relações Públicas foi implantado na Univali em Itajaí no segundo semestre de 1997, sendo o primeiro curso de Relações Públicas do Estado Santa Catarina.

O curso de Comunicação Social – Habilitação em Relações Públicas da Univali esta nos moldes *lato sensu*, onde o acadêmico tem um curto espaço de tempo para a elaboração do Trabalho de Conclusão de Curso – monografia, diferenciando-se dessa forma do programa monográfico *stricto sensu*, onde o prazo para elaboração do trabalho dura entre dois e cinco anos.

Segundo Ferreira (2008, p. 640), partir do ano 2000, devido às necessidades do mercado, outras universidades catarinenses implantaram o curso, sendo elas: Associação Educacional Leonardo da Vinci ASSEVI, ano 2000/II; FACVEST – Faculdades Integradas da Rede de Ensino UNIVEST, ano 2002/I; Associação de Ensino de Santa Catarina ASSESC,



ano 2002/II; Universidade do Contestado UnC, ano 2002, e Instituto Blumenauense de Ensino Superior IBES, ano 2005/I. Atualmente, a Univali é a única universidade no Estado que oferece o curso.

METODOLOGIA E PESQUISA

A metodologia utilizada é um fator importante para confirmar a veracidade das informações apresentadas no artigo, bem como esclarecer de forma abrangente o método científico utilizado durante o processo de realização da pesquisa.

A análise dos títulos dos trabalhos monográficos foi realizada com o objetivo de ter uma visão amplificada das linhas de estudo que estão sendo seguidas pelos acadêmicos na fase de conclusão do curso de Relações Públicas ao desenvolverem suas monografias.

O estudo foi concentrado nos títulos das monografias e para a elaboração do artigo foram realizados diferentes tipos de pesquisa buscando alcançar os objetivos propostos.

Galliano (1986, p. 109) diz que:

Pesquisa bibliográfica é a que se efetua tentando resolver um problema ou adquirir novos conhecimentos a partir de informações publicadas em livros ou documentos similares (catálogos, folhetos, artigos, etc.). Seu objetivo é desvendar, recolher e analisar as principais contribuições teóricas sobre um determinado fato, assunto ou idéia.

O estudo exploratório, segundo Appolinário (2004, p. 87), “é um estudo que tem por objetivo aumentar a compreensão de um fenômeno ainda pouco conhecido, ou de um problema de pesquisa ainda não perfeitamente delineado”, e é exatamente nesses moldes que se enquadra a nossa pesquisa, pois nosso objetivo é estudar um campo ainda não explorado, os títulos monográficos do curso de Relações Públicas.

Para Marconi e Lakatos (2010, p. 157), a pesquisa documental é aquela em que a fonte da coleta de dados esta restrita a documentos, escritos ou não, constituindo o que se denomina de fontes primárias como base para esta pesquisa foi utilizado o catálogo on-line de monografias do curso de Relações Públicas.

Ainda segundo Marconi e Lakatos (1991, p. 24), “fontes primárias são contatos diretos, pesquisa de campo ou de laboratório realizados com pessoas que podem fornecer dados ou sugerir possíveis fontes de informações úteis”.

Foram utilizados também dados secundários para a consistência do referencial teórico e, de acordo com Marconi e Lakatos (1991), são dados secundários aqueles já buscados por



outra pessoa, e que apenas auxiliam o pesquisador, que tem o papel de analisar e tirar o máximo proveito possível desse material. Neste trabalho, as fontes secundárias foram pesquisadas na internet, artigos científicos, livros e no próprio catálogo on-line de monografias. A análise de conteúdo, conforme Appolinário (2004, p. 27), “é um conjunto de técnicas de investigação científica, caracterizadas pela análise de dados escritos ou não”.

Para a finalização do processo de estudo foi necessário quantificar e qualificar as informações adquiridas através das análises dos resultados da pesquisa. Para isso foi utilizado o método de pesquisa bibliométrica onde são aplicados métodos estatísticos e matemáticos para mensuração dos dados. Segundo Marconi e Lakatos (2010, p. 91), “estatística pode ser considerada mais do que apenas um meio de descrição racional; é, também, um método de experimentação e prova, pois é método de análise”.

RESULTADOS

De acordo com Roesch (2005), a análise de dados tem o objetivo mensurar a frequência de um fenômeno. São criados indicadores numéricos qualificáveis, deixando a cargo do pesquisador a ação de interpretar os resultados obtidos.

A observação, de acordo com Roesch (2005), traz o pesquisador para dentro do universo pesquisado, a observação permite ao pesquisador avaliar com profundidade os detalhes dos acontecimentos. Com isto podemos afirmar que o pesquisador passa a ser instrumento de pesquisa, no caso da observação, sendo necessária certa sensibilidade por parte do pesquisador em ler mensagens pouco claras na ocasião. Os questionários foram tratados de forma estatística descritiva, através do *software* Excel, apresentando na forma de tabelas os resultados obtidos na investigação.

Tabela 1: Verbo

Incentivar	1	0,48%
Divulgar	1	0,48%
Outros	208	99,04%
Total	210	100%

Fonte: Dados primários da pesquisa – elaborada pela acadêmica.

Quanto ao uso do verbo no título, a pesquisa apontou para não uso do verbo. Na literatura estudada nenhum dos autores fala sobre a necessidade da utilização de verbo nos títulos dos trabalhos. Dentre os 210 títulos monográficos estudados somente 0,96% apresentaram verbos, o que representa dois títulos. Exemplos encontrados:



Título 01: As Estratégias de Comunicação Utilizadas para Incentivar o Público Interno no Segmento Moda no Comércio Varejista: Estudo das lojas associadas à CDL de Balneário Camboriú.

Títulos 02: A Igreja com Propósitos e a Comunicação: os Instrumentos utilizados pelo Ministério Propósitos Brasil para divulgar e disseminar a filosofia da “Igreja com Propósitos”.

Tabela 2: Localização Geográfica – País

Brasil	206	98,10%
Itália	2	0,95%
Portugal	1	0,48%
EUA	1	0,48%
Total	210	100%

Fonte: Dados primários da pesquisa – elaborada pela acadêmica.

No que diz respeito à localização geográfica, observou-se que no período estudado 98,10% das monografias foram realizadas em estudo feitos no Brasil. Os estudos realizados no exterior foram os seguintes:

Título 01: Cursos de Relações Públicas na Itália: um ensino diferenciado.

Título 02: A atividade de Relações Públicas das agências Brodeur Image Time e Hill & Knowlton na Itália.

Título 03: Relações Públicas internacionais: Um estudo de caso do intercâmbio entre a Universidade do Vale do Itajaí e a Universidade do Minho .

Título 04: A indústria de relações públicas nos EUA e as atividades desenvolvidas pelas agências Weber Shandwick Worldwide e Fleishman-Hillard Inc.

Tabela 3 – Localização Geográfica – Estado

SC	130	61,90%
SP	3	1,43%
RS	1	0,48%
PR	1	0,48%
Outros	75	35,71%
Total	210	100%

Fonte: Dados primários da pesquisa – elaborada pela acadêmica.

Dos 210 títulos estudados apenas 135 fizeram referência quanto ao Estado onde os estudos foram realizados, 61,90% foram feitos em Santa Catarina, 1,43% em São Paulo, 0,48% no Rio Grande do Sul e 0,48% no Paraná, e 35,71% dos títulos não apresentaram indicação quanto ao Estado.

Tabela 4 – Localização Geográfica – Cidade



Itajaí-SC	64	30,48%
Bal. Camboriú-SC	13	6,19%
Joinville-SC	8	3,81%
Florianópolis-SC	5	2,38%
Blumenau-SC	3	1,43%
Navegantes-SC	2	0,95%
Brusque-SC	2	0,95%
Itapema-SC	1	0,48%
Caçador-SC	1	0,48%
Tijucas-SC	1	0,48%
Guabiruba-SC	1	0,48%
São Francisco do Sul-SC	1	0,48%
Erechim-RS	1	0,48%
Curitiba-PR	1	0,48%
AMFRI	2	0,95%
Outros	104	49,52%
Total	210	100%

Fonte: Dados primários da pesquisa – elaborada pela acadêmica.

Em relação aos municípios onde os estudos foram realizados, quem obteve maior destaque foi Itajaí com 30,48%. A Associação dos Municípios da Região da Foz do Rio Itajaí – ANFRI foi citada em dois títulos monográficos o que significa 0,95% dos casos.

Na categoria outros, estão inseridos os títulos que não apresentaram nenhuma especificação geográfica quanto ao município.

Tabela 6 – Metodologias aplicadas

Estudo de caso	69	32,86%
Estudo comparativo	6	2,86%
Auditoria	1	0,48%
Revisão bibliográfica/reflexões	4	1,90%
Análise de conteúdo	1	0,48%
Pesquisa de opinião	2	0,95%
Estudo	15	7,14%
Análise	11	5,24%
Outros	101	48,10%
Total	210	100%

Fonte: Dados primários da pesquisa – elaborada pela acadêmica.

Dos 210 títulos monográficos estudados, 101 não apresentaram metodologia expressa no título, o que nos dá um percentual de 48,10% dos casos. Os outros 50,95% que apresentaram metodologia, os valores mais significativos ficaram para estudo de caso, com 32,86%.



Algumas situações foram observadas, como exemplo os títulos que se referem à Análise e Estudo, em ambos os casos o autor não deixa claro o tipo de análise/estudo foi realizado. Para melhor classificação, seria necessário um estudo nos resumos e metodologia. Em relação ao estudo, levanta-se a hipótese de que se trate de estudo de caso, o que aumentaria significativamente o percentual demonstrado na tabela anterior para 40% dos títulos que apresentam metodologia serem estudo de caso.

Tabela 6 – Relações Públicas X Títulos Monográficos

Relações Públicas	81	38,57%
Outros	129	61,43%
Total	210	100%

Fonte: Dados primários da pesquisa – elaborada pela acadêmica.

Em análise dos 210 títulos monográficos, pôde-se observar que Relações Públicas está relacionado a 81 títulos, o que significa 38,57% dos títulos.

Tabela 7 – Relações Públicas X outras áreas de estudo

Relações Públicas	81	38,57%	---
Jornalismo	3	1,43%	Assessoria de imprensa, fotografia
Publicidade e Propaganda	0	0,00%	---
Turismo	3	1,43%	Hotelaria
Eventos	6	2,86%	Eventos empresariais, Cerimonial, Cerimonial empresarial e Cerimonial esportivo
Moda	1	0,48%	---
Marketing	17	8,10%	Marketing social, Marketing esportivo, Marketing de eventos, Marketing cultural, Marketing integrado, Marketing pessoal, Com. Int. e Marketing
Administração	1	0,48%	---
Saúde	11	5,24%	Psicologia, Farmácia
Ecologia	2	0,95%	Gestão ambiental, Comunicação ambiental
Informação	2	0,95%	Gestão e tecnologia da Informação
Cultura	3	1,43%	Cinema, Arte
Outros	80	38,10%	---
Total	210	100%	---

Fonte: Dados primários da pesquisa – elaborada pela acadêmica.



Para a análise em relação a Relações Públicas X outras áreas, foi necessário uma reclassificação, onde foram reagrupadas as áreas. As áreas com um enfoque mais significativo foram: Relações Públicas X Relações Públicas, 38,57%; e Marketing com 8,10%, por fim em 38,10%, que correspondem a 80 títulos monográficos, não foi possível realizar uma classificação, pois os mesmos não mencionavam áreas de estudo.

Tabela 8 – Organizações

Governamentais	25	11,90%
Privadas	96	45,71%
Terceiro setor	47	22,38%
Outros	42	22,38
Total	210	100%

Fonte: Dados primários da pesquisa – elaborada pela acadêmica.

Em relação às organizações, pôde-se observar com a pesquisa que o maior número de trabalhos apresentados está relacionado à área privada, posteriormente com o terceiro setor e, por último, à área governamental. Vale lembrar que o estudo abrange somente as informações contidas nos títulos monográficos.

É cabível mencionar que a Univali foi a instituição mais citada nos títulos dos trabalhos monográficos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo realizado com base nos títulos monográficos do curso de Relações Públicas da Univali, no período de 2001 a 2007, atingiu os resultados esperados, pois se pode ter maior percepção de tudo que vem sendo estudado e produzido pelos acadêmicos do curso.

O estudo realizado pode ser considerado um estudo de coorte, pois, segundo Appolinário (2004, p. 87), “este tipo de estudo é realizado em um determinado grupo de sujeitos, que possuem características em comum e que são objeto de estudo em um determinado tempo”, neste caso o grupo refere-se aos acadêmicos do curso de Relações Públicas, as características em comum são os trabalhos monográficos e o tempo determinado é o período estudado, de 2001 a 2007.

Todas as dúvidas, medos e questionamentos no início do trabalho foram sendo sanadas no decorrer do processo de pesquisa e de aprendizado, e muitas barreiras pessoais superadas.



Percebe-se que sempre há muito a se fazer, muito a se estudar e que a área das Relações Públicas é um universo rico em descobertas e novas possibilidades de estudo.

Sendo assim conclui-se que a pesquisa realizada contribuirá de forma positiva para futuros trabalhos. Fica como sugestão para análises posteriores uma pesquisa que leve em consideração o resumo, a introdução, as metodologias, as palavras-chave e os autores citados nas referências bibliográficas.

REFERÊNCIAS

A POLLINÁRIO, Fabio. **Dicionário de metodologia científica**: um guia para a produção do conhecimento científico. São Paulo: Atlas, 2004.

CARISSIMI, João; MOURA, Kassiane. **Catálogo de Monografias do Curso de Relações Públicas 2001-2007**. Itajaí: Curso Relações Públicas, 2009. Disponível em: <<http://www.univali.br/modules/system/stdreq.aspx?P=806&VID=default&SID=525719782136416&S=1&A=close&C=26809>>. Acesso em: 20 abr. 2011.

COLZANI, Valdir F. **Guia para redação do trabalho científico**. Curitiba: Juruá, 2010.

COSTA, Antônio F.G. da. **Guia para laboração de relatórios de pesquisa e monográficas**. Rio de Janeiro: UNITEC, 1998.

GALLIANO, Guilherme A. **O método científico**: teoria e prática. São Paulo: Harbra, 1986.

GONÇALVES, Hortência de Abreu. **Manual de artigos científicos**. São Paulo: Avercamp, 2004.

FERREIRA, Ediene do Amaral. **O ensino das relações públicas em Santa Catarina**, História das Relações Públicas: Fragmentos da Memória de uma área. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 2010.

LUCATELLI, Francine; ANDRADE, Marcos A. R. **A Comunicação na esfera pública**: o que se publicou entre 1998 e 2008 no Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação do Intercom. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-3802-1.pdf>>. Acesso em: 25 abr. 2011.

REIS, Linda G. **Produção de monografia**: da teoria à prática. Brasília: Senac/DF, 2006.

ROESCH, Sylvia Maria Azevedo. **Projeto de estágio e pesquisa em administração**: guia para estágios, trabalhos de conclusão, dissertações e estudos de caso. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

_____. **Projeto de estágio e pesquisa em administração**: guia para estágios, trabalhos de conclusão, dissertações e estudos de caso. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2005.



SECAF, Victoria. **Artigo científico**: do desafio à conquista. São Paulo: Reis Editorial, 2000.

SOMMER, Vera Lucia; OLIVEIRA, Simone C. **O perfil da produção dos tccs do curso de jornalismo da Univali**. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R1484-1.pdf>>. Acesso em: 25 abr. 2011.

TACHIZAWA, Takeshy; GILDÁSIO, Mendes. **Como fazer monografia na prática**. Rio de Janeiro: FGV, 2004.

TONDATO, Márcia P. O projeto experimental de relações públicas na Unesp – 1999-2004. **Revista Estudos de Jornalismo e Relações Públicas**, v. 1, a. 2, n. 4 dez. 2004.

TRALDI, Maria Cristina; DIAS, Reinaldo. **Monografia passo a passo**. São Paulo: Alíneas, 1998.