



O perfil e as opiniões dos Relações Públicas da Universidade Feevale¹

Aline Ramos Barros SHIMODA²
Adriana STÜRMER³
Universidade Feevale, Novo Hamburgo, RS

RESUMO

Este trabalho relata uma pesquisa realizada em junho de 2009 junto aos acadêmicos de Relações Públicas da Universidade Feevale⁴, com o objetivo de conhecer melhor o aluno desta Habilitação do Curso de Comunicação Social, considerando sua realidade, suas opiniões e suas expectativas frente ao curso e à profissão, de forma a possibilitar ações que atendam aos seus interesses como futuros profissionais. A pesquisa foi realizada por meio do Núcleo de Relações Públicas da Agência Experimental de Comunicação. Do total de alunos da habilitação, 53% responderam a um questionário de 27 questões abertas e fechadas. Dentre os resultados, constatou-se que 85,2% dos alunos trabalham e que, deste universo, 38,6% atuam na área de Relações Públicas.

PALAVRAS-CHAVE: pesquisa; curso de Relações Públicas da Feevale; alunos; relações públicas.

1 INTRODUÇÃO

Para uma análise detalhada e antes de começar qualquer trabalho de planejamento, deve-se sempre conhecer o ambiente e as características do público que é o objeto da ação de relações públicas. As pesquisas oferecem muito mais do que números; elas propõem novos questionamentos, outros pontos de vista e diferentes perspectivas. Além disso, elas oferecem suporte na elaboração de metas e subsídios para a avaliação dos trabalhos.

A pesquisa é inerente ao trabalho do profissional de Relações Públicas, já que o capacita a fazer previsões e acompanhar situações, através do conhecimento das informações relacionadas à organização e aos seus públicos. A pesquisa pode ser utilizada nas seguintes etapas do processo de Relações Públicas: apreciação do

¹ Trabalho submetido ao XVII Prêmio Expocom 2010, na Categoria Relações Públicas, modalidade Pesquisa de Opinião.

² Aluna do 7º. Semestre do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Relações Públicas e integrante do Núcleo de Relações Públicas da Agência Experimental de Comunicação em 2009. Email: alineshimoda@gmail.com.

³ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social e coordenadora do Núcleo de Relações Públicas da Agência Experimental de Comunicação. E-mail: adrianasturmer@feevale.br.

⁴ O Centro Universitário Feevale foi credenciado como Universidade a partir de uma portaria do Ministério da Educação publicada no Diário Oficial da União do dia 05 de abril. Neste paper, optou-se por já utilizar a nomenclatura “Universidade Feevale”. No relatório da pesquisa, ficou mantida a nomenclatura “Centro Universitário Feevale”, na medida em que o trabalho foi realizado em 2009.



comportamento dos públicos/captação das expectativas dos públicos (ação preventiva); levantamento das condições internas/compilação de dados resultantes de atos administrativos ou de opiniões do público interno; investigação dos problemas; diagnóstico/análise da situação presente; avaliação e controle dos resultados de programas; avaliação das ações; avaliação dos resultados das ações (FORTES, 2003). O resultado de uma pesquisa é parte de uma construção; a leitura dos dados coletados pode trazer surpresas e fazer com que se repense as estratégias adotadas (PRODANOV ; FREITAS, 2009, p.24).

Sabendo-se do valor das informações que podem ser obtidas por meio de uma pesquisa, este projeto nasceu da necessidade de conhecer melhor o perfil e as opiniões de um público específico: os alunos de Relações Públicas da Universidade Feevale.

2 OBJETIVOS

Objetivo Geral:

Conhecer o aluno de relações públicas: suas atividades, suas limitações e suas perspectivas diante do curso, de forma a possibilitar ações que atendam aos seus interesses como futuros profissionais.

Objetivos Específicos:

- Identificar qual a avaliação dos alunos do curso quanto às aulas e professores;
- Conhecer a avaliação dos alunos quanto à infraestrutura do curso na Feevale;
- Identificar se os alunos estão exercendo atividades relacionadas às Relações Públicas em seu ambiente profissional, ou se já atuam na área;
- Descobrir se os alunos têm informações sobre as atividades extracurriculares oferecidas;
- Descobrir se os alunos conhecem e têm interesse em fazer parte da Agência Experimental de Comunicação;
- Identificar quais softwares são mais utilizados pelos alunos.



3 JUSTIFICATIVA

O estudo se justifica por sua aplicabilidade para o estabelecimento de um plano de Relações Públicas que contemple, dentre outros, estratégias de aperfeiçoamento da Habilitação. Até o desenvolvimento desta pesquisa, não se havia realizado levantamentos desta natureza junto à habilitação. Entretanto, em ambientes informais, muitas vezes se ouviu que os alunos consideravam que sua habilitação não era tão valorizada quanto as outras do curso de Comunicação Social, que havia poucas atividades extracurriculares disponíveis, que até certo momento do curso não tinham condições de explicar aos amigos e familiares a natureza do trabalho de relações públicas, entre outros aspectos. A pesquisa, assim, foi idealizada para, de certa maneira, traçar um panorama mais formal do pensamento dos alunos, para então promover melhorias que porventura se mostrassem necessárias. Por outro lado, o estudo também se justifica pelo fato de a habilitação de Relações Públicas completar, em 2010, 40 anos de trajetória na Instituição, e a sua preocupação com a excelência do ensino e dos processos que envolvem as áreas de pesquisa e extensão.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

A pesquisa foi realizada por meio de questionários que foram respondidos por alunos da habilitação em Relações Públicas da Universidade Feevale. O questionário era composto de 27 questões (abertas e fechadas). Os dados foram tabulados com o auxílio do software *Sphinx*.

Para elaborar o questionário levou-se em conta aspectos que tinham interesse para o Núcleo de Relações Públicas da Agência Experimental de Comunicação e, de forma mais geral, para a habilitação em RP. No passo seguinte, partiu-se para a elaboração da estratégia de aplicação e para o levantamento das informações necessárias para abordagem dos alunos.

Segundo Prodanov e Freitas (2009, p. 108), as pesquisas, de modo geral, “abrangem um universo de elementos tão grande que se torna impossível considerá-lo em sua totalidade”. Partindo de uma realidade em que os alunos encontravam-se em locais diferentes, frequentando variadas disciplinas e ambientes, adotou-se o método de pesquisa de amostragem não probabilística por acessibilidade.



Inicialmente, pretendia-se que todos os 166 alunos matriculados no curso naquele semestre respondessem ao questionário. Tal meta não se tornou possível, em função da variada distribuição de alunos nas disciplinas oferecidas no semestre. Foram, assim, selecionadas as disciplinas específicas da habilitação. A aplicação do questionário ocorreu nas salas de aula, com a permissão de cada professor, que foi contatado previamente.

Em um segundo momento, abordou-se alunos de disciplinas gerais, de acordo com as possibilidades dos professores destas disciplinas e com a disponibilidade de horário das alunas do Núcleo de Relações Públicas que estiveram envolvidas na aplicação das pesquisas. Ao todo, 88 questionários foram respondidos, correspondendo a 53% do total de alunos da habilitação.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Conforme se pode verificar no Relatório de Pesquisa (em anexo), o senso comum de que os estudantes de relações públicas têm dificuldade de explicar as funções da área não foi confirmado: 95,5% dos alunos pesquisados sabem explicar as funções de um profissional, sendo que 4,5% ainda encontram dificuldade para explicar a atuação da área. Por outro lado, a informação de que os alunos de relações públicas pensam que são menos privilegiados com relação aos alunos de outras habilitações foi confirmada por quase 40% dos pesquisados, que disseram que a habilitação em RP oferece *menos* atividades e oportunidades de aprendizagem do que as outras duas habilitações (Publicidade e Propaganda e Jornalismo). Outros 45% afirmaram que a habilitação em RP oferece tantas atividades e oportunidades de aprendizagem quanto as outras duas habilitações e apenas 11% afirmaram que a habilitação oferece *mais* atividades e oportunidades de aprendizagem.

Dentre outras informações, constatou-se ainda que 85,2% dos alunos pesquisados trabalham e, destes, somente 38,6% atuam na área de formação, exercendo funções ligadas a eventos, marketing, divulgação, relacionamento com públicos, dentre outros. Mais da metade dos alunos pesquisados (52,3%) exercem atividades não ligadas à área. Por outro lado, 83% dos alunos pesquisados disseram que conseguem aplicar, em seu dia a dia de trabalho, os conhecimentos que obtêm no curso, contra apenas 13% que disseram o contrário.



Quanto ao interesse de fazer parte do Núcleo de Relações Públicas da Agência Experimental de Comunicação, 60% dos alunos pesquisados disseram ter interesse mas não ter disponibilidade para integrá-lo. Dos restantes, 20% disseram ter interesse e disponibilidade e outros 20% disseram não ter interesse. Observa-se que o motivo indicado para a falta de interesse destes últimos em fazer parte do Núcleo é geralmente a falta de disponibilidade em função de trabalhar em outros locais, de estar elaborando monografia, de morar longe, etc.

Outra descoberta importante da pesquisa está relacionada às formas pelas quais os alunos ficam sabendo das atividades promovidas pelo Curso: mais de 80% indicam o e-mail, sendo que apenas cerca de 24% recebem informações de seus professores. Outras formas de receber informação que receberam destaque são: *site* da Feevale (45%), colegas (34%) e Jornal da Feevale (14%).

6 CONSIDERAÇÕES

Analisando-se alguns pontos da pesquisa, pode-se observar que há necessidade de se divulgar mais o Núcleo de RP da Agência Experimental junto aos alunos iniciantes do curso, que muitas vezes ainda não estão comprometidos com o mercado de trabalho e teriam mais disponibilidade para integrá-lo. Esta divulgação têm sido feita desde o segundo semestre de 2009, especialmente pelos professores das disciplinas introdutórias. Outro ponto importante foi a identificação do interesse de alunos - que trabalham e não têm disponibilidade - de participar da Agecom. Para atender a este interesse, o Núcleo de RP da Agência Experimental têm aberto a possibilidade de assimir determinados projetos que não exigem a presença física na Agência em horário de expediente, com a orientação a distância pela coordenadora do Núcleo.

Um aspecto relacionado à infraestrutura que está sendo melhorado desde o ano passado é referente às obras disponíveis na Biblioteca para a área de RP. Muitos alunos indicaram que este seria um aspecto a ser melhorado com urgência. Desde o ano passado, várias obras têm sido adquiridas, atendendo às necessidades de quantidade e atualidade.

Também desde o segundo semestre do ano passado, o Núcleo de RP da Agecom tem desenvolvido a publicação *Bilhetão Mensal*, em que se divulga, aos professores do curso, as atividades de extensão, eventos e concursos da área, para que repassem a informação a seus alunos. É uma forma de aproximar o docente dos estudantes que, na



pesquisa, indicaram que em geral não recebem informações sobre atividades extracurriculares de seus professores.

Para as Relações Públicas, é fundamental conhecer as opiniões e expectativas de seus públicos de interesse e usar este conhecimento para obter uma sintonia com eles. Considerando os estudantes de Relações Públicas como público desta Habilitação do Curso de Comunicação Social, esta pesquisa mostrou-se um mecanismo importante para o entendimento da realidade e das expectativas dos acadêmicos. As informações obtidas têm sido e ainda serão a base para melhorias no relacionamento com eles.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

FORTES, Waldyr Gutierrez. **Relações públicas: processo, funções, tecnologia e estratégias.** Londrina, PR:UEL, 1998.

KUNSCH, Margarida M.K. **Relações públicas: história, teorias e estratégias nas organizações contemporâneas.** São Paulo, SP: Saraiva, 2009.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani César de. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico.** Novo Hamburgo, RS: Feevale, 2009.

REA, Louis M.; PARKER, Richard A. **Metodologia de pesquisa: do planejamento à execução.** 1.ed.São Paulo, SP: Pioneira, 2002.

WEY, Hebe. **O processo de relações públicas.** 2.ed. São Paulo, SP: Summus, 1986.