

Cursos de Relações Públicas no Brasil: revisão, reflexão e questionamento¹

Marcela Vouguinha

Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte/MG

Ivone de Lourdes Oliveira

Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte/MG

Resumo

O artigo apresenta um quadro dos cursos de Relações Públicas no Brasil, buscando refletir sobre a situação atual dos mesmos, tendo como base de análise os dados disponíveis nos sites do Conferp, e-MEC, INEP e no blog COUT, na tentativa de compreender a realidade acadêmica e a demanda de comunicação pelas organizações. A partir da pesquisa desenvolvida, propõe-se repensar os cursos de graduação, a formação profissional e a mudança de nome do curso para Comunicação Organizacional no sentido de ampliar a formação profissional e sua relação com as demandas contemporâneas da sociedade e de comunicação em contextos organizacionais. Para isso, fundamenta-se nas informações disponíveis sobre os cursos existentes, vagas ofertadas, número de formandos e as demandas do mercado de trabalho. Não se pode esquecer que cada vez mais fica clara a necessidade das organizações por comunicadores que trabalhem seus processos interativos com a sociedade olhando para sua complexidade.

Palavras-chave

Relações Públicas; Comunicação Organizacional; Formação Acadêmica; Cursos; Mercado de Trabalho.

Introdução

Este trabalho reflete sobre a situação dos cursos de Relações Públicas no Brasil, no momento atual, traçando um quadro de suas possibilidades e dificuldades de crescimento, a partir da compreensão do seu processo evolutivo no país. Observa-se sua trajetória, buscando revisitar os marcos de institucionalização, regulamentação e desenvolvimento da profissão, com um olhar de indagação e questionamento, na tentativa de mostrar a importância de uma formação acadêmica mais abrangente e dos problemas e desafios que a profissão enfrenta no mercado de trabalho, ao mesmo tempo em que perguntamos se não é hora de reatualizar

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho (GT) Teorias, Metodologias e Práticas de Ensino das Relações Públicas e da Comunicação Organizacional, atividade integrante do XIV Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas.

conceitualmente as Relações Públicas, em uma dimensão contemporânea e adequada às grandes transformações da sociedade.

Convivemos com o problema de diminuição e esvaziamento dos cursos de RP no Brasil (FERRARI, 2018) e com a dificuldade do mercado de trabalho em reconhecer a importância do profissional de Relações Públicas no desenvolvimento de estratégias de relacionamento e informação para as organizações. Esta realidade instiga-nos a repensá-los a partir de outra perspectiva e propor uma discussão no sentido de encarar as dificuldades já percebidas e promover um debate que resulte em uma mudança para os cursos de formação superior, incluindo uma outra possível nomenclatura. O campo da comunicação nos âmbitos organizacionais vem ganhando notoriedade e tornando-se fundamental para a promoção dos processos interativos da organização com a sociedade na busca de visibilidade e legitimidade em um contexto midiático.

Passados mais de 50 anos da criação do primeiro curso na Faculdade de Comunicação da Universidade de São Paulo (OLIVEIRA, 2010) e compreendendo os momentos de ápice e grande investimento da década de 1990 e início dos anos 2000 na área, debruça-se aqui sobre os desafios do cenário acadêmico atual das RP no Brasil e o movimento da profissão RP no mercado. Os dados obtidos com base no mapeamento dos cursos ofertados, vagas, formandos e localização geográfica indicam um momento de declínio na oferta e procura, o que nos alerta a repensar a postura da academia. Acredita-se que as realidades enfrentadas pelos cursos influenciam, sobremaneira, a forma como o mercado percebe e recebe o profissional formado.

Atenta-se também para o processo de fundação e atuação do órgão normativo da área, o Conferp - Conselho Federal de Relações Públicas -, no esforço de reunir elementos que baseiam e norteiam a formação do bacharel e a relação com o mercado de trabalho. Ao propor refletir sobre as bases de ensino para entender o processo de seu enfraquecimento no meio acadêmico, torna-se necessário vislumbrar os possíveis motivos e questões presentes na sociedade que intervêm no percurso dos cursos e de que maneira os estudantes/futuros profissionais são demandados pelo mercado de trabalho.

A metodologia utilizada foi pesquisa documental nos sites do Conferp, e-MEC, INEP e Instituições de Ensino Superior – IES que oferecem cursos de RP para saber o número de formandos e sua relação com a procura, vagas ofertadas, evasão. Recorre-se ainda ao site “COUT – vagas e oportunidades em comunicação” para conhecer as vagas profissionais ofertadas para os relações públicas. A partir dos dados coletados torna-se possível a

construção do cenário atual da área no âmbito acadêmico e profissional e justifica a percepção da necessidade de levantar uma discussão sobre os problemas.

Processo evolutivo das Relações Públicas no Brasil: dimensão acadêmica e profissional

Com 105 anos de instauração no Brasil, a trajetória das Relações Públicas começa com a criação do primeiro serviço na multinacional canadense *Light e Power*, hoje AES Eletropaulo, que tinha como objetivo harmonizar os interesses da empresa e do público. Apesar da iniciativa, a primeira metade do século XX é de pouco desenvolvimento para a profissão, pois somente a partir de 1950 é que ela avança efetivamente (KUNSCH, W. 2009). No início, houve maior valorização da prática em Relações Públicas antes mesmo do seu reconhecimento acadêmico, ou seja, a atividade profissional teve mais peso do que a formação acadêmica. Isso provocou contradições e ambiguidades, presentes até hoje, nos cursos e estudos sobre a área (OLIVEIRA, 2010).

Nas décadas de 1950 e 1960, as RP, nos âmbitos empresarial e governamental, tratavam-se de uma comunicação administrativa, na qual a grande preocupação era a execução da profissão no sentido de operação prática, com foco funcionalista em “o que fazer” e “como fazer”. Reflete-se que, nesta época, a prática estava relacionada aos aportes das escolas da administração, tendo em vista que os primeiros cursos regulares de Relações Públicas no Brasil ganharam vida, a partir de 1953, por meio de iniciativa da Escola Brasileira de Administração Pública da Fundação Getúlio Vargas (OLIVEIRA, 2010).

Nesse contexto, as RP nascem com a incumbência de contribuir para o sucesso do negócio, pois a administração era o campo de conhecimento que mais se dedicava a entendê-la enquanto atividade e a partir desses princípios construíram-se as diretrizes para a formação profissional. Foi somente em 1967 que a Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP) - na época Escola de Comunicações Culturais - criou o primeiro curso superior de Relações Públicas. Apesar de ter sido incorporado à Escola de Comunicação, o curso continuou focado mais nos princípios da administração, considerando as RP uma ferramenta para apoiar o negócio. Claro que esse curso foi um avanço, mas não assumiu o caráter comunicativo da área, o que abona as RP a trabalhar os processos de comunicação, fundamentado no compartilhamento e na troca. Os públicos devem e precisam ser considerados como fundamentais no procedimento de estabelecer relações na busca de entendimento entre as partes.

Em 1968, mediante a Lei Federal n. 5.377 de 1967, se regulamentou a profissão de Relações Públicas e, em 1969, por meio do Decreto-Lei 860, de 11 de setembro, criou-se o Sistema Conferp - autarquia federal. A atuação profissional tornou-se exclusiva aos bacharéis de Comunicação Social com habilitação em Relações Públicas e “privativa dos profissionais registrados em um dos oito conselhos regionais do Brasil, subordinados ao Conselho Federal de Relações Públicas com sede em Brasília (DF), cuja finalidade básica é justamente fiscalizar seu exercício legal” (KUNSCH, 2006, p. 43). Apesar de na época o fato ter sido comemorado e o Brasil ser pioneiro na iniciativa, questionamentos surgiram sobre sua real contribuição para a valorização da atividade. De acordo com Kunsch (2006), a profissão ainda não havia se legitimado nem na teoria nem na prática, por isso não tinha o reconhecimento social para ser respeitada e só a lei não garantiria sua compreensão e aplicabilidade.

O contexto do regime militar, vigente de 1964 a 1985, contribuiu, sobremaneira, para a compreensão deturpada das práticas da profissão, porque participantes da estrutura dos governos militares, por meio de assessorias especiais utilizavam a expressão de Relações Públicas, para nomear ações que se assemelhavam à propaganda ideológica (KUNSCH, 2006). Essa postura e a criação, em 1968, da Assessoria Especial de Relações Públicas (AERP) contribuíram para a reputação negativa das RP e a desconfiança do meio acadêmico em relação à sua função social. Apesar das controvérsias, o período também trouxe progresso no processo de institucionalização da profissão no país, “foi criada toda uma estrutura para a formação acadêmica em nível universitário e estabeleceram-se órgãos de classe para organizar e atender as demandas do setor” (KUNSCH, 2006, p. 43).

A década de 1980 marca inovações teóricas e de mercado, e com a redemocratização do Brasil “[...] as organizações remodelam suas estruturas e um processo estratégico começa a se instalar na gestão da comunicação, que passa a adotar uma perspectiva mais integrada” (OLIVEIRA, 2010, p. 183). Isto é, os formatos tradicionais de comunicação começam a ser repensados e o investimento em ações isoladas é substituído por uma perspectiva integradora das habilitações, levando à percepção de que o processo comunicacional é um todo interdependente, no qual o jornalista, o publicitário e as relações públicas desempenham suas funções de forma integrada. Isto se dá em meados da década de 1990 e a partir de 2000 há um investimento na perspectiva estratégica de atuação do profissional no contexto organizacional e, conseqüentemente as Relações Públicas se redimensionam (KUNSCH, 2006).

Margarida Kunsch vislumbra o olhar mais estratégico e integrado para as Relações Públicas, com a publicação do livro «Planejamento das Relações Públicas na Comunicação Integrada», em 1986, o qual tornou-se referência bibliográfica para os cursos de RP no Brasil.

Nele, a autora avança ao valorizar a dinâmica comunicativa no contexto organizacional e ao reconhecer as RP como parte do processo de comunicação das/nas organizações. Ao abordar a perspectiva da comunicação integrada, a autora insere as RP no campo da comunicação e mostra a sua dimensão estratégica, ainda pouco explorada conceitualmente e na prática.

Outros marcos da evolução conceitual da área são a criação em 2004 da *Organicom - Revista de Comunicação Organizacional e Relações Públicas* - e em 2006 da *Abrapcorp - Associação Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas*. É interessante ressaltar que tanto a revista quanto a entidade científica carregam no nome *Comunicação Organizacional e Relações Públicas*. Apesar da diferença entre uma e outra, essa junção mostra que as duas disciplinas se entrelaçam e que uma está contida na outra. Segundo Oliveira (2009), a *Comunicação Organizacional* é o campo mais amplo, porque trabalha os processos interativos das organizações com a sociedade e as *Relações Públicas* compõem o campo e cuidam dos processos mais específicos de relacionamento da organização com seus públicos/interlocutores, demonstrando que a comunicação organizacional é mais abrangente, uma vez que envolve outros processos de informação, divulgação, uso das mídias digitais e operações do negócio. Diante desse quadro conceitual, acredita-se ser o momento de repensar e refletir como as *Relações Públicas* podem ser trabalhadas, dando ao aluno e ao profissional a dimensão comunicacional de forma mais aprofundada, para que possam entender suas possibilidades e limitações.

A pesquisa científica sobre a *Comunicação Organizacional e as Relações Públicas* se processa efetivamente no final da década de 1990, com a criação de linhas de pesquisa nos cursos de pós-graduação de mestrado e doutorado² na Universidade Metodista de São Paulo (Umesp), Universidade de São Paulo (ECA-USP), Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) e Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC-RS). No entanto, isso só se deu 20 anos depois da criação dos primeiros cursos de pós-graduação no Brasil, na década de 1970. Atualmente do total de 61 programas de mestrado e de doutorado, apenas dez investem na temática *Comunicação Organizacional*: ECA-USP, PUC-MINAS (Mestrado), PUC-RS, UERJ, UMESP, UFRGS, UFMG, UFSM, UFPR e UNESP-Bauru. É interessante observar que a massa crítica constituída ainda é pequena em relação a outras áreas do campo da comunicação.

² No Brasil o sistema de pós-graduação *stricto sensu* é constituído de dois momentos de pesquisa e estudos independentes, que são o Mestrado e o Doutorado. O mestrado é desenvolvido em dois anos. O estudante passa por exame de seleção, cursa em média 24 créditos em disciplinas e desenvolve uma pesquisa para elaborar a dissertação que é defendida perante uma banca composta de três professores. O doutorado segue o mesmo sistema, mas o estudante tem de ter feito o mestrado antes. No período de no máximo quatro anos ele desenvolve outra pesquisa e apresenta sua tese para um júri composto de cinco professores.

A criação dos Grupos de Pesquisa contribuiu para o avanço das pesquisas e dos estudos como um espaço de formação de pesquisadores, vinculado à formação de mestres e doutores. Este espaço institucionalizado pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) fortalece os debates e as discussões. Contamos hoje no Brasil com 46 grupos de pesquisa que estudam a Comunicação Organizacional e 18 que trabalham conceitualmente as Relações Públicas (CNPq, 2020). Pode-se observar que o número de pesquisadores envolvidos com as questões da Comunicação Organizacional é superior ao de RP, o que pode ser interpretado como um elemento para indicar que a pesquisa sobre Relações Públicas é mais tímida.

Por outro lado, a partir das informações sobre a demanda de emprego divulgadas em sites, percebe-se que o interesse está mais focado em atividades integradas em interfaces com marketing, administração, design, letras, mídias sociais digitais. Else Lemos (2016) já argumentava, fundamentada em L'Etang (2008/2013) que as atividades dos Relações Públicas não são bem definidas e que o mercado de trabalho é desestruturado. Além disto, a autora demonstra com base nos dados obtidos nos websites LinkedIn, Vagas.com e Catho, que

as descrições de vagas indicam desequilíbrio entre cargos e atribuições (internamente e em comparação com vagas similares), aleatoriedade dos critérios de formação em relação às atividades desempenhadas, imprecisão na descrição (verbos muito vagos, ambiguidade), exigências incompatíveis com o título do cargo, uso recorrente de palavras e expressões muito amplas, ora vistas como habilidades, ora como características pessoais (criativo, multidisciplinar, proativo...) (LEMOS, 2016, p.14).

Cursos de Relações Públicas no Brasil: problematização e desafios

Há pouco mais de cinquenta anos o primeiro curso de Relações Públicas como uma das habilitações da Comunicação Social foi fundado no estado de São Paulo. Com o decorrer dos anos as fronteiras do estado foram transpassadas e outros cursos surgiram nos estados de Pernambuco (1968), Paraná (1969), Minas Gerais (1971), Rio Grande do Sul (1972), Rio de Janeiro (1972) e Goiás (1976). Hoje os cursos de RP estão presentes em treze estados do país e apesar desse número representar 50% das unidades federativas, na pesquisa de Freitas (2009) haviam cursos em instituições de vinte unidades da Federação, o que representava 75%.

A pesquisa desenvolvida por Ferrari (2019) mostra que o ápice da oferta dos cursos de Relações Públicas nas IES públicas e privadas se deu na primeira década dos anos 2000,

totalizando 112 cursos no ano de 2009. Neste mesmo trabalho, a autora aponta o início do declínio dos cursos em 2014, ao identificar que a oferta chegava a 75 cursos, demonstrando a grande diminuição da oferta, principalmente nas IES privadas.

Para compreender de forma mais clara e correta o cenário atual dos cursos no Brasil foi necessário agregar vários esforços investigativos, pois as informações atualizadas disponíveis nos sites do Conferp, INEP e no sistema e-MEC³ estavam muito desencontradas e isso poderia trazer desvios quanto à representação da realidade. No site do sistema Conferp existe uma sessão nomeada *Onde estudar Relações Públicas*, que disponibiliza uma lista anexa datada em dezembro de 2017 com o dado de oferta do curso de Relações Públicas em 63 IES.

Os dados do INEP disponíveis estão na Sinopse Estatística da Educação Superior⁴ e são de 2018. O Instituto apresenta na tabela “Dados gerais dos cursos de graduação presenciais e a distância, por categoria administrativa das IES, segundo as áreas gerais, áreas detalhadas e tipos de curso” 82 cursos de Relações Públicas oferecidos por 70 instituições, sem identificá-las nominalmente. Apresenta-se ainda que desses, 18 estão nas IES federais e 52 nas privadas. É importante ressaltar que nesta mesma tabela o curso de Relações Públicas pertence à área geral de *Negócios, administração e direito* assim como Publicidade e Propaganda e Marketing. Já os cursos de Comunicação Social e Jornalismo pertencem à área Ciências Sociais, Jornalismo e Informação. Este é outro ponto que merece ser ressaltado, pois corrobora com a ressalva colocada anteriormente, de que a história das Relações Públicas está atrelada à Administração e aos Negócios, comprometendo o respeito acadêmico e profissional do campo da comunicação.

A lista de registros do sistema e-MEC indica 89 cursos de Relações Públicas ativos em IES brasileiras. Nela os cursos são identificados com código, nome, sigla, nome do curso, entre outras informações que possibilitam a melhor apuração dos dados. Entretanto, verifica-se que os dados não correspondem necessariamente a cursos ativos, pois, dois cursos registrados e em atividade na descrição do nome do curso e no detalhamento da instituição informam que são Publicidade e Propaganda; 15 cursos estão registrados na lista de ativos, mas suas datas de início de funcionamento estão com situação *não iniciado*; dois cursos

³ Regulamentado pela Portaria Normativa nº 21, de 21/12/2017, base de dados oficial dos cursos e Instituições de Educação Superior - IES, independentemente de Sistema de Ensino (E-MEC, 2020).

⁴ A Sinopse Estatística da Educação Superior vem sendo produzida pelo Inep desde 1995. Essa publicação, disponível para download, corresponde a um conjunto de tabelas organizadas por tema – sendo também possível consultar as informações divididas por municípios. Os dados apresentados fazem referência a instituições, recursos humanos, cursos de graduação presenciais, processos seletivos, matrícula, concluintes, cursos de graduação a distância, cursos sequenciais presenciais e a distância, além das instituições federais, com base nos resultados do Censo da Educação Superior (INEP, 2020).

aparecem na lista de ativos, mas apresentam-se com a situação de “em extinção”; 23 cursos não são ofertados pelas IES listadas e, no entanto estão considerados ativos. Além disso, duas repetições de IES são identificadas na lista de cursos ativos. É bom declarar que para maior legitimidade, a pesquisa foi completada via telefone com as instituições e nos seus respectivos sites para confirmar os dados disponíveis. Após as verificações feitas, o resultado da lista do e-MEC é de 45 cursos ativos e ofertados pelas IES.

Quadro 1 – Mapeamento do número de IES que ofertam o curso de RP

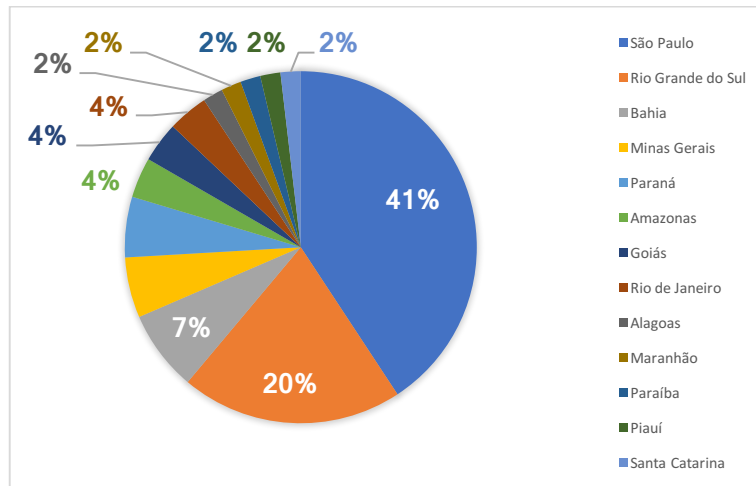
	CONFERP - 2017	INEP - 2018	E-MEC - 2020
Nº de cursos de RP	63	82	89
Nº de universidades	63	70	45 * (após conferência)

Fonte: Elaborado pelas autoras com dados extraídos da pesquisa

O quadro comprova que não existe equivalência nos sites pesquisados, indicando a impossibilidade de ter um número exato da oferta dos cursos de RP no país, mas ao mesmo tempo comprova a diminuição significativa dos cursos. Ao comparar as informações disponíveis na lista do Conferp e do e-MEC verifica-se a presença de 14 IES mencionadas pelo Conferp que não estão presentes na lista do e-MEC. Por conseguinte, ao dar continuidade à conferência dos dados via site e telefone, foram identificadas mais nove IES que ofertam o curso de RP no ano de 2020, dando um total de 54. Concluindo, desse total de 54, 17 são públicas e 37 são privadas. Entre as privadas seis são católicas, dez são centros universitários e nove são faculdades.

Outro dado importante é que 41% das instituições que oferecem cursos de RP estão localizadas no estado de São Paulo; 20% no Rio Grande do Sul; e os outros 39% divididos pelos estados Bahia, Minas Gerais, Paraná, Amazonas, Goiás, Rio de Janeiro, Alagoas, Maranhão, Paraíba, Piauí e Santa Catarina, indicando uma pulverização dos cursos.

Gráfico 1 – Localização geográfica das IES



Fonte: Elaborado pelas autoras com dados extraídos da pesquisa

É interessante ressaltar que oito estados possuem de um a dois cursos de RP. A pulverização também pode influenciar na forma como a sociedade percebe as Relações Públicas, o seu reconhecimento e a sua importância como profissão para as organizações. Além disso, pode interferir na consistência e legitimação do ensino, uma vez que as trocas e compartilhamentos da comunidade acadêmica, nesse caso, tornam-se mais difíceis e descontínuas. A reputação da profissão não avança, pois, a maioria dos cursos estão em escolas privadas e as faculdades não investem na qualificação de professores, em pesquisas, em participação em encontros científicos, o que pode fragilizar a formação acadêmica oferecida. Esta realidade traz consequências para a afirmação da área tanto no mundo acadêmico quanto no mercado de trabalho.

Em relação ao número de alunos que concluem o curso, observa-se que há uma grande desistência no decorrer dos períodos de formação, pois conforme o site do INEP, de 9.655 matriculados nos cursos (3.892 públicas e 5.763 privadas) apenas 1.722 (598 públicas e 1.124 privadas) concluem a formação, o que equivale a 18% (INEP, 2018). Apesar das contradições apresentadas nos dados da Sinopse Estatística da Educação Superior, ao observar os dados isoladamente, o número de concluintes dos cursos é muito pequeno. Ou seja, os futuros profissionais se dispersam ainda na graduação e os motivos para tal dispersão não foram revelados em nenhuma pesquisa. No entanto, pode-se inferir que as expectativas dos estudantes não são correspondidas, que a qualidade do ensino oferecido não é boa e que a proposta curricular e/ou as oportunidades no mercado de trabalho não correspondem às expectativas.

Observa-se que as complexidades intrínsecas ao desenvolvimento dos cursos já foram abordadas por diversos autores (FERRARI, 2018; FRANÇA, 2003; LEMOS, 2016; MOURA,

2009), entretanto, não houveram mudanças significativas em relação à formação acadêmica nem ao reconhecimento da profissão pela sociedade. O Conferp, como entidade que defende a profissão e os profissionais, poderia priorizar essa questão em suas políticas, mas como sua atuação é pouco legitimada e muito questionada desde a sua criação, conforme aponta a pesquisa desenvolvida por Freitas (2009), o número de registrados na entidade em 41 anos não alcançava 4.000. A atualização desses dados está disponível no site da entidade e confirma a declaração da autora, pois em quase 50 anos de criação, conta-se com 4.842 registros profissionais de pessoas físicas nos Conrerp's em 2016. (CONFERP, 2020). Visto que com o passar dos anos, quantitativamente os cursos de Relações Públicas têm-se diminuído, pondera-se a importância de compreender e indagar o lugar de atuação do Conferp, o envolvimento da comunidade acadêmica e as ações para transformar, de fato, esta realidade.

Conferp, mercado de trabalho, Relações Públicas

Ao mapear o cenário dos cursos de Relações Públicas no Brasil, propõe-se repensar os constructos da área na tentativa de subverter o processo de enfraquecimento e vislumbrar uma maneira de valorizar e reconhecer a importância da formação acadêmica e da profissão. A aproximação da discussão teórica com as oportunidades profissionais precisa considerar o esvaziamento dos cursos em seus aspectos quantitativos e qualitativos. Sugere-se, então, refletir sobre o significado e as necessidades da formação profissional e o que o mercado de trabalho compreende e possibilita para a atuação do bacharel. Em um exercício reflexivo, busca-se contrapor as demandas do mercado profissional presentes nas ofertas das vagas com as atividades específicas que o Conferp determina em suas resoluções para o profissional de RP, conforme quadros abaixo:

Quadro 2 - Atividades privativas às Relações Públicas

- Planejar, implantar e gerenciar as comunicações institucional, corporativa, empresarial, organizacional, estratégica, dirigida e integrada nas organizações, programas de interesse comunitário e fomento à informação para a opinião pública.
- Lecionar as disciplinas de teoria e técnicas de Relações Públicas.
- Esclarecer aos grupos de autoridades e opinião pública os interesses da organização.
- Mediar os relacionamentos estratégicos com os diversos públicos por meios de canais de comunicação.
- Desenvolver e diagnosticar pesquisas e auditorias de opinião e de imagem.
- Intermediar as relações governamentais, visando a manutenção de uma imagem positiva. Enfatizar o reconhecimento dos negócios da organização, sejam eles atividades, produtos ou serviços, junto aos públicos de interesse.

Fonte: Elaborado pelas autoras com dados extraídos da Resolução Normativa 43, de 24 de agosto de 2002, do Conferp (2020).

Quadro 3 - Lista das principais atividades profissionais do RP, de acordo com a Resolução do Conferp

1. Planejamento Estratégico de Comunicação on e off-line – Art 3º, Inciso I, itens 1 a 4
2. Comunicação Corporativa/ Institucional – Art 3º, Inciso I, itens 1 a 4
3. Auditoria e Pesquisa de opinião pública / imagem / clima organizacional e para fins institucionais – Art 3º, Inciso II, itens 1 e 2
4. Gestão de Relacionamento com os públicos da organização (stakeholders) – Art 3º, Inciso IV, itens 1, 5 e 6
5. Gerenciamento de crises na comunicação – Art 3º, Inciso IV, item 4
6. Comunicação Interna – Art 3º, Inciso IV, item 5
7. Eventos Corporativos/ Institucionais para fins de construção e reputação de imagem corporativa – Art 3º, Inciso IV, item 8
8. Comunicação Pública e Cívica – Art 3º, Inciso IV, item 2
9. Relações Governamentais e lobby – Art 3º, Inciso IV, item 9
10. Media Training – Art 3º, Inciso I, item 3
11. Cerimonial e Protocolo – Art 3º, Inciso IV, item 9
12. Professor de disciplinas específicas RP e supervisão de estágios curriculares – Art 3º, Inciso III, itens 1 e 2.

Fonte: Elaborado pelas autoras com dados extraídos do Conferp (2020).

Optou-se em estabelecer o paralelo entre as principais características destacadas em vagas de trabalho divulgadas no website *COUT – vagas e oportunidades em comunicação*⁵ com a palavra-chave Relações Públicas para possibilitar uma análise mais apurada da relação entre as principais atividades profissionais do RP indicadas pelo Conferp e a demanda de trabalho mencionada no website pesquisado. O período de coleta das informações corresponde aos meses dezembro de 2019 e janeiro de 2020, conformando um *corpus* de 28 vagas.

O *corpus* total contempla 13 vagas em dezembro de 2019 e 15 vagas em janeiro de 2020, disponíveis de forma completa após assinatura do site COUT e da aplicação do filtro *Relações Públicas*, disponível na plataforma, na sessão *Área de Atuação*. As vagas oferecidas

⁵ A COUT está na internet desde 2009 buscando centralizar informações que auxiliem a colocação e recolocação dos profissionais da Comunicação no mercado. O site tem a proposta de atuar como um canal de divulgação de vagas de emprego, trainees, temporários e freelances para as habilitações da comunicação (COUT, 2020).

são, exclusivamente, das Regiões Sul e Sudeste e majoritariamente, do estado de São Paulo (19). As outras nove são para os estados Paraná (3), Minas Gerais (2), Santa Catarina (2), Rio de Janeiro (1), Rio Grande do Sul (1). Verificou-se que os títulos das vagas trazem seis nomenclaturas diferentes:

Jornalista ou Relações Públicas (10);

Comunicação (7);

Comunicação ou Marketing (7);

Relações Públicas (2);

Assessor de Imprensa (1)

Jornalista (1).

Entre as 28 ofertas, há vagas para Atendimento (4); Assessor de Imprensa (3); Analista de Comunicação (3); Analista de Marketing (2); Analista de Comunicação Interna (1); Analista de Relações Públicas (1); Social Media (1); Produtor de Conteúdo (1); Assessor de Comunicação (1) Pessoa Jurídica (PJ) (2) e sete não especificam qual o cargo disponível.

A variedade de nomenclaturas e cargos disponíveis pode ser analisada de forma positiva ou negativa. Se por um lado, os dados representam a diversidade de atuação do profissional de Relações Públicas, por outro pode expressar a dispersão das atividades que são disponibilizadas no mercado e a incompatibilidade com as definições teóricas e atuações privativas do RP, mencionadas pelo Conferp. Além disso, os cargos oferecidos têm uma abrangência ampla, colocando atividades que não são exclusivas de RP, como atividades do profissional, apesar da palavra chave da pesquisa ser Relações Públicas. É essencial ressaltar que na descrição das 28 vagas consta o requisito da formação profissional e somente duas são exclusivas de Relações Públicas. 10 são para profissionais de Jornalismo ou Relações Públicas e 16 mencionam graduação em Jornalismo, Relações Públicas, Publicidade e áreas afins (como marketing, rádio, televisão e etc.). Ainda na descrição das vagas, 10 explicitam as atividades a serem desenvolvidas e 18 apresentam apenas requisitos e experiências. O que se pode pensar a partir das constatações no detalhamento das vagas que engloba os requisitos e atividades a serem desenvolvidas?

Nas 10 vagas que explicitam as atividades a serem desenvolvidas, 50% menciona a elaboração de conteúdo, campanhas e/ou planejamento para redes sociais, sites, e-mail marketing. É evidenciado em seis vagas a redação, criação e desenvolvimento de textos, editais, pautas, *releases* e roteiros para spots, vídeos ou merchandising. Quatro vagas frisam o suporte, colaboração, co-criação e organização de eventos. Nestas vagas, existem mais particularidades do que similitudes e é possível destacar menções as seguintes atividades:

definição do planejamento estratégico; briefing para equipe de design; contato com imprensa e influenciadores; fomento dos processos de comunicação interna; análise e resolução de problemas; mapeamento de melhorias; monitoramento, métricas e elaboração de relatórios; desenvolvimento de ações com a comunidade para informar, harmonizar e garantir acesso à informação. Reitera-se que entre as 10 vagas que possuem descrição das atividades, nenhuma é denominada Relações Públicas e/ou destina-se exclusivamente a esses profissionais.

Observa-se, que a partir do *corpus* analisado, a demanda para o profissional de Relações Públicas é plural e ao mesmo tempo esvaída de definição e elementos comuns norteadores. A maioria das vagas não busca a especificidade do profissional de RP e convoca também jornalistas, publicitários e profissionais com outras formações. Diante disso, é primordial questionar sobre porque as características estratégicas, mediadoras e políticas do RP não se destacam e não são reconhecidas nas vagas?

Apesar de algumas das atividades listadas na resolução do Conferp aparecerem nas vagas analisadas, a análise desenvolvida revela dois apontamentos essenciais para a reflexão: primeiro que a pesquisa de vagas - mesmo com utilização de filtro - não se trata de exclusividade dos RPs e segundo que o exercício das atividades privativas, denominadas pelo Conferp, estão presentes em todas as vagas. Além disso, as atividades listadas como principais da profissão que deveriam estar presentes de forma robusta e constante nas ofertas para Relações Públicas, aparecem de forma frágil e pontual.

Momentos de reflexão

A provocação feita no sentido de repensar os cursos de graduação considera as transformações da sociedade nos últimos anos, incluindo o processo de mundialização das relações, o crescimento das tecnologias digitais, a competitividade, a ampliação da atuação social das organizações, a questão da diversidade, o risco presente e eminente no espaço organizacional, questões que modificaram e complexificaram os processos interativos e de relacionamento da organização com a sociedade. Nesta perspectiva, surge a demanda por uma comunicação que considera as questões econômicas, políticas, sociais e culturais do país e do mundo e que seja estratégica para falar com os atores sociais e escutar suas demandas.

O uso intenso das mídias sociais digitais deixa evidente a falta de controle dos processos de interlocução e de produção de sentidos sobre as ações e políticas das organizações e os profissionais de comunicação que estão atuando neste contexto são

obrigados a ampliar seu espectro de possibilidades comunicacionais e investir em outras formas mais interacionais e relacionais.

Nesse sentido, torna-se urgente rever a formação profissional oferecida pelos cursos de graduação e pensar os processos comunicacionais a partir da perspectiva integrada, estratégica, simbólica, intangível e de respeito ao outro, entendido aqui como os públicos. Nosso campo é um campo de interfaces, e por isso concerne reconhecer os olhares complementares de outras áreas de conhecimento para ajudar na compreensão da relação da comunicação com a demanda da gestão, dos negócios e da informação.

Nesse cenário mutável da comunicação no contexto das organizações, propõe-se ir além e debater sobre a mudança da nomenclatura do curso de Relações Públicas para Comunicação Organizacional, devido a pouca procura, ao fechamento de muitos cursos nos últimos 5 anos, à qualidade dos cursos, ao pouco reconhecimento da área no mundo acadêmico e o pouco entendimento da profissão pelo mercado, confirmados nas pesquisas desenvolvidas. Considera-se que diante da realidade desvendada, a oferta do curso de graduação em Comunicação Organizacional terá uma ressonância social, acadêmica e profissional que poderá modificar a produção de sentidos sobre a profissão e a produção acadêmica. As experiências da UNB em Brasília e da Universidade Tecnológica Federal do Paraná, em Curitiba, com a oferta de curso de Comunicação Organizacional, reforçam e mostram que esse curso interessa mais do que o de Relações públicas, pois a demanda é maior e os cursos são considerados os melhores pelo Guia do Estudante de 2020.

A pesquisa realizada e a experiência de muitos anos de uma das autoras como pesquisadora de Comunicação Organizacional e professora de Relações Públicas autorizam a proposição de um reflexão ampla que envolva as universidades, o Conferp como entidade profissional, o MEC como o órgão responsável para definir diretrizes para os cursos de graduação do Brasil, a Abrapcorp como entidade científica, profissionais de comunicação formados na habilitação RP, professores e alunos. Como indicado no estudo desenvolvido neste artigo, há uma grande concentração dos cursos nos estados de São Paulo e Rio Grande do Sul, assim, o protagonismo desses Estados na reflexão é fundamental.

Ao mercado profissional interessa mais receber profissionais de comunicação, com uma formação mais abrangente e consistente, do que pessoas diplomadas em habilitação. Além do mais, historicamente, as Relações Públicas carregam no seu processo evolutivo a desconfiança da academia e o questionamento de sua função social. Sabe-se que várias ações em defesa dos cursos e da valorização do profissional de RP já foram feitas pelos órgãos profissionais e por algumas universidades, no entanto, nota-se que tal esforço não tem

conseguido modificar a percepção da sociedade e das universidades e a demanda pelos cursos de graduação vem diminuindo.

São muitas questões que perpassam a situação atual dos cursos, entretanto esse trabalho levanta apenas algumas, com o propósito de iniciar um debate que provoque indagações e questionamentos no sentido de nos tirar de uma percepção corporativa e cômoda de fechar os olhos frente a um problema que vem se agravando e incomodando muitos professores e pesquisadores. Acredita-se que o momento de buscar mudanças seja agora. Ao debate e à reflexão!

Referências

BLOG DO COUT. **Quem Somos**. São Paulo: COUT, 2020. Disponível em: <<http://blogdocout.com.br/quem-somos/>>

CADASTRO NACIONAL DE CURSOS E INSTITUIÇÕES DE EDUCAÇÃO SUPERIOR - CADASTRO E-MEC. **Consulta Avançada**. Brasília: E-MEC, 2020. Disponível em: <<http://emec.mec.gov.br/>>

CONSELHO FEDERAL DE RELAÇÕES PÚBLICAS. **Portal da Transparência**. Brasília: CONFERP, 2020. Disponível em: <<http://conferp.org.br/portal-da-transparencia/>>

FERRARI, Maria Aparecida; MARTINS, Juliane. O que acontece com os cursos de Relações Públicas no Brasil? Motivos da diminuição do oferecimento dos cursos pelas IES. In: Abrapcorp - Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e Relações Públicas, 12., 2018, Goiânia. **Anais...** Goiânia: Abrapcorp, 2018.

FERRARI, Maria Aparecida. Desafios e perspectivas no ensino universitário de Relações Públicas: percepções de coordenadores e docentes sobre ensino-aprendizagem. In: Abrapcorp - Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e Relações Públicas, 13., 2019, São Paulo. **Anais...** São Paulo: Abrapcorp, 2019.

FRANÇA, Fábio. Subsídios para o estudo do conceito de relações públicas no Brasil. **Comunicação & Sociedade**, São Bernardo do Campo, Póscom-Metodista, a. 24, n. 39, p. 127-154, 2003

FREITAS, Sidineia Gomes. “As entidades de classe de relações públicas no Brasil: caminhos e descaminhos”. In: KUNSCH, Margarida M. Krohling (Org.). **Relações Públicas: histórias, teorias e estratégias nas organizações contemporâneas**. São Paulo: Saraiva, 2009. p. 43-76.

GUIA DO ESTUDANTE. **Profissões**. São Paulo: GUIA DO ESTUDANTE, 2020. Disponível em: <<https://guiadoestudante.abril.com.br/profissoes/comunicacao-organizacional/>>

INSTITUTO NACIONAL DE ESTUDOS E PESQUISAS EDUCACIONAIS ANÍSIO TEIXEIRA. **Sinopses Estatísticas**. Brasília: INEP, 2020. Disponível em: <<http://inep.gov.br/sinopses-estatisticas-da-educacao-superior>>

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. Gestão das Relações Públicas na contemporaneidade e a sua institucionalização profissional e acadêmica no Brasil. **Organicom**, São Paulo, v. 3, n. 5, p. 30-61, dec. 2006.

KUNSCH, Waldemar Luiz. “Gênese e desenvolvimento do campo profissional e acadêmico das relações públicas no Brasil”. In: KUNSCH, Margarida M. Krohling (Org.). **Relações Públicas: histórias, teorias e estratégias nas organizações contemporâneas**. São Paulo: Saraiva, 2009. p. 7-42.

MOURA, Cláudia Peixoto de. “O ensino de graduação e pós-graduação em relações públicas no Brasil”. In: KUNSCH, Margarida M. Krohling (Org.). **Relações Públicas: histórias, teorias e estratégias nas organizações contemporâneas**. São Paulo: Saraiva, 2009. p. 77-108.

OLIVEIRA, Ivone de Lourdes. Objetos de estudo da Comunicação Organizacional e das Relações Públicas: um quadro conceitual. **Organicom**, São Paulo, n. 10/11, p. 57-63, ed. especial, 2009.

OLIVEIRA, Ivone de Lourdes. “Evolução e perspectivas do campo acadêmico da Comunicação Organizacional e das Relações Públicas”. In: CASTRO, Daniel; MARQUES DE MELO, José; CASTRO, Cosette (Org.). **Panorama da comunicação e das telecomunicações no Brasil**. Brasília: Ipea, 2010.