

## **Aproximação entre Formação e Atuação Profissional em Comunicação no Contexto das Competências para Egressos de Relações Públicas e de Comunicação Organizacional<sup>1</sup>**

Juliane Martins<sup>2</sup>

Universidade de São Paulo, São Paulo/SP

### **Resumo**

Conhecer o mundo do trabalho em comunicação auxilia a entender a realidade que egressos de cursos desse campo, como é o caso dos de Relações Públicas e de Comunicação Organizacional, vão enfrentar profissionalmente. Este artigo teve o objetivo de verificar se há pontos em comum entre a formação e as exigências do mundo do trabalho no contexto das competências para esses cursos, a partir de empresas que ofertam vagas relacionadas à comunicação. O estudo seguiu uma abordagem qualitativa, a partir de pesquisa documental em vagas disponibilizadas na rede social digital LinkedIn para análise de conteúdo. Os resultados mostraram que conhecimentos específicos da área da comunicação, produção de conteúdo, linguagens, gestão de eventos e de mídias sociais exigidos profissionalmente aparecem também como competências necessárias à formação nas diretrizes curriculares.

### **Palavras-chave**

Formação acadêmico-profissional; campo da Comunicação; competências; diretrizes curriculares; mundo do trabalho.

### **Introdução**

No Brasil, a profissionalização da atividade de Relações Públicas aconteceu com a instituição da Lei n. 5.377 (BRASIL, 1967), que exigiu o diploma para o exercício da função. No mesmo ano, a USP deu início ao primeiro curso superior de Relações Públicas, sendo seguida pela Escola Superior de Relações Públicas (Esurp), em Recife (KUNSCH, 2015). Em 1969 foi criado o Conselho Federal dos Profissionais de Relações Públicas (Conferp) com o objetivo de fiscalizar o exercício profissional. Outros países da América Latina não têm legislação específica para o exercício da profissão e a formação acontece também em nível técnico (FERRARI, 2011).

---

<sup>1</sup> 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.

<sup>2</sup> Doutoranda em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP), mestre em Educação pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUCPR), especialista em Comunicación Científica pela Universitat Pompeu Fabra (Barcelona-Espanha), bacharel em Comunicação Social – Jornalismo pela PUCPR e em Letras – Português pela Universidade Federal do Paraná (UFPR). Professora do curso de Comunicação Institucional da UFPR. E-mail: julianemartins@usp.br

Ainda que a regulamentação traga benefícios, Ferrari (2011) lembra que o registro profissional acabou criando um sistema de punição junto aos profissionais de outras áreas do conhecimento que exerciam as Relações Públicas, causando distanciamento entre o mundo do trabalho e a academia. As organizações foram mudando o nome relativo à função para contratar profissionais de outras áreas sem ter problema com o Conferp (FERRARI, 2011). Entre 1993 e 1997, a entidade foi responsável pelo movimento conhecido como Parlamento Nacional de Relações Públicas, com o objetivo de rever a Lei n. 5.377/1967 e propor alterações, como a contribuição estratégica da área para as organizações e o relações-públicas como gestor de comunicação (FERRARI, 2017a).

Apesar do movimento, a legislação se manteve, mas o documento derivado dos debates, chamado de Carta de Atibaia, é uma referência sobre as posições da área, servindo como base para uma normativa do Conferp que define as Relações Públicas como “ [...] uma filosofia administrativa organizacional, com funções administrativas de direção e de comunicação, independentemente de nomenclaturas de cargos e funções que venham a ser adotadas” (CONFERP, 2002).

Na perspectiva da formação acadêmica, a prática das Relações Públicas se volta à gestão de relacionamentos, com uso das técnicas de comunicação no âmbito organizacional (instituições públicas, privadas ou do terceiro setor), entendendo a comunicação e as organizações como suas vertentes de conhecimento (MEC, 2013). Assim, a atuação profissional contribui para a discussão sobre quais saberes devem fazer parte dessa formação.

Nesse cenário, entre as questões colocadas para este estudo estiveram: quais as expectativas do mundo do trabalho em comunicação para os graduados em Relações Públicas e Comunicação Organizacional? Há aproximação entre esses aspectos e a formação acadêmica? O objetivo do artigo foi verificar se há pontos em comum entre a formação e as exigências do mundo do trabalho no contexto das competências para a atuação de profissionais de Relações Públicas e Comunicação Organizacional, a partir de empresas que ofertam vagas relacionadas à comunicação.

O texto está organizado em dois itens teóricos, que apresentam primeiro o panorama da formação com base no olhar das diretrizes curriculares e depois a concepção sobre as competências no mundo do trabalho. Essas reflexões auxiliaram a pesquisa documental realizada, descrita logo após, pela apresentação dos dados e discussão dos resultados; por fim, as considerações finais.

## Relações Públicas: Formação Autônoma

Como os relações-públicas devem apresentar diploma do curso homônimo para obter o registro profissional, há a proximidade entre a educação superior e a atuação no mundo do trabalho na área desde o final dos anos 1960. A formação em Relações Públicas foi institucionalizada como uma habilitação do curso de Comunicação Social em seu primeiro currículo mínimo emitido pelo Ministério da Educação (MEC, 1969).

A definição de diretrizes curriculares para os cursos de Relações Públicas<sup>3</sup> marcou a autonomia da graduação, deixando de ser uma habilitação da Comunicação Social<sup>4</sup>, a partir de 2013. Kunsch (2015), que foi a presidente da comissão de especialistas instituída pelo MEC, comenta que a proposta dessas diretrizes é inovadora, pois dá ênfase a uma formação integradora com as práticas de comunicação nas organizações, envolvendo bases interdisciplinares e específicas. Desse modo, tem-se

[...] foco na gestão estratégica da comunicação nas organizações, superando portanto, a antiga visão puramente tática e tecnicista da profissão de Relações Públicas. Outro grande destaque é a necessidade de uma formação geral e humanística numa perspectiva interdisciplinar com visão crítica e sintonizada com a sociedade contemporânea e com as demandas regionais e locais de onde estão instalados os cursos. (KUNSCH, 2015, p. 36)

As diretrizes curriculares anteriores (MEC, 2001), de acordo com Moura (2015), conformavam a fragmentação de diferentes áreas para a formação dos relações-públicas. Na configuração atual é o oposto, porque foca a especificidade da profissão para depois direcionar os aspectos mais abrangentes que contribuem com as necessidades variadas da sociedade contemporânea.

Em outra reflexão de Kunsch (2017, p. 19), o perfil que se espera do relações-públicas

[...] envolve hoje uma carga de formação geral humanística e técnico-profissional que o capacite a ser um agente comprometido com as transformações sociais, não um mero técnico-profissional, preocupado apenas com o “fazer” e o “como-fazer”. Ou seja, as ciências da comunicação constituem um campo que exige um olhar interdisciplinar em outras áreas e ciências. Seus agentes precisam ter visão de mundo, possuir uma formação geral e humanística sólida, conhecer profundamente sua própria área, ter o domínio das técnicas e atuar com base científica.

---

<sup>3</sup> A autora cita que se pretendeu usar como nome do curso Comunicação Organizacional e Relações Públicas, mas o Conferp foi contrário e formalizou sua posição ao MEC, que manteve a denominação Relações Públicas (KUNSCH, 2015).

<sup>4</sup> Existem dois cursos de Comunicação Organizacional no Brasil, na Universidade de Brasília, desde 2010, e na Universidade Tecnológica Federal do Paraná, desde 2014, segundo o Sistema e-MEC do Ministério da Educação, que traz o cadastro de cursos superiores. Em ambos os projetos pedagógicos se mencionam as atuais diretrizes curriculares de Comunicação Social como referência.

Com a divulgação das diretrizes curriculares, as instituições de educação superior (IES) tiveram que reformular os projetos pedagógicos de seus cursos, tendo como referência as diretrizes, que trazem, entre outros itens, as competências a serem desenvolvidas nos egressos, os eixos de formação<sup>5</sup> para os relações-públicas e o estágio obrigatório (MEC, 2013).

A perspectiva das competências<sup>6</sup> tem sido adotada pelo MEC nos diversos níveis educacionais desde a instituição da Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional, em 1996, enfatizando qual o perfil esperado após a formação. Em cursos de graduação, a indicação acontece nas diretrizes curriculares<sup>7</sup>. No caso do curso de Relações Públicas, as competências estão separadas em gerais e específicas.

Com relação às competências gerais, constam nas diretrizes (MEC, 2013): o domínio das linguagens e das técnicas necessárias ao processo de comunicação e de diferentes mídias; a capacidade de articular interdisciplinarmente as diferentes áreas da comunicação e de outros campos para promover a integração teoria-prática; a atuação profissional ética e cidadã; e as condições de produzir conhecimento científico na área e de exercer a docência.

Já as competências específicas são: o desenvolvimento de pesquisas, estratégias e políticas em prol do cenário organizacional; a gestão, execução e avaliação de projetos estratégicos de Relações Públicas; a habilidade para sistematizar os repertórios necessários à prática profissional; o conhecimento de técnicas e instrumentos necessários a atividades específicas, como assessoria de imprensa, organização de eventos, cerimonial e protocolo, ouvidoria, comunicação interna, pesquisa de opinião pública e de mercado; a capacidade de realizar serviços de auditoria, consultoria e assessoria de comunicação; condições de atuar em atividades de relações governamentais e de comunicação pública; e a habilidade para administrar crises, promovendo a imagem e a reputação das organizações (MEC, 2013).

Pela leitura das diretrizes, ainda se depreendem outras competências importantes à formação do relações-públicas como: capacidade de inovação, perfil empreendedor, necessidade de aprendizado permanente, criatividade, senso crítico, relacionamento

---

<sup>5</sup> São quatro eixos de formação: 1) geral; 2) em Comunicação; 3) em Relações Públicas; e 4) suplementar.

<sup>6</sup> Para conhecer as questões conceituais relacionadas às competências apresentadas pela pesquisadora, conferir artigo publicado no congresso anterior (MARTINS, 2019).

<sup>7</sup> As competências gerais indicadas nas diretrizes de Comunicação Social são: assimilar criticamente conceitos que permitam a apreensão de teorias; usar tais conceitos e teorias em análises críticas da realidade; posicionar-se de modo ético-político; dominar as linguagens habitualmente usadas nos processos de comunicação, nas dimensões de criação, de produção, de interpretação e da técnica; experimentar e inovar no uso destas linguagens; refletir criticamente sobre as práticas profissionais no campo da Comunicação; ter competência no uso da língua nacional para escrita e interpretação de textos gerais e especializados na área.

interpessoal, negociação, tomada de decisão, liderança, visão sistêmica, além da comunicação em língua estrangeira.

## **As Competências no Mundo do Trabalho**

O mundo do trabalho e a educação não estão em lados opostos na aplicação da concepção de competências, tanto que Zabalza (2015) afirma que os elementos vinculados à formação têm amplo espectro e atingem a pessoa em diversas dimensões. O autor julga positivamente a entrada das competências na formação de nível superior, em especial pela proposta de relacionar teoria e prática, pois as competências quebram os preceitos acadêmicos e de racionalidade universal do aprendizado em alguns cursos, abrindo-os a ações e experiências profissionais e no sistema produtivo.

No entanto, as esferas do trabalho e da academia parecem distantes nesses aspectos. Uma sondagem com executivos de comunicação realizada por Ferrari (2017b) trouxe a informação de que os egressos de Relações Públicas<sup>8</sup>, por exemplo, não atendiam algumas demandas do mundo do trabalho, como resolver problemas e ver os negócios de maneira global. Eles indicaram as seguintes competências como essenciais ao profissional: postura ética, processos de comunicação, mapeamento de públicos, planejamento de crise, pesquisa, orçamento e custos, relações governamentais, eventos, gestão de projetos, comunicação em língua portuguesa e inglesa, proatividade, negociação, organização, entusiasmo, curiosidade, engajamento, flexibilidade e resiliência.

Os ex-alunos que participaram desse estudo também perceberam um descompasso entre a formação recebida e as exigências do mundo do trabalho (FERRARI, 2017b). Isso não significa, conforme Machado (2016), a existência de uma via única em que a educação é que precisa aprender com as empresas, a mão dupla é algo já notado no discurso dos próprios administradores, comenta o autor.

Então, deve-se explorar a capacidade da formação superior de promover reflexão, proporcionando aos estudantes condições de exercitá-la, entendendo a prática como instância para se repensar a teoria. O egresso deve conseguir integrar os conhecimentos na atuação profissional. Nesse panorama, é interessante

[...] desenvolver princípios de uma formação mais abrangente centrada na condição humana, torna-se necessário diferenciar, sem preconceitos, o papel

---

<sup>8</sup> O estudo foi realizado entre 2014 e 2016, portanto em um cenário de egressos de cursos de Comunicação Social, com habilitação em Relações Públicas.

e o espaço dos ambientes acadêmico e profissional na formação do estudante, entendendo a importância de cada um e a necessidade de articulá-los, a partir de suas diferenças. [...]. (OLIVEIRA, 2008, p. 54)

Inclusive, mais à frente nesse texto, a autora afirma que “[...] a universidade tem de se preocupar com a preparação de profissionais para atuarem no mundo do trabalho, mas nunca na perspectiva de adestramento, que reforça a idéia [sic] de uma formação referendada pela repetição do que já é praticado” (OLIVEIRA, 2008, p. 56).

Rué (2009) ressalta que, no caso da construção da noção de competências em termos da educação formal, é um processo que está em curso, sendo relativamente recentes as propostas de diálogo entre as esferas profissional e acadêmica no contexto das competências.

No mundo do trabalho, a gestão de pessoas nas organizações contemporâneas é um processo que envolve etapas como seleção, contratação, remuneração, desenvolvimento e avaliação. O modo como acontecem na prática esses processos foram se alterando ao longo do tempo, em função das mudanças pelas quais passaram as organizações em determinados períodos históricos, frente às necessidades do mundo do trabalho.

Antes, dentro dos preceitos da administração científica, por exemplo, a questão do cargo buscava uma pessoa para atuar em determinada posição, para isso tinha que ser encontrado o funcionário certo para aquela função (DUTRA, 2017). Atualmente, a realidade é permeada de incertezas, em que a solidez de uma posição em uma empresa ao longo da vida deixou de existir, ou seja,

A ideia de que ela [pessoa] vai apenas ocupar determinado cargo restringe a visão do movimento da pessoa durante seu tempo na organização. Se, ao contrário, estabelecermos que, ao entrar na organização, a pessoa ocupará determinado espaço, que será ampliado e modificado no tempo, de acordo com determinada lógica, teremos a visão dinâmica desse movimento. (DUTRA, 2017, p. 76)

A sociedade contemporânea, marcada pelo advento da globalização, da era do conhecimento, das tecnologias de informação e comunicação e da flexibilização nas relações produtivas, transformou-se, influenciando a forma como as pessoas se inserem no sistema laboral. Para responder a essas necessidades, o conceito de competências se tornou um aliado na gestão de pessoas das organizações.

Segundo Almeida (2009), a ideia de competências passou a articular processos de formação profissional, em confronto com o conceito de qualificação, que era o balizador de uma certificação para o trabalho ligado a um cargo, mas perdeu lugar por ser insuficiente na capacitação de futuros profissionais no momento de mudanças tecnológicas e do mundo do

trabalho. Le Boterf (2003) já identificava tal realidade nos processos de gestão de pessoas, uma vez que a qualificação era própria de um cenário de profissões estáveis.

Nessa concepção, as competências de uma pessoa dependem da contribuição ao contexto em que está inserida, agregando-lhe valor. A capacidade não é suficiente sem a contribuição. Dutra (2017) reforça que a competência vai além da realização do próprio trabalho, pois compreendida ainda pela percepção da influência do que se faz no trabalho dos outros, respeitando a ética e os valores da organização.

Dutra (2017) considera que tem aumentado o número de empresas a sistematizar a gestão de pessoas por competências, que prioriza as contribuições das pessoas em determinado contexto, não os cargos que ocupam. A partir disso, é possível perceber como cada um pode agregar valor à organização.

Esse aporte das pessoas hoje é visto como fator de competitividade, pois acrescenta algo de muito importante ao patrimônio corporativo: o conhecimento (DUTRA, 2017). Aqueles que conseguem fazer as entregas esperadas pelas empresas em níveis de complexidade cada vez maiores ajudam no desenvolvimento e atuação das organizações, somando as competências individuais às organizacionais. Nesse caso, ao se delinear o perfil profissional de funcionários, analisam-se as competências individuais combinadas às competências organizacionais.

O desenvolvimento das pessoas colabora com o próprio desenvolvimento da organização, pois prepara o profissional para situações mais complexas, então, compreendendo melhor o contexto, consegue agregar mais valor por meio das entregas realizadas. Disso resulta que o desenvolvimento pessoal não é só um conjunto de conhecimentos e habilidades acumuladas, mas o nível de complexidade em que são articuladas. Redireciona-se com a gestão de pessoas a “[...] ideia do desenvolvimento mútuo. [...] a organização, ao se desenvolver, desenvolve as pessoas; [...] [que] ao se desenvolverem, desenvolvem a organização.” (DUTRA, 2017, p. 4).

Nesse sentido, é preciso encarar a necessidade de uma aprendizagem para toda a vida, realizada de modo contínuo, em diversos níveis e de diferentes formas ou estilos (leitura, escuta, visualmente, em grupo, individualmente, na prática, ao ensinar outras pessoas, pela educação formal). Machado (2016) comenta que a formação continuada é presença constante na reorganização do mundo do trabalho. Afinal, o processo formativo não é para ter um profissional que saiba tudo do seu trabalho, por isso a importância de aprender a aprender. Porém, na educação formal, essa percepção está caminhando mais lentamente, afirma o autor.

Conhecer a realidade encontrada por profissionais que buscam oportunidades no mundo corporativo é uma maneira de entender quais são as exigências para uma atuação

qualificada, que podem contribuir para esse processo permanente de aprendizagem. O estudo descrito na sequência vai ao encontro dessa perspectiva.

## **Pesquisa Documental**

A abordagem desta investigação foi de natureza qualitativa, a partir de pesquisa documental. O levantamento aconteceu pela busca de vagas no LinkedIn ([www.linkedin.com](http://www.linkedin.com)) para posterior análise de conteúdo, conforme proposta de Bardin (2016) – pré-análise, exploração do material e interpretação. Para isso, foi utilizado o software NVivo, que processa dados qualitativos com o auxílio de computador.

Esta pesquisa é o recorte de um estudo realizado no doutoramento, que partiu do mundo do trabalho para compreender como a comunicação é vista pelas organizações em termos de requisitos de formação e de exigências para a atuação na área. Decidiu-se que a abrangência desta pesquisa seriam as regiões Sudeste e Sul do Brasil, a primeira se referindo ao local de desenvolvimento do doutorado e a segunda da atuação profissional da pesquisadora.

A oferta de cursos de Relações Públicas nessas regiões foi a base para a seleção dos estados em que aconteceria a busca no LinkedIn. O Sistema e-MEC foi consultado para confirmar as instituições com credenciamento ativo de graduação em Relações Públicas, resultando nos estados de Minas Gerais, Paraná, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul, Santa Catarina e São Paulo.

O LinkedIn é uma rede social digital voltada à ampliação das conexões profissionais. As organizações anunciam vagas e recebem cadastro de candidatos, a partir dos perfis mantidos na rede. Podem ser criados perfis pessoais e organizacionais. O LinkedIn permite acesso gratuito e oferece planos pagos para pessoas físicas ou jurídicas. O anúncio de vagas é pago e pode ser feito a partir de um perfil pessoal.

Para procurar por oportunidades profissionais existe o recurso “vagas”, que parte de um banco de dados dos cadastros realizados por interessados na oferta. A interface de pesquisa indica um campo chamado “localizar” (palavras-chave de interesse) e outro para a localidade (cidade, estado, país). Nos meses de novembro e dezembro de 2018 foi feita a busca no LinkedIn com o termo “comunicação” em cada um dos estados supracitados.



Após o tratamento inicial dos dados<sup>9</sup>, contabilizaram-se 699 documentos. Para este artigo foram selecionadas apenas as vagas que solicitavam formação em Relações Públicas ou Comunicação Organizacional, resultando em 79 documentos, conforme a Tabela 1.

TABELA 1 – VAGAS SELECIONADAS PELA FORMAÇÃO SUPERIOR

| <b>ESTADO</b>     | <b>DOCUMENTOS</b> |
|-------------------|-------------------|
| São Paulo         | 31                |
| Minas Gerais      | 15                |
| Paraná            | 15                |
| Rio Grande do Sul | 8                 |
| Santa Catarina    | 6                 |
| Rio de Janeiro    | 4                 |
| <b>TOTAL</b>      | <b>79</b>         |

FONTE: a autora (2020).

No período pesquisado, o estado de São Paulo teve praticamente o dobro de vagas em relação a cada um dos estados de Minas Gerais e do Paraná. A única oportunidade para egressos do curso de Comunicação Organizacional foi encontrada no Paraná.

Para a exploração desses documentos, definiram-se como categorias de contexto: requisitos de educação formal, necessidades para atuação (conhecimentos, habilidades, atitudes) e experiência profissional. Esses itens foram identificados pela frequência das 50 palavras mais citadas, que levaram à extração das unidades de registro dos documentos.

No caso da primeira categoria, como todos os documentos selecionados para este estudo eram de oportunidades para Relações Públicas ou Comunicação Organizacional, observou-se quais os outros cursos do campo da Comunicação foram solicitados concomitantemente. Em 55 documentos havia a menção ao curso de Publicidade e Propaganda, seguido por Jornalismo em 51. Ainda foi citado o curso de Comunicação Social em 32 documentos, sem especificar a habilitação. A referência a curso de “Comunicação” de forma genérica apareceu em 16 documentos. Chamou atenção a identificação do curso de Marketing<sup>10</sup> em 50 documentos.

A partir disso, foi realizado o cruzamento entre esses cursos para levantar quais eram solicitados ao mesmo tempo que Relações Públicas em cada vaga. As combinações mais citadas foram: Comunicação Social, Jornalismo, Marketing e Publicidade e Propaganda. Como o curso de Comunicação Organizacional apareceu em apenas um documento, a candidatura a essa

<sup>9</sup> Com o levantamento de todas as vagas procuradas no período, foram excluídos os documentos que continham oportunidades de estágio, cargos que não correspondiam a funções da área de comunicação e sem indicação de formação superior.

<sup>10</sup> Ao se verificar o nome do cargo relacionado à vaga (como de analista, assistente, coordenador), percebeu-se um equilíbrio entre a denominação tanto para as áreas de comunicação quanto de marketing.

vaga<sup>11</sup> compreendia também formados em Jornalismo e Publicidade e Propaganda, não aparecendo como opção Relações Públicas. Esse resultado mostrou que na maioria das vagas há possibilidade de diferentes formações<sup>12</sup> para atuar no mesmo cargo<sup>13</sup>.

Um único documento apresentou vaga exclusiva para graduado em Relações Públicas. O cargo identificado foi de “analista em comunicação corporativa e marketing” para uma empresa no Rio Grande do Sul. Entre os requisitos para a candidatura estiveram: apoio a processos de vendas e administrativos, gestão de projetos, desenvolvimento de eventos, comunicação interna, produção de materiais institucionais e inglês avançado.

Com relação às necessidades para atuação identificadas nos documentos, foram separados os itens em conhecimentos, habilidades e atitudes, fazendo referência a uma organização em termos de competências necessárias para as vagas, representadas na Figura 1.

FIGURA 1 – REPRESENTAÇÃO DE COMPETÊNCIAS IDENTIFICADAS



FONTE: a autora (2020).

No caso de conhecimentos, figuraram, nessa ordem, os ligados à comunicação; seguidos pelos de marketing; línguas estrangeiras; produção de conteúdo; gestão de resultados

<sup>11</sup> O cargo mencionado era de analista de comunicação.

<sup>12</sup> Em 21 documentos, graduados em Administração poderiam se candidatar à vaga. Entre outros cursos que foram citados com menos frequência estiveram: Design, Letras, Economia, Engenharia, Gestão Comercial, Comércio Exterior, Pedagogia.

<sup>13</sup> Entre as vagas encontradas, em dois documentos o termo Relações Públicas apareceu no nome do cargo: assistente de relações públicas e coordenador de relações públicas, ambos do estado de São Paulo. No primeiro, o candidato ainda poderia ser formado em Comunicação Social, Marketing ou Publicidade e Propaganda. No segundo, além desses cursos, apareceu também o de Administração.

e indicadores; gestão de serviços terceirizados; língua portuguesa; eventos; gestão de mídias sociais; gestão de orçamento; gestão de pessoas; marca/*branding*; vendas.

Para os conhecimentos em comunicação, destacaram-se como exigências, respectivamente: elaboração de campanhas e ações de comunicação; planejamento e estratégia de comunicação; comunicação interna; veículos de comunicação; assessoria de imprensa; assessoria de comunicação; materiais de comunicação; comunicação integrada; gestão de crise. Na área de marketing, figuraram: marketing digital; marketing de conteúdo; gestão de marketing; endomarketing. Como conhecimento em línguas estrangeiras foram citados o inglês e o espanhol.

Com respeito às habilidades, solicitaram-se, nessa ordem: pacote Office; pacote Adobe/CorelDraw; ferramentas do Google; ferramentas de gestão de marketing, como CRM (*Customer Relationship Management*) e RD Station (para gestão de marketing digital); SEO (*Search Engine Optimization*); e *ads*. Quanto às atitudes, proatividade foi a mais mencionada, na sequência: foco em resultados, trabalhar em equipe, capacidade analítica, criatividade, relacionamento com *stakeholders*, relacionamento interpessoal, organização, aprendizado contínuo, autonomia, negociação, resiliência, gestão do tempo, honestidade, comunicação eficaz, perfil inovador, paixão, tomada de decisão, comprometimento, curiosidade.

Na categoria experiência profissional, entre as mais citadas estiveram, respectivamente: produção de conteúdo; relacionadas à área de marketing; de comunicação; eventos; em projetos; mídias sociais; relação com *stakeholders*; análise de dados; gestão de pessoas; e assessoria de imprensa.

## **Discussão**

Os resultados da pesquisa mostraram que a atuação em comunicação no mundo do trabalho admite ao mesmo tempo diferentes possibilidades de formação superior, mesmo de cursos além do campo da Comunicação. Apesar dessa constatação, ainda com a restrição dos documentos encontrados às graduações de Relações Públicas e de Comunicação Organizacional, apenas uma vaga elencou esta formação, o que pode estar relacionado ao desconhecimento sobre o curso, ofertado em duas instituições brasileiras até o momento.

A respeito de cursos de campos do saber não ligados diretamente à Comunicação, ressalta-se a expressiva menção a egressos de Marketing, o que Fernandez (2010, p. 65) já havia constatado dez anos atrás em pesquisa sobre tendências profissionais em comunicação: “[...] Cita-se como exemplo a atuação de Administradores e profissionais do Marketing, trabalhando em funções de Relações Públicas [...]”.

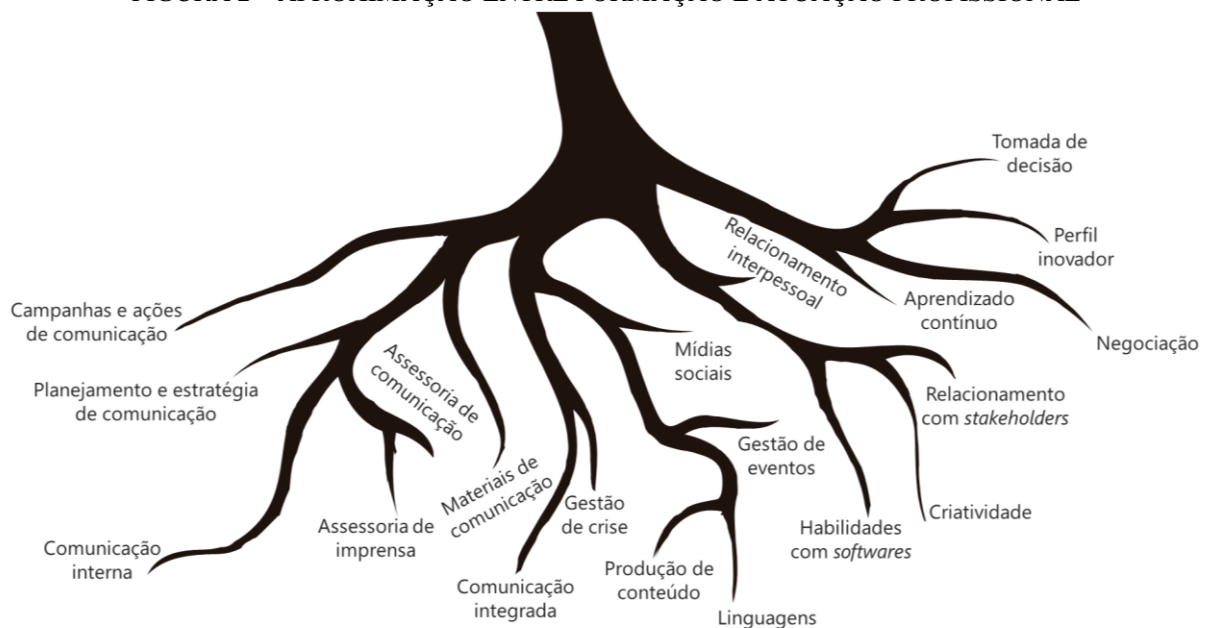
Nesse caso, percebeu-se a valorização de experiência profissional e de conhecimentos na área de marketing, além de requisitos relacionados a processos administrativos, como gestão de resultados e indicadores, de serviços terceirizados, de orçamento e de pessoas. Possibilidades de construir competências sobre esses assuntos estão previstas nas diretrizes (MEC, 2013), pois se realça a necessária articulação interdisciplinar, reconhecendo a interface do campo comunicacional com outras áreas, a serem incluídas como eixo de formação do estudante.

Paulino (2011) descreveu, após pesquisa, que um comunicador no mundo do trabalho, fora ter domínio da língua e linguagens, habilidades com ferramentas da internet, precisaria de noções de marketing e de administração. Os executivos de comunicação ouvidos em investigação de Ferrari (2017b) destacaram que a área de marketing (assim como de mídias digitais) vai continuar importante para o trabalho de Relações Públicas.

Essa realidade, entretanto, pode mostrar as incertezas que surgem sobre que caminho seguir na formação dos estudantes, porque as profissões hoje são instáveis. Tal olhar é corroborado em Oliveira (2008, p. 60): “[...] Várias funções profissionais desapareceram do mundo do trabalho, outras novas surgiram e outras demandas estão aparecendo, o que vem demonstrar a existência de metamorfoses profissionais”.

De qualquer forma, na parte mais específica, foi possível aproximar a formação e a atuação profissional em comunicação no contexto das competências para egressos de Relações Públicas e de Comunicação Organizacional, apresentada na Figura 2.

FIGURA 2 – APROXIMAÇÃO ENTRE FORMAÇÃO E ATUAÇÃO PROFISSIONAL



FONTE: a autora (2020).

Acerca de conhecimentos em comunicação, destaque para elaboração de campanhas e ações de comunicação; planejamento e estratégia de comunicação; comunicação interna; assessoria de imprensa; assessoria de comunicação; materiais de comunicação; comunicação integrada; e gestão de crise. Além da produção de conteúdo, da gestão de eventos e de mídias sociais, citadas tanto em conhecimentos quanto como em experiência profissional, e linguagens.

Uma questão a se enfatizar é de habilidade com *softwares*, prevista em práticas laboratoriais recomendadas nas diretrizes curriculares (MEC, 2013), para apoiar a formação em produção de conteúdo, gráfica, audiovisual ou digital. No caso das atitudes, para uma aproximação, citam-se: criatividade, relacionamento com *stakeholders*, relacionamento interpessoal, aprendizado contínuo, negociação, perfil inovador e tomada de decisão.

### **Considerações Finais**

A partir da pesquisa realizada, por um lado, percebeu-se que entre as expectativas do mundo do trabalho em comunicação para os graduados em Relações Públicas e em Comunicação Organizacional se destacam conhecimentos da área reconhecidos também como competências necessárias à formação acadêmico-profissional, como planejamento e estratégia de comunicação, comunicação interna, assessoria de imprensa, assessoria de comunicação, materiais de comunicação, comunicação integrada e gestão de crise. Produção de conteúdo, linguagens, gestão de eventos e de mídias sociais completam os principais achados do estudo.

Entre as exigências ligadas ao marketing, especificamente o digital, demonstra-se a relevância do tema na atuação das organizações no ambiente *on-line*, o que amplia os espaços profissionais em comunicação. Nesse sentido, a formação do estudante para as áreas do saber com interface comum a Relações Públicas e a Comunicação Organizacional, como é o caso do Marketing, auxiliaria no alinhamento às necessidades atuais do negócio das empresas.

Por outro lado, há que se considerar as constantes transformações no mundo do trabalho e a realidade da inserção profissional, além dos interesses pessoais e sociais dos egressos e das IES em projetos pedagógicos de cursos, tanto que este estudo traz um aspecto entre as possibilidades existentes. A empregabilidade é um dos caminhos para o estudante que, após formado, constrói e dá continuidade ao mundo do trabalho, por isso a necessária relação entre eles. Ainda se evidenciou que a formação inicial sempre deve ser complementada pela aprendizagem ao longo da vida, imprescindível na atualidade.

A educação superior deve formar pessoas competentes em um espectro amplo, elas vão atuar em uma sociedade que tem, entre uma de suas dimensões, o sistema produtivo, sem dúvida muito importante. Então esse é um dos debates necessários: o diálogo entre a academia e o mundo do trabalho. Porém, não há como deixar outros pontos comuns, de interesse individual e coletivo, que também precisam fazer parte da construção de projetos de formação em nível superior, em visão emancipadora e de transformação social. O desafio educacional contemporâneo é conciliar todos esses anseios.

## Referências

ALMEIDA, M. I. Professores e competência – Revelando a qualidade do trabalho docente. In: ARANTES, V. A. (Org.). **Educação e competências: pontos e contrapontos**. São Paulo: Summus, 2009. p. 77-122.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. ed. rev. e ampl. São Paulo: Edições 70, 2016.

BRASIL. **Lei n. 5.377**, de 11 de dezembro de 1967. Disciplina a Profissão de Relações Públicas e dá outras providências. Brasília, 1967. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/LEIS/1950-1969/L5377.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/1950-1969/L5377.htm). Acesso em: 7 fev. 2020.

CONFERP. **Resolução Normativa n. 43**, de 24 de agosto de 2002. Disponível em: <http://conferp.org.br/legislacoes/resolucao-normativa-n%c2%ba-43-de-24-de-agosto-de-2002>. Acesso em: 18 fev. 2020.

DUTRA, J. S. **Competências: conceitos, instrumentos e experiências**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

FERNANDEZ, A. F. Tendências ocupacionais e profissionais. In: CASTRO, D.; MELO, J. M.; CASTRO, C. (Orgs.). **Panorama da comunicação e das telecomunicações no Brasil**. Brasília: Ipea, 2010. v. 3. p. 63-172. Disponível em: <http://www.socicom.org.br/pdfs/panorama-2010-3.pdf>. Acesso em: 28 fev. 2020.

FERRARI, M. A. A prática das Relações Públicas no cenário brasileiro e latino-americano. In: GRUNIG, J. E.; FERRARI, M. A.; FRANÇA, F. **Relações Públicas: teoria, contexto e relacionamentos**. 2. ed. São Caetano do Sul: Difusão, 2011. p. 197-246.

\_\_\_\_\_. **Perfil dos cursos de Relações Públicas no Brasil: uma visão dos coordenadores e docentes do processo ensino-aprendizagem**. 2017. Tese (Livre-Docência) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2017a.

\_\_\_\_\_. Perfil dos egressos do curso de Relações Públicas da ECA/USP: análise da trajetória profissional e das percepções do curso. In: SANTOS, C. M. R. G.; FERRARI, M. A. (Orgs.). **Aprendizagem ativa: contextos e experiências em comunicação**. Bauru: Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, 2017b. p. 98-122. Disponível em: <https://www.faac.unesp.br/Home/Utilidades/aprendizagem-ativa---versao-digital.pdf>. Acesso em: 7 fev. 2020.

KUNSCH, M. M. K. A formação universitária em Relações Públicas: novas demandas e desafios da sociedade contemporânea. **Revista Internacional de Relaciones Públicas**, v. 7, n. 14, p. 5-22. 2017. Disponível em: <http://revistarelacionespublicas.uma.es/index.php/revrrpp/article/download/490/277>. Acesso em: 18 fev. 2020.

\_\_\_\_\_. Diretrizes curriculares nacionais para os cursos de graduação de Relações Públicas: aportes conceituais e práticos para sua implantação. In: ALMEIDA, F. F.; SILVA, R. B.; MELO, M. B. M. (Orgs.). **O ensino de Comunicação frente às Diretrizes Curriculares**. São Paulo: Intercom, 2015. p. 20-44.

LE BOTERF, G. **Desenvolvendo a competência dos profissionais**. Porto Alegre: Bookman-Artmed, 2003.

MACHADO, N. J. **Educação: autoridade, competência e qualidade**. São Paulo: Escrituras, 2016.

MARTINS, J. Formação acadêmico-profissional na área de comunicação: as competências como elemento conceitual dessa relação. In: CONGRESSO ABRAPCORP, 13., 2019, São Paulo. **Anais...** São Paulo: Abrapcorp, 2019. Disponível em:  
[http://abrapcorp.org.br/site/manager/arq/\(cod2\\_22668\)JulianeMartins\\_GT7\\_Abrapcorp2019.pdf](http://abrapcorp.org.br/site/manager/arq/(cod2_22668)JulianeMartins_GT7_Abrapcorp2019.pdf). Acesso em: 7 fev. 2020.

MEC. **Documenta 105**. Rio de Janeiro, set. 1969. p. 99-117.

\_\_\_\_\_. **Parecer CNE/CES n. 85/2013**. Diretrizes Curriculares Nacionais para o Curso de Graduação em Relações Públicas, 2013. Disponível em:  
[http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com\\_docman&view=download&alias=14115-pces085-13&Itemid=30192](http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_docman&view=download&alias=14115-pces085-13&Itemid=30192). Acesso em: 16 fev. 2020.

\_\_\_\_\_. **Parecer CNE/CES n. 492/2001**. Diretrizes Curriculares Nacionais dos cursos de Filosofia, História, Geografia, Serviço Social, Comunicação Social, Ciências Sociais, Letras, Biblioteconomia, Arquivologia e Museologia. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/CES0492.pdf>. Acesso em: 16 fev. 2020.

MOURA, C. P. Os desafios da implantação das diretrizes curriculares nacionais no curso de Relações Públicas. In: ALMEIDA, F. F.; SILVA, R. B.; MELO, M. B. M. (Orgs.). **O ensino de Comunicação frente às diretrizes curriculares**. São Paulo: Intercom, 2015. p. 46-62.

OLIVEIRA, I. L. Formação acadêmico-profissional em ambiente de mudanças: desafios pedagógicos. In: MOREIRA, S. V.; VIEIRA, J. P. D. (Orgs.). **Comunicação: ensino e pesquisa**. Rio de Janeiro: Eduerj, 2008. p. 51-63.

PAULINO, R. A. F. Perfil sociocultural dos comunicadores: conhecendo quem produz a informação publicitária. In: CASAQUI, V.; LIMA, M. C.; RIEGEL, V. (Orgs.). **Trabalho em Publicidade e Propaganda**. São Paulo: Atlas, 2011. p. 75-110.

RUÉ, J. A formação por meio de competências: possibilidades, limites e recursos. In: ARANTES, V. A. (Org.). **Educação e competências: pontos e contrapontos**. São Paulo: Summus, 2009. p. 15-75.

ZABALZA, M. A. **O estágio e as práticas em contextos profissionais na formação universitária**. São Paulo: Cortez, 2015.