

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO
CURSO DE RELAÇÕES PÚBLICAS

LEONARDO DOS SANTOS RODRIGUES

Interfaces entre academia e mercado: o olhar de egressos do curso de Relações
Públicas da UFRGS

Porto Alegre

2023

LEONARDO DOS SANTOS RODRIGUES

Interfaces entre academia e mercado: o olhar de egressos do curso de Relações
Públicas da UFRGS

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado à Faculdade de Biblioteconomia
e Comunicação como requisito parcial à
obtenção do grau de Bacharel em Relações
Públicas pela Universidade Federal do Rio
Grande do Sul.

Orientadora: Prof^a Dra. Denise Avancini
Alves

Porto Alegre

2023

LEONARDO DOS SANTOS RODRIGUES

Interfaces entre academia e mercado: o olhar de egressos do curso de Relações
Públicas da UFRGS

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado à Faculdade de Biblioteconomia
e Comunicação como requisito parcial à
obtenção do grau de Bacharel em Relações
Públicas pela Universidade Federal do Rio
Grande do Sul.

Aprovado em ____ de _____ de 2023.

BANCA EXAMINADORA

Profª Dra. Denise Avancini Alves - UFRGS
Orientadora

Profª Dra. Ana Cristina Cypriano Pereira - UFRGS
Examinador(a)

Profª Dra. Fabiane Sgorla - UFRGS
Examinador(a)

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais, meu núcleo familiar e minha razão de vida, por me inspirarem diariamente a ser uma pessoa melhor. Pela educação e pelo caráter sem os quais não seria nada. Por me fazerem quem sou hoje e nunca cederem.

Aos amigos, pelas memórias compartilhadas, pela companhia dos bons (e maus) momentos e a certeza de que nunca andei só. Vocês sabem quem são.

À minha orientadora, Prof^a Denise Avancini, por compartilhar de meus anseios e por me fazer crer que o percurso deste trabalho seria mais fácil do que imaginei – foi, graças a sua extensa colaboração e apontamentos sempre pertinentes.

A todos os professores que marcaram, em algum momento, minha trajetória de vida. Lecionar é uma arte e vocês são artistas. Compartilhar conhecimento é dos mais nobres atos de generosidade, e viver disso é viver sempre comprometido com o progresso humano e um mundo melhor.

Às (ex-) colegas de curso que gentilmente cederam parte de seu tempo para colaborar com esta pesquisa, e cujo agradecimento estendo à solidariedade que nos é cultivada, como estudantes de Relações Públicas, de forma a colaborar com as pesquisas de colegas, executadas ao longo de todo o curso e da mesma forma que também nos colaboram, nas eternas condições intercambiáveis de aplicadores e sujeitos de pesquisa.

À Universidade Federal do Rio Grande do Sul, por proporcionar as condições para uma formação universitária humana e que nos fornece repertório para atuar como agentes das mudanças que queremos, bem como fomentar em mim a crença de uma educação pública, gratuita e de qualidade como alicerce de transformação social que impacta o futuro do país, visionando um Brasil mais justo e próspero.

Aos errantes, aos renegados, aos desajustados, aos desafortunados: ainda acredito que o sol é para todos.

RESUMO

Este trabalho propõe refletir sobre as interfaces entre academia e mercado de trabalho no âmbito das Relações Públicas, da perspectiva de egressos do curso de Relações Públicas da Universidade Federal do Rio Grande do Sul e através da seguinte pergunta: como as competências acadêmicas do currículo do curso de Relações Públicas da UFRGS são assimiladas e aplicadas em contexto laboral por egressos do curso, a partir do currículo acadêmico instituído? Para responder o questionamento, o objetivo definido foi identificar como os egressos do curso de Relações Públicas da UFRGS, ingressantes a partir do segundo semestre letivo de 2017, assimilam, relacionam e aplicam as competências acadêmicas do curso no exercício profissional, após a implantação das Diretrizes Curriculares Nacionais (DCN) no novo Projeto Pedagógico. As bases teóricas do presente estudo se suportaram no percurso científico de autores como Waldemar Kunsch (2009), Moura (2009; 2015), Oliveira (2009) e Ferrari (2009; 2015a; 2015b; 2017), observando o resgate do histórico da profissão, do ensino de Relações Públicas e interfaces entre academia e mercado. Este trabalho se ancorou em três metodologias de pesquisa distintas: em um primeiro momento, usou pesquisa bibliográfica (STUMPF, 2005) para amearhar, organizar e transpor fontes em produção acadêmica que fundamenta esta monografia. Em um segundo momento, foi empregada a técnica de entrevista de profundidade (DUARTE, 2005), ao entrevistar seis egressas do curso de Relações Públicas da UFRGS, as quais cursaram integralmente o currículo instituído em 2017. Por fim, a análise de conteúdo (BARDIN, 2016) buscou a sistematização das informações coletadas, com o objetivo de convertê-las em perspectiva crítica, em concordância com os objetivos deste trabalho. Ao concluir a análise, compreendo que as habilidades mais presentes na atuação profissional dos egressos de Relações Públicas das UFRGS se associam diretamente às competências propostas pelo curso. Fatores preponderantes entre os egressos foram a falta de articulação da teoria ministrada no curso com a prática, bem como a carência de uma abordagem voltada ao contexto digital da atualidade.

Palavras-chave: Relações Públicas; Diretrizes Curriculares Nacionais; academia; mercado de trabalho; competências.

ABSTRACT

This paper proposes to reflect about the interfaces between academia and labor market within the scope of public relations, from the perspective of graduates from the course of Public Relations in the Federal University of Rio Grande do Sul (UFRGS, in its portuguese acronym) and through the following question: how the academic competencies in the syllabus of the course of Public Relations at UFRGS are assimilated and applied in labor context by graduates of this course, from the instituted academic syllabus? To answer this question, the main objective was to identify how the graduates in Public Relations at UFRGS, joining from the second academic semester of 2017, assimilate, relate and apply the course's academic competencies in professional practice, after the implementation of the National Curricular Guidelines to conceive the new Pedagogical Project. The theoretical framework in this study has been supported by the scientific route of researchers such as Waldemar Kunsch (2009), Moura (2009; 2015), Oliveira (2009) and Ferrari (2009; 2015a; 2015b; 2017), highlighting the historical review of the profession, the education in Public Relations and interfaces between academia and labor market. This paper has used three distinct types of methodology: at first, bibliographical research (STUMPF, 2005) was used to aggregate, organize and transpose sources to the academic production that substantiates this paper. In a second moment, in-depth interviewing (DUARTE, 2005) was employed to interview six graduates in Public Relations at UFRGS, as they attended it entirely within the instituted academic syllabus in 2017. Lastly, content analysis (BARDIN, 2016) sought systematization of the collected information, with the objective of converting it in critical perspective, in compliance with the named objectives of this paper. Upon concluding the analysis, I understand that the most evident abilities in the professional performance of the graduates in Public Relations at UFRGS are directly associated with the proposed competencies by the course. Preponderant factors amongst the graduates were the lack of articulation between the course's theory and actual practice, as also the lack of an approach concerning the digital context nowadays.

Keywords: Public Relations; National Curricular Guidelines; academia; labor market; competencies.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Competências gerais e específicas, conforme Parecer CNE/CES 492/2001.....	31
Quadro 2: Competências gerais e específicas, conforme Resolução nº2/2013.....	37
Quadro 3: Distinções entre as diretrizes curriculares - Parecer CNE/CES 492/2001 e Resolução nº 2/2013.....	39
Quadro 4: Competências e habilidades, conforme Projeto Pedagógico do curso de Relações Públicas da UFRGS.....	56
Quadro 5: Perfil das entrevistadas.....	61
Quadro 6: Aspecto que melhor contribuiu para a formação profissional.....	67
Quadro 7: Conteúdos, técnicas e/ou ensinamentos mais úteis no exercício profissional.....	68
Quadro 8: Conteúdos, técnicas e/ou ensinamentos que faltaram na graduação.....	69
Quadro 9: Aspecto curricular do curso de Relações Públicas a ser alterado.....	70
Quadro 10: Aspecto “visão generalista”.....	72
Quadro 11: Aspecto “pensamento estratégico”.....	73
Quadro 12: Aspecto “entendimento da cultura organizacional”.....	73
Quadro 13: Aspecto “entendimento dos públicos”.....	74

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	8
2. BREVE HISTÓRICO DAS RELAÇÕES PÚBLICAS NO BRASIL.....	13
2.1. O marco inicial no país	13
2.2. Regulamentação, ensino e o período da ditadura militar	15
2.3. Redemocratização, arcabouço teórico e a contemporaneidade	19
2.4. As leituras das Relações Públicas ao longo do tempo.....	22
3. O ENSINO DE RELAÇÕES PÚBLICAS NO BRASIL	24
3.1. Ensino de Relações Públicas no século XX	25
3.2. Das diretrizes curriculares à uma identidade curricular.....	28
3.3. As diretrizes curriculares de 2013 e o processo de alinhamento	32
4. REFLEXIVIDADE ENTRE ACADEMIA E MERCADO	41
4.1. Aproximações e distanciamentos	42
4.2. A simbiose entre teoria e prática.....	45
4.3. Interfaces entre academia e mercado na atualidade	48
5. O PROJETO PEDAGÓGICO DA UFRGS E O OLHAR DOS EGRESSOS	52
5.1. O Projeto Pedagógico da UFRGS e suas nuances.....	52
5.2. O perfil do egresso no projeto de 2017	55
5.3. Procedimentos metodológicos	57
5.4. O olhar dos egressos: análise das entrevistas	60
5.5. Apontamentos.....	72
5.5.1 Competências mobilizadas por egressos de Relações Públicas da UFRGS	72
5.5.2 O olhar dos egressos acerca da formação proporcionada pela UFRGS.....	75
5.5.3 Projeto Pedagógico: tessituras.....	77
CONSIDERAÇÕES FINAIS	80
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	82
APÊNDICES.....	88

1. INTRODUÇÃO

Em 27 de Setembro de 2013, a Resolução CNE/CES 2/2013, proveniente do Ministério da Educação, instituiu as diretrizes curriculares a serem adotadas em âmbito nacional pelos cursos de Relações Públicas em todo o país. De acordo com Kunsch (2015), que também presidiu a comissão responsável pela elaboração destas diretrizes, a proposta curricular instituída é inovadora, à medida que “ênfatiza a necessidade de uma formação universitária abrangente e que contemple uma visão integradora com os estudos e as práticas da comunicação nas organizações, envolvendo bases conceituais interdisciplinares e específicas” (KUNSCH, 2015, p. 21).

A nova resolução, que substituiu o documento até então em vigência, o Parecer CNE/CES 492 de 4 de Julho de 2001, teve por principais diferenças com seu antecessor a constituição das Relações Públicas como curso de graduação autônomo e distinto do então curso de Comunicação Social, do qual era subordinado, bem como promoveu a renovação da matriz curricular comum aos cursos de Relações Públicas no Brasil, incorporando noções contemporâneas em desfavor de conceitos e proposições consideradas obsoletas para a composição acadêmica da área na atualidade. Como expressa Kunsch (2015, p. 39), “depois de seis décadas da criação do primeiro curso superior no País e da institucionalização acadêmica e profissional da área, não se justifica mais não ter uma identidade própria reconhecida e valorizada pública e socialmente.”

Destaca-se, porém, que este movimento - seguido também pelo curso de Jornalismo, que teve sua autonomia ratificada na mesma data pela Resolução CNE/CES 1/2013 - não significa um rompimento da área acadêmica de Relações Públicas com o campo de conhecimento da qual é constituinte, as Ciências da Comunicação.

Faces às muitas controvérsias levantadas com o fato de que esses cursos deixem de ser nomeados de “Comunicação Social”, é importante destacar que a Comunicação continua a ser a grande área de conhecimento e dela os cursos fazem parte, assim como acontece com as demais áreas das outras ciências. Ocorre que, com o crescimento de novos campos do saber, é muito natural e salutar essa evolução e esse fortalecimento de campos específicos. Basta verificar a diversidade, por exemplo, dos cursos de Engenharia, Medicina etc. O campo das Ciências da Comunicação cresceu muito nas

últimas décadas e as suas áreas possuem hoje uma expressiva produção científica e técnica. Basta verificara amplitude da literatura disponível de todas as áreas das Ciências da Comunicação. (KUNSCH, 2015, p. 35)

Da sanção destas diretrizes curriculares, se iniciou o processo de renovação e readaptação dos cursos de Relações Públicas em nível superior pelo país. Na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), este processo resultou na elaboração de um novo projeto pedagógico e a partir deste, uma nova grade curricular para o curso de Relações Públicas da universidade, datado de Novembro de 2016 e que teve sua implantação iniciada no segundo semestre acadêmico de 2017. Dentre outras mudanças, amparou a revisão da grade curricular com a criação, exclusão, remanejamento e alteração de disciplinas e suas súmulas, nomenclaturas, etapas e cargas horárias, como também revisitou os perfis do curso, do egresso, concepções pedagógicas, a natureza das atividades de ensino, pesquisa e extensão e as formas de acesso ao curso. Estas mudanças, conforme Avancini Alves et al. (2020, p. 195), mantiveram aspectos relevantes, excluíram pontos ultrapassados e incluíram conteúdos que atendem a demandas atuais.

Deste movimento de renovação da matriz curricular comum a todos os cursos de Relações Públicas do país, espera-se endereçada a questão da legitimidade da área, perpassada por ambiguidades e transversalidades que se apresentam como obstáculos à constituição da área como campo acadêmico distinto e reconhecido pela sociedade. Uma delas, motivo de inquietude de muitos discentes, profissionais e acadêmicos da área, retratada e debatida em diversos trabalhos (ATHAYDES; PÉRSIGO, 2019; BASSO, 2019; CATTO; ZABLONSKY, 2020; FERRARI, 2015a; 2015b; 2016; 2017; LOPES, 2015; MARTINS, 2019; 2020; 2021; OLIVEIRA, 2009), dentre outros, é a relação entre academia e mercado de trabalho no âmbito das Relações Públicas. Fruto de curiosidade do autor, é neste sentido que este trabalho propõe, então, um recorte delimitado ao curso de Relações Públicas da UFRGS e seus discentes com ingresso a partir do segundo semestre letivo de 2017 - ou seja, que ingressaram na graduação já sob plena influência do novo currículo - e já formados, tendo concluído a graduação integralmente sob a nova base curricular. A opção por delimitar o corpo de estudo aos egressos inseridos nesta faixa temporal se dá tanto pela coincidência com a instituição do novo currículo das Relações Públicas na UFRGS como pela plena e oportuna formação acadêmica recém-concluída, onde ainda prosperam dúvidas e questionamentos que potencializam e subsidiam a

reflexão ativa do profissional, à medida que o egresso recém-formado, recentemente saído dos bancos acadêmicos, ainda é capaz de associar sua experiência de aula com sua vivência no mercado de trabalho.

A relação dialógica entre academia e mercado sempre foi um dos meus eixos de interesse enquanto estudante. O olhar específico dessa relação dentro do campo das Relações Públicas virou objeto natural de curiosidade à medida que progredi com os estudos enquanto aluno de graduação. Sempre me chamou a atenção, ao conversar com colegas e profissionais da área, de que existia o sentimento de haver um certo ‘descompasso’ nessa relação, decorrente de uma série de fatores, como a obsolescência do currículo acadêmico enquanto reflexo das práticas de mercado e o ritmo acelerado pelo qual as tecnologias de informação e comunicação (TICs) desenvolvem-se no mundo moderno, submetendo a atividade à novas formas de pensar e agir em âmbito estratégico nas organizações. Havia o consenso de que o curso fornece base sólida para o estudante desenvolver identidade profissional, bem como domínio e autonomia para desempenhar o papel de relações-públicas em diversos âmbitos de atuação - porém, ao mesmo tempo, de que a graduação se beneficiaria de um certo grau de aproximação e alinhamento com tendências e debates atuais da área, incorporando esta visão à formação proporcionada.

Neste sentido, este trabalho vislumbra a necessidade de avaliar qual é o impacto do aprendizado a partir da matriz curricular comum aos cursos de Relações Públicas, bem como os contrastes e aproximações com as práticas e estratégias comunicacionais desenvolvidas e aplicadas na atualidade.

Um mapeamento de trabalhos acadêmicos foi realizado com a intenção de avaliar a produção direta ou indiretamente relacionada com o tema a ser desenvolvido. Um total de 22 trabalhos, entre artigos, ensaios e trabalhos de conclusão de curso, e publicados no período entre 2016 e 2021 foram encontrados através de busca nas bases de dados de UFRGS, PUCRS e Intercom, além dos acervos da Revista ORGANICOM/USP, Conexões/UFAM, dentre outras, a partir das palavras-chave “Relações Públicas”, “Academia”, “Ensino”, “Mercado” e “FABICO/UFRGS”.

É possível concluir, então, que a pesquisa a ser realizada seria uma contribuição adicional a esta problemática, que vem sendo desenvolvida de forma sistemática no campo das Relações Públicas. No entanto, busca oferecer uma abordagem por uma perspectiva ainda não contemplada de forma específica: a relação entre academia e mercado de trabalho pós-reforma curricular, realizada em

2013 a partir das Diretrizes Curriculares Nacionais. Tendo por recorte o curso de Relações Públicas da UFRGS, procura entender se o currículo atual, desenvolvido a partir das novas diretrizes curriculares, atende às expectativas de acompanhar o ritmo do cenário profissional da área, buscando solucionar defasagens e oferecer instrumentos que possibilitem aos acadêmicos de Relações Públicas desenvolver virtudes que lhes insiram plenamente no cenário contemporâneo da profissão e os capacitem a desenvolver atividades em sintonia com as necessidades atuais da área.

Introduzido o tema, chego ao seguinte problema de pesquisa, que se centraliza no Projeto Pedagógico do curso de Relações Públicas da UFRGS, implementado no segundo semestre de 2017, e orienta este trabalho através da seguinte pergunta: **Como as competências acadêmicas do currículo do curso de Relações Públicas da UFRGS são assimiladas e aplicadas em contexto laboral por egressos do curso, a partir do currículo acadêmico instituído?**

Para responder esta pergunta, o problema de pesquisa assessora-se dos objetivos definidos como norteadores para este trabalho. Defino como o objetivo geral **identificar como os egressos do curso de Relações Públicas da UFRGS, ingressantes a partir do segundo semestre letivo de 2017, assimilam, relacionam e aplicam as competências acadêmicas do curso no exercício profissional, após a implantação das Diretrizes Curriculares Nacionais (DCNs) no novo Projeto Pedagógico.** Do objetivo geral, definem-se também objetivos específicos, que são os seguintes: **1) classificar as principais competências acadêmicas mobilizadas por egressos de Relações Públicas da UFRGS no exercício profissional; 2) compreender as visões destes egressos acerca da formação proporcionada pelo curso; e por fim, 3) comparar as experiências dos egressos de Relações Públicas da UFRGS com os objetivos e alinhamentos do projeto pedagógico do curso, destacando aproximações, distanciamentos, complementaridades e lacunas.**

Este trabalho é de natureza exploratória, realizado sob perspectiva qualitativa e utiliza técnicas de pesquisa distintas - pesquisa bibliográfica, entrevista em profundidade e análise de conteúdo -, empregadas em momentos distintos com o propósito de melhor atender os objetivos definidos.

Este trabalho será dividido em quatro capítulos. O primeiro capítulo, posterior à introdução, proporciona um breve panorama histórico da instituição e consolidação das Relações Públicas no Brasil, destacando características e nuances particulares a

cada segmento histórico da área, utilizando Farias, Nassar e Oliveira (2015) e Waldemar Kunsch (2006) como principais marcos teóricos.

O segundo capítulo traz uma perspectiva histórico-crítica do ensino das Relações Públicas no país, à medida que salienta momentos definidores para o desenvolvimento do campo acadêmico, bem como a operacionalização do ensino, pesquisa e extensão. Neste capítulo, os trabalhos de Ferreira (2014), Grohs (2019), Kunsch (2015) e Moura (2009; 2015) atendem ao resgate e crítica por esta perspectiva.

O terceiro capítulo reflete sobre a relação entre academia e mercado de trabalho no âmbito das Relações Públicas, relação essa que argumento como dialógica entre dois campos que dividem conhecimentos entre si e subsidiam o desenvolvimento, reconhecimento e legitimação da área. Servem como referenciais teóricos Ferrari (2009; 2015a; 2015b; 2017), Kunsch (2017), Marques de Melo (2001), Martins (2020; 2021) e Oliveira (2009).

O quarto e último capítulo apresenta o Projeto Pedagógico desenvolvido pela Comissão de Graduação (COMGRAD) do curso de Relações Públicas da UFRGS e suas competências acadêmicas, caracteriza o perfil de egresso desejado do curso, define os procedimentos de pesquisa que foram adotados, apresenta e analisa os resultados da pesquisa, em conformidade com os objetivos definidos. Nas considerações finais, reavalio as motivações deste trabalho, resgato os resultados obtidos no curso da pesquisa e sugiro pesquisas futuras na direção de estudos que articulam a correlação entre teoria e prática, academia e mercado profissional.

2. BREVE HISTÓRICO DAS RELAÇÕES PÚBLICAS NO BRASIL

A história das Relações Públicas, como habitualmente retratada em obras acadêmicas e escritos do campo da comunicação, tem início a partir da necessidade das organizações em se comunicar efetivamente com seus públicos, cada vez mais criteriosos quanto à atuação destas ante questões éticas e sociais que despontaram e tornaram-se centrais na primeira metade do século XX, fazendo da opinião pública um tema central tanto da sociedade quanto do mundo corporativo à época.

Waldemar Kunsch (2009) aponta os Estados Unidos como berço das Relações Públicas modernas, em um cenário no qual a busca pela riqueza sem limites desafiava valores morais e preceitos sociais, gerando reação negativa por parte considerável da sociedade americana, desfavorecida e por vezes vítima de práticas predatórias das corporações à época. Diante desse contexto, Ivy Lee, jornalista e publicitário, junto de George Parker, concebeu a Parker & Lee, considerada a primeira agência de “serviço de imprensa”, em 1906 (Ibidem, 2009), atendendo então preocupações que ainda hoje referem-se ao cerne de atividades e responsabilidades da área. A partir deste marco, o campo das Relações Públicas ganha corpo e desponta em outros países do globo, através do processo de internacionalização das organizações pelo mundo, que trouxeram suas práticas locais aos países nos quais se instalaram.

No decorrer deste capítulo, é abordado o processo de evolução da área no Brasil, considerando os contextos históricos e políticos particulares em cada época, bem como os desdobramentos pertinentes ao longo do tempo.

2.1. O marco inicial no país

A história das Relações Públicas brasileiras tem início no princípio do século XX. Precisamente, em 1914, inaugura-se o Departamento de Relações Públicas da *São Paulo Tramway, Light and Power Company*, empresa canadense à época responsável por gerir e distribuir energia elétrica no estado de São Paulo. Tendo como função “harmonizar os interesses diversos da empresa e do público” (TORRES, 2005 apud W. KUNSCH, 2009), tinha como coordenador o engenheiro Eduardo Pinheiro Lobo, brasileiro nato e que atuou sob o comando do canadense Alexander Mackenzie, personagem ainda inexplorado pela bibliografia das Relações Públicas brasileiras

(FLYNN, FURLANETTO e NASSAR, 2015; NASSAR, 2015 apud FARIAS, NASSAR e OLIVEIRA, 2016, p. 153).

Na década seguinte, no ano de 1926, a General Motors, então recentemente instalada no país - tendo iniciado suas atividades no ano anterior¹ - passa a publicar o *General Motors*, um boletim mensal considerado a primeira revista industrial publicada no Brasil (TORQUATO, 1987 apud Ibidem, 2016, p. 153). A iniciativa, de acordo com Mazer e Nascimento (2010, p. 44), foi considerada pioneira no âmbito comunicacional, visto que a revista era “uma publicação de conteúdo institucional para a comunicação interna”.

O desenvolvimento pleno das Relações Públicas no Brasil, no entanto, só se efetivou a partir da década de 50 (W. KUNSCH, 2009; Ibidem, 2016, p.153), sendo os esforços da primeira metade do século XX, até então, reflexo das políticas das multinacionais da América do Norte para com suas filiais instaladas em outras partes do globo. Tal perspectiva vai ao encontro com Fernandes (2011, p. 39 apud Ibidem, 2016, p. 153), argumentando que “desde o início do século XX, entre as décadas de 1910 a 1940, a prática da atividade de Relações Públicas estava restrita a poucas corporações internacionais e alguns setores de informação pública em departamentos governamentais e instituições”.

A Companhia Siderúrgica Nacional (CSN) foi a primeira empresa brasileira a contar com um departamento de Relações Públicas, em 1951 (Ibidem, 2015, p. 153). Essa iniciativa foi produto de uma política industrial aplicada pelo governo de Getúlio Vargas e que segundo Waldemar Kunsch (2009), despertou o interesse de outras multinacionais para se instalarem no país e gerou um ambiente fértil para o desenvolvimento da profissão e da área, graças à replicação de setores de Relações Públicas das matrizes congêneres (M. KUNSCH, NASSAR, 2009, p. 655 apud Ibidem, 2009, p. 153), otimismo econômico respaldado pela abertura política e o primórdio e crescimento dos conglomerados midiáticos de jornais, revistas e rádios, consoante com as primeiras transmissões televisivas no Brasil (Ibidem, 2009; Ibidem, 2015, p. 153), fatores que em conjunto levaram à uma celebração e valorização da prática de Relações Públicas.

¹ GM do Brasil começou suas atividades em 1925, em um galpão no bairro paulistano do Ipiranga.

Em:

<<https://media.gm.com/media/br/pt/chevrolet/news.detail.html/content/Pages/news/br/pt/2015/jan/0126-1925.html>>. Acesso em 14 de Junho de 2023.

À luz do rápido desenvolvimento da área no Brasil, a demanda por formações e cursos surgiu em paralelo. Em 1953, a Fundação Getúlio Vargas (FGV) ministra o primeiro curso de formação, em conjunto com o Instituto de Administração da Universidade de São Paulo, Instituto de Organização Racional do Trabalho (Idort) e Organização da Nações Unidas, conduzido por Eric Carlson, professor norte-americano (FARIAS, NASSAR e OLIVEIRA, p. 153). Em meio ao desenvolvimento das Relações Públicas como atividade empresarial, a Associação Brasileira de Relações Públicas (ABRP) foi criada, em 1954, sendo a primeira entidade da classe da área no Brasil.

A década de 50, bem como a transição para os anos 60, ainda foram marcadas pelos primeiros eventos de congregação e difusão de saberes, como o I Seminário Brasileiro de Relações Públicas, em 1958, bem como os primeiros congressos locais, como o I Congresso Paranaense de Relações Públicas², em 1959, e o I Congresso Mineiro de Relações Públicas³, em 1962 (Ibidem, 2015, p. 153), denotando uma rápida expansão e crescente curiosidade pela atividade por parte de profissionais, gestores e estudantes pelo país.

Os anos 50 antecederam uma década que marcaria o processo de ascensão e caracterização das Relações Públicas no país. No entanto, como descrito a seguir, este processo, carregado de teor político no auge de um dos períodos mais violentos da história do país, acabou por estigmatizar a área, que enquanto triunfava em nível institucional, enfrentava o questionamento e o ceticismo de setores da sociedade.

2.2. Regulamentação, ensino e o período da ditadura militar

Os anos 60 revolucionaram a atividade de Relações Públicas no Brasil. Neste intervalo de tempo, surgiram as primeiras obras acadêmicas, os primeiros cursos superiores e as primeiras grandes associações da área, culminando com a regulamentação da profissão, em 1968, na esteira e influenciada por um contexto desfavorável que marcou não só a profissão e atuação de Relações Públicas, mas a história do país: a ditadura militar, instaurada após um golpe de estado, em 1964.

A primeira obra a tratar especificamente de Relações Públicas no país foi o livro *Para entender Relações Públicas*, de Cândido Teobaldo de Souza Andrade, em 1962

² Congresso realizado na cidade de Curitiba (FARIAS, NASSAR e OLIVEIRA, 2015, p. 153).

³ Congresso realizado na cidade de Belo Horizonte (Ibidem, p. 153).

(W. KUNSCH, 2009). Andrade, além de ser o primeiro autor brasileiro na área, também foi um dos professores fundadores do programa de bacharelado em Relações Públicas da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP), bem como o primeiro doutor, com a tese *Relações públicas e interesse público*, em 1973, e o primeiro livre-docente, com a tese *Relações públicas na administração direta e indireta* (TORRES, 2000 apud Ibidem, 2009). Teobaldo é considerado por diversos autores um pioneiro, inclusive questionado se ele não deveria ser o “pai das Relações Públicas” no lugar de Eduardo Lobo, em provocação de Waldemar Kunsch (2009), respaldada por autores como Marques de Melo (1989, apud), Blanco (1989, apud), França (2003, p. 144, apud), López (1989, apud) e Thomazi (1989, apud).

A década de 60 ainda foi marcada pelo predomínio de um paradigma funcionalista no campo das Relações Públicas brasileiras, que ainda era fortemente influenciado pelas produções acadêmicas norte-americanas, que privilegiavam procedimentos em função de teorias, dando margem a uma preocupação que enfatizava o exercício da atividade em si e suas características instrumentais, como questionamentos nos sentidos de “o que fazer” e “como fazer” (Ibidem, 2009).

Apesar dos esforços contínuos de profissionais e estudiosos, a área ainda não detinha o pleno reconhecimento da sociedade e portanto, carecia de legitimação dentro da academia e seu exercício ainda era majoritariamente instrumental, sem um arcabouço teórico robusto o suficiente para corroborá-la como um campo de conhecimento distinto, ainda confundindo-se com noções e atribuições de outras áreas (Ibidem, 2009).

Em face desse cenário, o primeiro curso superior de Relações Públicas do país foi instituído, em 1967, na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP). Os primeiros bacharéis formaram-se em 1970 (FREITAS, 2009). No mesmo ano, a Associação Brasileira de Editores de Revistas e Jornais de Empresas (ABERJE) é fundada sob iniciativa do jornalista Nilo Luchetti, então gerente de Relações Públicas da Pirelli do Brasil (FARIAS, NASSAR e OLIVEIRA, 2015, p. 154). Hoje conhecida como Associação Brasileira de Comunicação Empresarial, agregou organizações e empresas que tinham interesse em aperfeiçoar seus departamentos de comunicação, “beneficiando-se de sua variada oferta de programas educacionais, pesquisas, conferências, reuniões, publicações” (CALDAS JÚNIOR, 2005 apud Ibidem, 2015, p. 154).

A partir destes acontecimentos, a profissão de Relações Públicas foi regulamentada no Brasil, em 1968, através da Lei Federal nº 5377/1967, aprovada no Congresso Nacional no ano anterior.

O Brasil foi o primeiro país do mundo a regulamentar a profissão de Relações Públicas. No entanto, o licenciamento da profissão era prematuro, porque naquela época as atividades de Relações Públicas não foram reconhecidas nem pela academia, nem pela sociedade, apesar dos esforços feitos nesse sentido, por exemplo, pela ABRP (M. KUNSCH, 1997 p. 22 apud FARIAS, NASSAR e OLIVEIRA, 2015, p. 154).

Com a regulamentação e posterior legalização, pelo Decreto-Lei nº 63283/1968, a atividade era agora exclusiva de bacharéis em Comunicação Social, habilitados em Relações Públicas e registrados em um dos então oito conselhos regionais do país (W. KUNSCH, 2009). Enquanto a regulamentação foi celebrada como uma iniciativa pioneira e o Brasil, o primeiro país a tomar tal medida, ao passar do tempo, foi interpretada por pesquisadores e estudiosos da área como inoportuna (Ney Peixoto do Vale) e prematura (Teobaldo Andrade) (apud Ibidem, 2009). Logo tornaria-se claro que a regulamentação precoce tinha uma finalidade escusa: institucionalizar o aparelho de propaganda da ditadura militar sob uma atividade-fim específica.

De acordo com Farias, Nassar e Oliveira (2015), a legalização da profissão foi um artefato utilizado pelo governo militar para restringir e controlar o direito à liberdade de expressão e das relações sociais no âmbito da Comunicação Social. Em 1968, foi criada a Assessoria Especial de Relações Públicas (AERP), constituída segundo Margarida Kunsch (1997, p. 26 apud Ibidem, 2015, p. 155) em “um verdadeiro escritório político de propaganda para ‘promover’ o regime ditatorial, mascarando, assim, a intervenção de censura mais violenta da história do Brasil”. A atuação da AERP foi marcada pela divulgação de *slogans* ufanistas (Ibidem, 2009) e peças de propaganda que apresentavam um país fadado ao sucesso, que dependia apenas do esforço de sua população e da crença no regime vigente, caracterizadas pela “linguagem grandiloquente da comunicação empresarial” (TORQUATO, 2002 apud Ibidem, 2015, p. 155).

Ainda em 1968, a Associação Brasileira de Relações Públicas (ABRP), em vistas de completar 15 anos como entidade máxima da área no país, define as Relações Públicas pela noção de compreensão mútua (ANTUNES, MACHADO e

MONTEIRO, 2007, p. 3), eminente à época e que refletia os primeiros esforços teóricos no Brasil, como o trabalho de Teobaldo Andrade, que também propõe neste sentido. A definição da ABRP propunha as Relações Públicas como

o esforço deliberado, planejado, coeso e contínuo da alta administração, para estabelecer e manter uma compreensão mútua entre uma organização, pública ou privada, e seu pessoal, assim como entre essa organização e todos os grupos aos quais está ligada, direta ou indiretamente (ANDRADE, 1983, p. 45 apud ANTUNES, MACHADO e MONTEIRO, 2007, p. 3).

No auge da repressão e da perseguição política, os anos 70 marcaram as Relações Públicas brasileiras pelo estigma. O regime militar fazia uso sistemático das técnicas e estratégias comunicacionais apreendidas pelo campo com a finalidade de justificar as ações do governo e mascarar e acobertar os abusos cometidos, falseando fatos e censurando iniciativas de cidadãos e instituições que se posicionavam contra o regime. Expressa Waldemar Kunsch (2009) que a atuação contundente da AERP influenciou empresas a promoverem militares para coordenar seus setores de Relações Públicas, o que levou a área a ser vista com desconfiança nos meios intelectuais, midiáticos, artísticos e sindicais. Soma-se ao fato de que a atuação de Relações Públicas em si ainda não era solidificada e reconhecida socialmente no país, dando margem a noções como a de que a atividade se caracterizava essencialmente em ser um instrumento auxiliar à repressão da ditadura.

No governo do general Ernesto Geisel (1974-1979), a AERP foi substituída pela Assessoria de Imprensa e Relações Públicas (AIRP) e, no seguinte, em 1975, fora desmembrada em duas para dar lugar à Assessoria de Relações Públicas (ARP) (Ibidem, 2009). Apesar das reorganizações sucessivas do setor de Relações Públicas subordinado ao regime militar, a missão permanecia a mesma: o empreendimento de propaganda favorável ao governo e o controle e gestão de informações que detinham potencial de impactá-lo negativamente. Conforme Farias, Nassar e Oliveira (2015), exemplo emblemático é o do assassinato do jornalista Vladimir Herzog, então diretor de Jornalismo da TV Cultura de São Paulo, em 1975. A versão oficial, divulgada pela ARP, alegava que Herzog havia se suicidado no cárcere, quando na verdade, fora torturado e morto pelos militares (NASSAR, 2012 apud FARIAS, NASSAR e OLIVEIRA, 2015, p. 155).

A década de 70 também foi marcada pelo reflexo da euforia causada pela regulamentação da profissão de Relações Públicas, fato que até então ainda era único no mundo (W. KUNSCH, 2009). A partir desta euforia, foram abertos novos cursos nas faculdades pelo país, bem como departamentos nas empresas. No entanto, esse processo ainda era de alguma forma desorganizado, pois a rápida expansão da área se mostrava dissociada de avanços no campo como um todo, especialmente em termos de bagagem teórica e reconhecimento social. Isso levou, segundo Waldemar Kunsch (2009), a um processo improvisado, onde faltavam profissionais especializados, bem como postula Margarida Kunsch (1997, apud BASSO, p. 18), havia uma visão imprecisa por parte do mercado e da academia, fruto da falta de domínio das concepções que vinham sido desenvolvidas desde a década de 50.

O processo de abertura política trouxe novas perspectivas para a área, à medida que possibilitou um novo horizonte para um campo então visto por muitos como acessório ao regime ditatorial brasileiro, como visto a seguir.

2.3. Redemocratização, arcabouço teórico e a contemporaneidade

A década de 80 marcou uma nova era de evolução e transformação para as Relações Públicas. Postula Fernandes (2011, p.44 apud FARIAS, NASSAR e OLIVEIRA, 2015, p. 155) que foram quatro os fatores que marcaram esse período: a transformação econômica, a abertura política, o estabelecimento da democracia e o desenvolvimento de pesquisas científicas. O clima político e social de otimismo instituído incitava as organizações a adotarem uma nova postura diante da sociedade, ante à demanda crescente por transparência em todos os âmbitos.

Isso levou a uma transformação significativa na área, marcada por paradigmas teóricos que viriam a influenciar mercado e academia ao longo das décadas até os dias de hoje, a proliferação de sindicatos e entidades de classe que denotavam o crescimento e valorização da atividade e o desenvolvimento de uma cultura profissional de Relações Públicas no país.

Com o relaxamento das políticas repressivas no Brasil, os primeiros sindicatos de profissionais de Relações Públicas foram estabelecidos: primeiro no Rio Grande do Sul, em 1981, seguido por Rio de Janeiro (1984) e São Paulo (1985). Na mesma medida, novas associações e entidades foram criadas, como a Associação Brasileira de Empresas de Relações Públicas (ABERP), em 1983; a Associação Nacional de

Empresas de Comunicação Empresarial (ANECE), em 1985, e o Sindicato Nacional das Empresas de Comunicação, em 1989 (FARIAS, NASSAR e OLIVEIRA, 2015, p. 155).

No âmbito organizacional, emergiam novas leituras que buscavam adequar a atuação empresarial às demandas dos novos tempos. Argumenta Waldemar Kunsch (2009) que as organizações, tanto nos setores público como privado, começaram a se pautar por uma visão holística da comunicação, buscando compreendê-la e exercê-la como um todo, privilegiando modelos posicionamentos estratégicos que viessem a atender os novos moldes da sociedade brasileira. Tal movimento é exemplificado pela Rhodia, que em 1985 criou uma gerência de comunicação social dentro da hierarquia da empresa, integrando as divisões de Jornalismo, Relações Públicas e Marketing Social (Ibidem, 2009).

A comunicação integrada viria a ser uma das principais correntes teóricas da década de 80, e que simbolizou uma transformação na forma pela qual a atividade de Relações Públicas era exercida e avaliada no contexto organizacional. Expressa no pioneirismo de Gaudêncio Torquato, com sua tese *Comunicação empresarial e comunicação institucional*, e Margarida Kunsch, com a dissertação *Planejamento de Relações Públicas na comunicação integrada*, promove a integração de diferentes ênfases da comunicação - nomeadamente institucional, mercadológica, interna e administrativa - congregando equipes de assessoria, Relações Públicas e marketing sob um esforço coordenado e estratégico de comunicação.

Em um paralelo acadêmico, Roberto Porto Simões publicava, em 1984, uma leitura das Relações Públicas a partir de uma perspectiva crítica, englobando a produção teórica da área, o perfil do profissional, a prática e dando contornos à uma ética e estética da atividade em sua obra *Relações públicas: função política* (Ibidem, 2015, p. 156).

Os anos 80 também foram marcados por uma preocupação cada vez maior com o ensino de Relações Públicas, refletindo uma busca por maior qualidade de aprendizado (Ibidem, 2009). Iniciativas como o Prêmio Opinião Pública⁴ e o Concurso Universitário de Monografias e Projetos Experimentais⁵ buscavam encorajar o corpo

⁴ Iniciativa de Nemércio Nogueira, presidente da 2ª Região do Conselho Regional de Profissionais de Relações Públicas (CONFERP SP/PR), em 1980 (W. KUNSCH, 2009).

⁵ Iniciativa de Margarida Kunsch, então diretora cultural da seção de São Paulo da Associação Brasileira de Relações Públicas (ABRP), em 1982 (Ibidem, 2009).

estudantil da área a desenvolver projetos práticos e teóricos que contribuíssem para o campo.

Em 1994, um fato dava o tom que marcaria a década de 90 no âmbito das Relações Públicas: a instalação do Parlamento Nacional de Relações Públicas pelo Conselho Federal de Profissionais de Relações Públicas (CONFERP), proporcionando debates e consultas com profissionais da área com o intuito de “modernizar a atividade, adequando-a às exigências dos novos tempos” (W. KUNSCH, 2009).

Os anos 90 viram grandes transformações nos âmbitos político e social pelo mundo, exigindo cada vez mais de atividades que necessitassem se adequar à uma nova realidade, cada vez mais global, plural e transformadora. Não foi diferente para as Relações Públicas, já difundidas e praticadas universalmente, cujo sentimento de progresso foi igualmente partilhado.

No Brasil, mudanças significativas se deram nos campos acadêmico e profissional. Em 1991, os grupos de trabalho (GTs) da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom) são constituídos para fortalecer as grandes áreas que compõem o campo da comunicação. Dentre estas, o GT de Relações Públicas e Comunicação Organizacional foi instituído já no ano seguinte (Ibidem, 2009). Simpósios realizados na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP), em 1990, e na Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS), em 1992, exprimiam a necessidade das Relações Públicas em congregar tanto as necessidades teórico-conceituais da atividade como as demandas mercadológicas, em função da prática. O livro *Obtendo resultados com Relações Públicas*, de 1993, publicado pela ECA-USP, é um dos resultados deste esforço de convergência, “com textos de profissionais e pesquisadores de renome” (Ibidem, 2009).

No âmbito profissional, seguiram-se os esforços contínuos por uma comunicação sinérgica. As assessorias de imprensa e de Relações Públicas passaram a ser assessorias de comunicação (Ibidem, 2009), denotando uma mobilização não apenas conceitual como prática em função deste objetivo.

O século XXI marcou a continuidade do processo de modernização, assimilação e reconhecimento da atividade de Relações Públicas pela sociedade. Em 2002, uma sinalização importante neste sentido foi a criação da Associação Brasileira de Agências de Comunicação (ABRACOM), com a finalidade de representar agências

prestando serviços ligados à gestão estratégica de comunicação (FARIAS, NASSAR e OLIVEIRA, 2015, p. 157). No campo acadêmico, o surgimento da Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação Organizacional e Relações Públicas (ABRAPCORP), em 2006, permitiu uma sistematização dos estudos nestas áreas, publicados anualmente e produto do trabalho de pesquisadores e estudiosos de destaque.

Marco maior deste século até agora, no entanto, é a formulação das Diretrizes Curriculares Nacionais para os cursos de Relações Públicas no Brasil, determinada em 2010 pelo Ministério da Educação e cuja comissão eleita trabalhou em três aspectos específicos: o perfil desejado do profissional de Relações Públicas em face das mudanças política, cultural, social e tecnológica contemporâneas; habilidades profissionais a serem ensinadas no ensino superior em termos de conhecimentos, técnicas, atitudes e valores; e os instrumentos de aprendizagem e mecanismos utilizados pela academia para ensinar seus alunos (Ibidem, 2015, p. 157). A proposta foi aprovada em 2013, conforme visto anteriormente neste trabalho e cuja proposta será enfatizada posteriormente, ao tratar da evolução do ensino das Relações Públicas no país.

A evolução do campo de Relações Públicas no Brasil acompanhou o desenvolvimento do país, incorporando características deste percurso, ao passo que também foi influenciada por transformações políticas e sociais. A seguir, é apresentada uma breve síntese dessa evolução.

2.4. As leituras das Relações Públicas ao longo do tempo

Ao longo das décadas, as Relações Públicas passaram por mudanças expressivas no que tange sua atuação profissional, geração de saberes e percepção por parte da sociedade.

Desde o marco inicial no país, na atuação de Eduardo Lobo pela *Light & Power* até a década de 70, a área foi marcada por uma escassez bibliográfica, fruto do desenvolvimento da atividade com ênfase excessiva em sua prática, na operacionalidade, no 'como fazer', bem como a esparsa expansão dos cursos de Relações Públicas, que também em seu início enfatizavam a prática da profissão. Além disso, marcante foi a influência dos estudos norte-americanos, conforme Ferrari

(2003a, p.55, apud W. KUNSCH, 2009), cujo valor foi transposto na atuação das multinacionais que aqui se instalaram e refletiu nas primeiras produções acadêmicas.

Após um período no qual o campo esteve praticamente estagnado, com esforços teóricos marginais e cuja atuação era regada pela doutrina do regime militar vigente, a redemocratização do país proporcionou novo fôlego, bem como novas perspectivas. Com a produção intelectual não mais cerceada pelo governo, um salto na produção acadêmica da área ocorreu a partir dos anos 80, consoante com o aperfeiçoamento dos cursos de graduação e pós-graduação, produtos da década anterior. Em três pesquisas de Margarida Kunsch (1997a; 2003; 2005 apud *Ibidem*, 2009), tratando da produção científica da área na pós-graduação e em congressos do Intercom em intervalos distintos - a primeira de 1974 até 1995, a segunda de 1970 até 2000 e a terceira de 1992 até 2000 - com recortes distintos mas aproximados com as pesquisas dos campos das Relações Públicas e Comunicação Organizacional, notou-se um aumento exponencial no número de artigos, livros, teses e dissertações.

A abertura política marcou uma mudança de paradigma na área, onde de fato ganhou contorno estratégico e tornou-se prioridade na hierarquia corporativa das organizações pelo país como um todo. Notável neste papel de reconhecimento foi a ABERJE, cuja atuação marcada pelo intermédio entre o universo empresarial brasileiro e as tendências do campo acadêmico permitiu com que a instituição se posicionasse e trabalhasse para, nas palavras do então diretor-geral, Paulo Nassar (apud MAGALHÃES NETO, 2005), “a mudança do perfil taylorista e mecanicista que caracterizou a comunicação empresarial e as Relações Públicas brasileiras nos primeiros cinquenta anos do século XX”.

Em síntese do percurso da área ao longo do tempo, Farias, Nassar e Oliveira (2015, p. 159) nos apresentam a perspectiva de que nos últimos cem anos, a área passou de mera responsável pela reprodução de conteúdo de forma limitada para os públicos centrais de uma empresa à responsável pelo estabelecimento e difusão de valores organizacionais, situando as organizações em um cenário global. Na atualidade, o papel estratégico das relações-públicas como gestor estratégico da comunicação nas organizações é amplamente reconhecido, e isso se reflete tanto na valorização do profissional como reverbera na academia, gestando uma *práxis* que afirma as Relações Públicas como uma ciência, de fato - um campo científico de produção de conhecimento que impacta a sociedade.

3. O ENSINO DE RELAÇÕES PÚBLICAS NO BRASIL

Conforme visto no capítulo anterior, a história do ensino de Relações Públicas no Brasil tem início a partir de iniciativas remotas, ainda nos anos 50, a partir da demanda por cursos de formação e capacitantes, com a crescente busca por profissionais da área como de áreas afins, à medida que o país crescia e empresas instalaram-se, seja do zero ou como filiais advindas do exterior. Nesta mesma década, se originaram as primeiras entidades de classe, congregando pensamentos de diferentes classes dentro do campo - profissionais, gestores, acadêmicos, estudantes, não só de Relações Públicas como de outros campos da comunicação.

Foi na década de 60, porém, que o ensino formal em nível superior e a partir de cursos de graduação, pós-graduação e especializações torna-se realidade no país. A iniciativa pioneira da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP), em 1967, dá origem ao primeiro curso superior de Relações Públicas no Brasil. Deste momento em diante, as Relações Públicas passaram a ser incluídas como uma habilitação nos currículos mínimos da grande área de Comunicação Social, instituídos pelo Ministério da Educação (MEC) (FERREIRA, 2014, p.4).

Cláudia Peixoto de Moura⁶, ao resgatar a trajetória do ensino de Relações Públicas, aponta que o ensino de comunicação social foi regido no Brasil a partir de um currículo mínimo desde 1962. No século XX, a área foi normatizada por um total de cinco currículos mínimos, a partir de pareceres do Conselho Federal de Educação (CFE) e resoluções do MEC (em ordem: Parecer nº 323/62; Parecer nº 984/65; Resolução nº 11/69; Resolução nº 03/78 e Resolução nº 02/84) (Ibidem, 2014, p.5-6, adaptado a partir de MOURA, 2002, p. 100-102), sendo o campo de Relações Públicas incluído e definido a partir do terceiro currículo mínimo - os dois primeiros currículos abordavam unicamente a disciplina de Jornalismo, e portanto não são objeto deste recorte contextual. Os pareceres e resoluções instituídos tinham como função regulamentar uma formação comum a todos os cursos superiores no país, sendo responsabilidade das universidades e estabelecimentos de ensino superior converter o currículo mínimo em um currículo pleno, incluindo matérias que permitissem uma

⁶ Doutora em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP).

formação adequada ao exercício profissional, no que havia liberdade de organização dos cursos para tal (MOURA, 2009).

Em meio a um cenário ainda limitado à época, no que tange à área como campo acadêmico e como atividade profissional, as funções de Relações Públicas confundiam-se com a de outras áreas, como Jornalismo e Publicidade, como também eram praticadas por profissionais destas, resultado da carência de legitimidade e reconhecimento social tanto pela escassez teórica como pelo desenvolvimento precoce da prática da profissão, ainda majoritariamente empírica e influenciada pela estabelecimento das multinacionais estrangeiras no país. Este cenário refletiu-se nos primeiros currículos de comunicação. O Parecer nº 984/65, embora regulamentasse apenas o curso de Jornalismo, referenciava as Relações Públicas como “integrantes” do exercício jornalístico (Ibidem, 2009). Mesmo após a regulamentação da profissão, em 1968, autores como Poyares (1974, apud Ibidem, 2009) ainda consideravam a área não mais do que uma especialização dentro de um campo mais abrangente - o do Jornalismo, cujo profissional deveria ter “larga base humanística e de conhecimentos de comunicação social (Jornalismo)”.

Cabe destacar que as atividades de Relações Públicas no Brasil começaram a ser praticadas empiricamente por profissionais de diversas áreas de conhecimento, os quais utilizavam definições prontas e importadas de países como Estados Unidos, Canadá e Inglaterra (FRANÇA, 2003). No entanto, o contexto empresarial, político e social era bastante diferente nesses países, pois passavam por um processo de refinamento cultural advindo de movimentos populistas, da regulamentação dos negócios e da pressão da opinião pública que criaram as contingências necessárias para o surgimento da profissão. (GROHS, 2019, p. 48)

Neste capítulo, é apresentado o itinerário histórico do ensino das Relações Públicas brasileiras a partir da década de 60, da qual data o primeiro currículo mínimo da educação brasileira no campo da comunicação social, ressaltando a transição e o progresso curricular da área no decorrer do tempo.

3.1. Ensino de Relações Públicas no século XX

O primeiro currículo mínimo a denominar e definir as Relações Públicas como uma habilitação da comunicação social foi elaborado a partir da Resolução nº 11/69 (FERREIRA, 2014, p.5-6, adaptado a partir de MOURA, 2002, p. 100-102). Conforme

Moura (2009), o currículo podia ser organizado tanto para habilitações específicas como para uma habilitação polivalente, que garantia um diploma de bacharel em Comunicação Social, sem habilitação definida.

A formação dos comunicadores compreendia uma multitude de áreas - jornalistas, publicitários, relações-públicas, editores, noticiaristas de agências, redatores oficiais, pesquisadores de comunicação e planejadores de campanhas (MOURA, 2009). O currículo mínimo consistia de uma base comum a todas as áreas, como também definia o estudo de disciplinas específicas dentre as habilitações.

Para as Relações Públicas, o currículo de 1969 significou a primeira demarcação acadêmica de uma área então recém regulamentada⁷, no ano anterior. No entanto, segundo Ferreira (2014, p. 4), “apesar de apresentar outras habilitações, estava ainda muito direcionado à formação do jornalista”, reforçando a ideia de que as Relações Públicas nada mais seriam do que uma especialização, um apêndice à formação em Jornalismo, essa reconhecida socialmente. No mesmo ano de 1969, através do decreto-lei nº 860, são criados o Conselho Federal dos Profissionais de Relações Públicas (CONFERP) e a partir deste, os Conselhos Regionais (CONRERPs), responsáveis por fiscalizar a atividade profissional das Relações Públicas no país (GROHS, 2019, p.50). A partir da regulamentação e fiscalização, houve o favorecimento para a abertura de cursos de graduação - fato que levaria a área a contar com pelo menos 29 cursos superiores de Relações Públicas no Brasil até o final da década de 70 (FERRARI; GROHS, 2017; FERRARI, 2017a apud Ibidem, 2019, p. 49).

O Parecer 1.203/77 marcou um reexame da resolução anterior e teceu considerações a respeito da regulamentação, do crescimento e da evolução do ensino de Comunicação Social no Brasil (Ibidem, 2009). A partir deste parecer, a graduação em comunicação social contava com cinco habilitações: Jornalismo; Publicidade e Propaganda; Relações Públicas; rádio e televisão; e cinematografia. Posteriormente, o Parecer 02/78, a partir de ponderações do CONFERP e da Assessoria do Departamento de Assuntos Universitários (DAU), revisou o texto-base e apontou, dentre outras mudanças, uma maior ênfase aos projetos experimentais e o estágio supervisionado nos cursos, além de uma distribuição equânime da carga horária dos currículos plenos. Por fim, a Resolução 03/78, documento definitivo que instituiu o

⁷ Ver 2.2 - Regulamentação, ensino e o período da ditadura militar.

quarto currículo mínimo da comunicação social, manteve as características e apontamentos dos documentos anteriores (MOURA, 2009).

As Relações Públicas passavam por um dilema nos anos 70. À ocasião da discussão do Parecer 1.203/77 e do novo currículo, o CONFERP encaminhou uma sugestão no sentido de transferir a habilitação de Relações Públicas da grande área da Comunicação para a Administração (Ibidem, 2009; GROHS, 2019, p. 50). A proposta não prosperou por falta de consenso entre os profissionais da área, além da disparidade do campo profissional entre a comunicação e a administração (Ibidem, 2009), posto como fator para a manutenção da área como uma das áreas integrantes do campo de comunicação social (Ibidem, 2009).

O último currículo mínimo começou a ser pensado em 1980. Por iniciativa do Conselho Federal de Educação, foi criada uma comissão especial, composta por sujeitos da área com trânsito tanto na academia quanto no mercado (MOURA, 2002 apud FERREIRA, 2014, p. 5) e encarregada de reelaborar o currículo. A Resolução 02/84 definiu as habilitações a serem ofertadas: Jornalismo; Publicidade e Propaganda; Relações Públicas; Produção Editorial; Radialismo (rádio e TV); e Cinema. Conferia-se o grau de bacharel em comunicação social seguido da respectiva habilitação (Ibidem, 2009).

O currículo instituído em 1984 caracterizava cada uma das habilitações indicando matérias e/ou disciplinas obrigatórias, relativas à parte específica de cada uma. As sete matérias indicadas para o curso de Relações Públicas tratavam de fornecer um alicerce teórico-reflexivo para o graduando, e se desdobravam nos âmbitos de teoria e pesquisa, comunicação dirigida, assessoria, planejamento, legislação e ética de Relações Públicas, bem como redação e expressão da língua portuguesa. De acordo com Moura (2009), a partir das ementas das matérias determinadas para a habilitação, verificou-se coerência com as atividades profissionais previstas na legislação da área.

Desde a efetivação do último currículo mínimo para o campo da comunicação social até a transição para as diretrizes curriculares, como descrito na sequência, houve uma sequência de movimentos por parte da comunidade acadêmica e profissional de Relações Públicas, paralelamente induzidos pelas transformações políticas e sociais da década de 90, que possibilitaram e motivaram a revisão e renovação curricular da área.

3.2. Das diretrizes curriculares à uma identidade curricular

Em 1996, à luz de demanda pública e reivindicações por parte de movimentos da sociedade organizada em vistas de um ensino qualificado no campo da comunicação, o Congresso Nacional aprova a Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (LDB)⁸. O projeto de lei sancionado, na prática, extinguiu os currículos mínimos no ensino superior, sendo então substituídos pelas Diretrizes Curriculares Nacionais (GROHS, 2019, p. 55). Ainda de acordo com Grohs (2019), a nova lei conferiu maior autonomia às universidades, dando maior flexibilidade ao processo de organização e gestão dos cursos, permitindo às instituições de ensino superior “fixar os currículos dos seus cursos e programas, observadas as diretrizes gerais pertinentes” (Ibidem, 2019, p. 55).

Da necessidade denotada pela LDB, deu-se início ao processo que resultou nas diretrizes curriculares para o campo da Comunicação Social, em 1999. No entanto, já no princípio da década de 90, se debatia Relações Públicas de forma preponderante nos meios acadêmico e profissional. Aponta Moura (2015, p. 48) alguns fatos relevantes para a área, como a formação do Parlamento Nacional de Relações Públicas em 1994, organizado pelo CONFERP e que tinha como objetivo ser um fórum de debates para a profissão, congregando conselhos regionais. Uma série de congressos, como o I Seminário Nacional pela Qualidade do Ensino em Comunicação, em 1995, e o Congresso Nacional Extraordinário dos Jornalistas, em 1997, pautou e contribuiu com a discussão em torno do aperfeiçoamento do ensino em comunicação. A Carta de Atibaia⁹, publicada em 1997, resultou desse esforço e tornou-se um marco referencial deste novo posicionamento da categoria (ZAPATA, 1998 apud Ibidem, 2019, p. 56), enriquecendo o debate que breve se materializaria nas diretrizes curriculares, que se tornaram efetivas em 2002.

Em 1997, o Edital nº 4 – SESu/MEC, enviado para as instituições de ensino superior pelo país, fomentou interesse na formação das diretrizes curriculares, das quais muitas retornaram sugestões e contribuições ao órgão competente, colaborando com a nova etapa do ensino de comunicação no Brasil (MOURA, 2009; Ibidem, 2015,

⁸ Lei nº 9.394, de 20 de Dezembro de 1996.

⁹ A Carta de Atibaia foi um documento elaborado em 1997, durante o Parlamento Nacional de Relações Públicas e dentre suas pautas mais notórias, defendia a flexibilização da profissão no país e a criação de um órgão autorregulamentador para a área.

p. 49). Este processo resultou na proposta final de diretrizes curriculares para a área da Comunicação, formulada pela Comissão de Especialistas de Ensino em Comunicação Social (CEE/COM), composta por docentes representantes de cada habilitação. A proposta foi enviada ao Ministério da Educação (MEC) em 1999, porém, homologada apenas dois anos depois, de acordo com o Parecer CNE/CES 492, de 4 de Julho de 2001, pelo Conselho Nacional de Educação (CNE) do MEC, e promulgada a partir da Resolução nº 16, do CNE/MEC, em 2002 (MOURA, 2015, p. 49).

As diretrizes curriculares de 2002 foram caracterizadas por uma série de mudanças em relação ao regime que então regulava o ensino superior brasileiro, o currículo mínimo. Dentre elas, cita-se o abandono desta modalidade curricular e a não especificação de duração mínima e máxima do curso, além de outras questões ampliadas ou alteradas pelo Parecer nº 1363/2001 e Resolução CNE/CES 16/2002 (FERREIRA, 2014, p. 8), documentos adjacentes à proposta sancionada. Ressalta Moura (2009) que a transição do currículo mínimo para as diretrizes curriculares representava tanto uma abertura promovida pelo novo governo como acrescia responsabilidade às instituições educacionais quanto à qualidade do ensino, agora por elas construído ativamente. A autonomia conferida pelo parecer dava a oportunidade aos estabelecimentos de ensino superior de definirem suas próprias disciplinas, alicerçadas em tópicos de estudo apresentados no documento (Ibidem, 2009). Registrava a possibilidade de cursos de Comunicação Social com habilitações, de um curso superior distinto, com apenas uma habilitação específica, bem como a indicação de áreas do conhecimento (Ibidem, 2015, p. 51). Leva-se em conta, ainda, os parâmetros estabelecidos para os cursos de comunicação social, com a redação da proposta tendo marcante influência do campo do Jornalismo (Ibidem, 2009).

O perfil específico do egresso de Relações Públicas, definido no documento sancionado, tratava de caracterizar o bacharel do curso através dos seguintes elementos norteadores:

O perfil do egresso em Relações Públicas se caracteriza:

1. pela administração do relacionamento das organizações com seus diversos públicos, tanto externos quanto internos;
2. pela elaboração de diagnósticos, prognósticos, estratégias e políticas voltadas para o aperfeiçoamento das relações entre instituições, grupos humanos organizados, setores de atividades públicas ou privadas, e a sociedade em geral;
3. pelo exercício da interlocução entre as funções típicas de Relações Públicas e as demais funções profissionais ou empresariais existentes

na área da Comunicação. (BRASIL. Parecer CNE/CES nº 492 de 03 de Abril de 2001. Adaptado pelo autor).

O curso de Relações Públicas foi caracterizado, nas premissas das diretrizes de 2002, de duas formas: através de um perfil específico e desejado do egresso, como também pelas competências e habilidades pertinentes a cada curso. Disserta Grohs (2019, p. 55) que, ao analisar estas caracterizações, abstrai-se que o que se enfatiza em um profissional de Relações Públicas no Brasil quanto ao seu papel gerencial, passa pela habilidade de estabelecer programas de comunicação estratégica para criação e manutenção de relacionamento das instituições com seus públicos de interesse. Do profissional, dá-se maior ênfase a suas competências administrativas do que os papéis atribuídos na lei promulgada em 1967, pertinentes ao campo da comunicação e da opinião pública.

O currículo do curso de Relações Públicas em 2002 foi organizado promovendo uma distinção entre conteúdos básicos e específicos (MOURA, 2015). Dos conteúdos básicos, tratava de conhecimentos teórico-práticos então pertinentes à atualidade, como linguagens, técnicas e tecnologias midiáticas, bem como os aspectos ético-políticos destes processos. Quanto aos conteúdos específicos, encorajava-se a reflexão e prática nos campos da comunicação e da habilitação específica (Ibidem, 2015, p. 51). Foi concebido de forma a privilegiar uma formação de caráter generalista, apresentando aspectos gerais do campo da comunicação para então enfatizar a formação específica, dando ao egresso formado no currículo de 2002 uma trajetória que lhe apresentava saberes fragmentados de várias áreas, as quais compunham seu percurso acadêmico.

As competências inerentes ao egresso de Relações Públicas, segmentadas em gerais (pertinentes a todos os estudantes dos cursos da grande área da Comunicação Social) e específicas (características de cada habilitação) são denotadas através de verbos transitivos diretos, que descrevem e indicam ações que devem integrar o exercício crítico e profissional. As competências gerais compreendem uma série de condutas comuns à todas as habilitações, como assimilar conceitos e empreendê-los em análises críticas da realidade; dominar a língua portuguesa com a finalidade de interpretar e ser capaz de redigir textos especializados dentro de suas áreas, como também ter a capacidade de compreender e interpretar formas de linguagem significativas ao campo da comunicação em dimensões distintas - criação, produção,

interpretação e técnica de conteúdos -, além da capacidade de refletir criticamente acerca das práticas que compõem o fazer comunicacional (BRASIL, 2001).

Particulares ao exercício de Relações Públicas, competências redigidas por meio de verbos como 'desenvolver', 'realizar', 'elaborar', dentre outros exprimem técnicas e procedimentos comuns ao profissional no âmbito da atividade, como pesquisas e auditorias de imagem, diagnósticos, planejamentos estratégicos e programas de comunicação, salientando uma ênfase descritiva que reside no aspecto prático-operacional da área. Estas competências são expostas no Quadro 1.

Quadro 1: Competências gerais e específicas, conforme Parecer CNE/CES 492/2001

Competências gerais	a) assimilar criticamente conceitos que permitam a apreensão de teorias
	b) usar tais conceitos e teorias em análises críticas da realidade
	c) posicionar-se de modo ético-político
	d) dominar as linguagens habitualmente usadas nos processos de comunicação, nas dimensões de criação, de produção, de interpretação e da técnica
	e) experimentar e inovar no uso destas linguagens
	f) refletir criticamente sobre as práticas profissionais no campo da Comunicação
	g) ter competências no uso da língua nacional para escrita e interpretação de textos gerais e especializados na área
Competências específicas	a) desenvolver pesquisas e auditorias de opinião e imagem
	b) realizar diagnósticos com base em pesquisas e auditorias de opinião e imagem
	c) elaborar planejamentos estratégicos de comunicação institucional
	d) estabelecer programas de comunicação estratégica para criação e manutenção do relacionamento das instituições com seus públicos de interesse
	e) coordenar o desenvolvimento de materiais de comunicação, em diferentes meios e suportes, voltados para a realização dos objetivos estratégicos do exercício da função de Relações Públicas
	f) dominar as linguagens verbais e audiovisuais para seu uso efetivo a serviço dos programas de comunicação que desenvolve
	g) identificar a responsabilidade social da profissão, mantendo os compromissos éticos estabelecidos
	h) assimilar criticamente conceitos que permitam a compreensão das práticas e teorias referentes às estratégias e processos de Relações Públicas

Fonte: elaborado pelo autor, a partir de BRASIL. Parecer CNE/CES nº 492 de 03 de Abril de 2001.

Das diferenças entre as diretrizes curriculares recém-instituídas em 2002, a partir da LDB, e o último currículo mínimo, de 1984, salientam-se mudanças significativas nas estruturas curriculares e na composição de conteúdos (MOURA, 2009). A Resolução nº 2/84 nominava áreas do conhecimento que eram elencadas como disciplinas obrigatórias e eletivas comuns a todas as habilitações do curso de Comunicação Social, como Filosofia, Sociologia, Língua Portuguesa e Lógica, bem como ênfases do campo, como Teoria da Comunicação, Comunicação Comparada, Métodos de Pesquisa em Comunicação e Planejamento em Comunicação. As diretrizes atualizadas apresentavam uma abordagem mais ampla, a partir de tópicos de estudo - especificamente, conhecimentos teórico-conceituais; conhecimentos analíticos e informativos sobre a atualidade; conhecimentos de linguagens, técnicas e tecnologias midiáticas; e conhecimentos ético-políticos - e não nominavam matérias como na contraparte de 1984, o que deixava as instituições de ensino superior encarregadas de montar a grade curricular mais adequada, a partir da autonomia conferida pelo parecer sancionado (Ibidem, 2009).

As diretrizes de 2002 conferiram novo status à área de Relações Públicas. Conforme citado anteriormente, o parecer permitia a possibilidade de um curso superior com apenas uma habilitação específica, que poderia ser a de Relações Públicas (MOURA, 2015, p. 51), bem como desenhou uma 'identidade curricular' que seria refinada a partir das diretrizes curriculares de 2013, em um movimento de emancipação que seria continuado e ampliado.

3.3. As diretrizes curriculares de 2013 e o processo de alinhamento

A discussão para a elaboração de novas diretrizes curriculares teve início em 2009, a partir de uma iniciativa do Ministério da Educação (MEC) em rever as nomenclaturas dos cursos de bacharelado e licenciatura, tendo por objetivo extinguir as habilitações, assim estabelecendo novos referenciais curriculares no país (KUNSCH, 2015, p. 26-27).

Mediante a Portaria 595, da Secretaria de Educação Superior (Sesu/MEC), em 2010, foi instituída a comissão encarregada de elaborar nova proposta curricular para os cursos de Relações Públicas do país. Composta por sete integrantes com comprovada experiência acadêmica e profissional - dentre eles, nomes reconhecidos na área, como Margarida Kunsch, Cláudia Peixoto de Moura, Paulo Nassar e Márcio

Simeone – realizou, no período entre junho e outubro de 2010, audiências públicas e consultas virtuais com diversos segmentos da área, levantamentos de avaliação dos cursos de graduação pelo país, bem como pesquisas e relatórios do estado atual da atividade no Brasil e no mundo (KUNSCH, 2015, p. 30-32). O produto desse trabalho converteu-se em um relatório, entregue ao MEC em 21 de outubro de 2010 e sob o qual foram elaboradas as novas Diretrizes Curriculares Nacionais (DCNs), que viriam a ser sancionadas e entrar em vigência apenas três anos depois – primeiro com a aprovação do parecer em 14 de Março de 2013, pelo Conselho Nacional de Educação (CNE) e então homologadas pelo MEC em setembro do mesmo ano, pela Resolução nº2/2013 (Ibidem, 2015, p. 33-34). Processo análogo ocorreu com o curso de Jornalismo, a partir da Resolução nº 1/2013, sancionada no mesmo mês.

Este processo foi um marco para a área de Relações Públicas no Brasil, marcadamente pelo fato de que daquele momento em diante, o MEC considerava estas habilitações agora como cursos de graduação distintos, descartando a nomenclatura de ‘Comunicação Social’ que os precedia. Essa distinção se deu tanto para fins de avaliação em âmbito nacional como para reconhecimento social. No entanto, como destacado na introdução deste trabalho, essa mudança não significou um rompimento conceitual com o campo das Ciências da Comunicação, grande área do conhecimento do qual é subordinada.

Dentre os principais aspectos a se destacar da Resolução nº 2/2013, sobressaltam a maior autonomia do curso de Relações Públicas em relação às demais habilitações da área de Comunicação Social; a ampliação da carga horária do curso, que previa anteriormente um mínimo de 2.700 horas e agora contava com 3.200 horas previstas no currículo; ênfase direcionada à formação específica em Relações Públicas, bem como atividades práticas e laboratoriais; e a obrigatoriedade do estágio supervisionado (GROHS, 2019, p. 61).

Observa Kunsch (2015), que também presidiu a comissão responsável pelas DCNs de 2013, a partir de sua perspectiva, de que o conteúdo das diretrizes instituídas “é bastante abrangente, inovador e ao mesmo tempo muito desafiador frente aos *status quo* dos cursos de Relações Públicas existentes no país” (Ibidem, 2015, p. 35). A autora justifica ao elencar alguns dos motivos pelos quais muitos destes cursos ainda operavam com matrizes curriculares obsoletas, como a falta de estrutura e de condições institucionais por parte de muitas Instituições de Ensino Superior (IES), bem

como a falta de um olhar para a formação de um corpo docente qualificado no país (KUNSCH, 2015, p. 35).

Das inovações estabelecidas pelas novas diretrizes curriculares, Kunsch (2015, p. 36) evidencia a ênfase em uma formação com foco na gestão estratégica da comunicação nas organizações, além de afirmar que as DCNs destacam a necessidade de uma formação geral e humanística numa perspectiva interdisciplinar, com a finalidade de preparar o futuro profissional a lidar com contextos e cenários distintos, assim como a realidade local na qual o relações-públicas se insere.

As diretrizes estabelecidas em 2013 fundamentam-se em uma resolução de sete páginas. Dispõem, em linhas gerais, de fundamentos a serem observados e aplicados para os cursos de Relações Públicas no Brasil, prevendo os seguintes itens a serem incorporados aos componentes curriculares, definidos pelas instituições de ensino superior: I - projeto pedagógico e matriz curricular; II - linhas de formação; III - articulação teórico-prática; IV - processos de atualização; V - carga horária total; VI - estrutura laboratorial; VII - descrição de competências gerais e específicas; VIII - habilidades e perfil desejado para o futuro profissional; IX - conteúdos curriculares; X - estágio curricular supervisionado; XI - acompanhamento e avaliação; XII - atividades complementares; XIII - trabalho de conclusão de curso (BRASIL, 2013).

A Resolução nº 2/2013 organiza a disposição de conteúdos curriculares em quatro eixos temáticos, de natureza complementar entre si: I - Formação Geral; II - Comunicação; III - Relações Públicas e IV - Formação Suplementar. Destes eixos, prevê-se uma gama de atividades com a finalidade de contemplar a oferta de conteúdo, tais como disciplinas, oficinas, atividades laboratoriais, discussões temáticas, seminários, como outras.

De acordo com Moura (2015, p. 53), que também integrou a comissão formadora da nova proposta curricular, esta disposição em eixos temáticos facilita a centralização da formação do futuro relações-públicas em um foco na área profissional, à medida que os demais eixos amparam uma formação multidisciplinar do estudante, fundamentada em aspectos teóricos e técnicos. Sob esta ênfase, às DCNs se assessoram de saberes e conhecimentos distintos, com abrangência tanto ao campo da comunicação quanto da cultura geral, incluindo abordagens que atendam aos interesses locais e proporcionem repertório ao discente (Ibidem, 2015, p. 53).

Ressalta-se também uma preocupação com a identidade da área, por muito tempo atravessada por outras áreas já amplamente reconhecidas socialmente dentro do próprio campo da comunicação social, em um processo que dificultou a distinção e reprodução das Relações Públicas no Brasil ao longo dos anos e nos dias hoje ainda suscita questionamentos, ainda que cada vez menos frequentes, em sintonia com um trabalho de esclarecimento por parte das classes acadêmica, profissional e das entidades de classe. Destaca Kunsch (2015, p. 39-40) que a aplicação ideal das DCNs nos cursos superiores de Relações Públicas contribui para uma identidade mais bem definida da profissão, através da possibilidade de dinamismo proporcionada pelas diretrizes, que permitem às matrizes curriculares serem constantemente revistas e reavaliadas ante à evolução da sociedade.

O perfil do egresso de Relações Públicas é tipificado nas DCNs de 2013 como de um “profissional ético, humanista, crítico e reflexivo” (BRASIL, 2013), capaz de compreender dinâmicas, problemáticas e conjunturas próprias da atualidade, sociedade e dos campos da comunicação e da própria área, integrando e aplicando estas leituras ao exercício da profissão. Este perfil difere do documento predecessor de 2001, à medida que aquele caracteriza o profissional pelas funções que desempenha, destacando particularidades do campo como a administração dos relacionamentos de uma organização, elaboração de diagnósticos, prognósticos e estratégias e integração das funções da área com o contexto empresarial.

Art. 4º O egresso do curso de Relações Públicas deve ser profissional ético, humanista, crítico e reflexivo, com as seguintes características pessoais:

I - capacidade acurada de análise conjuntural, de forma que se lida quantitativa e qualitativamente com dados estatísticos, econômicos e sociais, transformando-os em indicadores para a elaboração de políticas de comunicação;

II - percepção das dinâmicas socioculturais, tendo em vista interpretar as demandas dos diversos tipos de organizações e dos públicos;

III - compreensão das problemáticas contemporâneas, decorrentes da globalização, das tecnologias da informação e da comunicação e do desenvolvimento sustentável necessária ao planejamento de Relações Públicas;

IV - entendimento do campo técnico-científico da comunicação, capaz de estabelecer visão sistêmica das políticas e estratégias de relacionamentos públicos;

V - capacidade de liderança, negociação, tomada de decisão e visão empreendedora.

(BRASIL. Resolução CNE/CES nº 2 de 27 de Setembro de 2013. Adaptado pelo autor).

Esta diferença é salientada por Kunsch (2015), ao descrever o perfil desejado do bacharel na atualidade como de um agente comprometido com as transformações sociais, excedendo o de um “mero técnico-profissional, preocupado apenas no ‘fazer’ e no ‘como-fazer (sic)’” (KUNSCH, 2015, p. 41), devendo então o profissional do campo da comunicação ter uma visão integradora e estratégica, que supere o perfil técnico e mero aplicador de fórmulas. Tal linha de pensamento é corroborada por Moura (2015), ao afirmar que o egresso do curso de Relações Públicas precisa *ser* um cidadão do mundo, para um *fazer* mediante práticas multidisciplinares, com olhar crítico e humanístico (Ibidem, 2015, p. 60, grifos meus).

As competências vigentes no documento de 2013 são determinadas por meio de substantivos, como ‘habilidade’, ‘conhecimento’ e ‘capacidade’, dentre outros. Assim como sua contraparte de 2001, dividem-se em gerais e específicas, destacando características comuns a todo egresso da área da comunicação, e particulares ao curso escolhido. O documento que regula o currículo de Relações Públicas descreve competências gerais que se assemelham a seu antecessor, como também denota preocupação maior com características próprias que o egresso deve possuir ao se inserir no cenário organizacional e enfatizam, assim, uma identidade profissional, idealizando um ‘perfil ideal’ antes de um aplicador de técnicas. Estas competências estão descritas no Quadro 2.

Quadro 2: Competências gerais e específicas, conforme Resolução nº 2/2013

Competências gerais	a) domínio das linguagens e das técnicas utilizadas no processo de comunicação e nas diversas mídias, articulando as dimensões de criação, produção e interpretação
	b) capacidade de articular, de forma interdisciplinar, as interfaces existentes nas diferentes áreas da comunicação, bem como de outros campos do saber, promovendo a integração teórico-prática
	c) atuação profissional em consonância com os princípios éticos de comunicação para a cidadania, considerando as questões contemporâneas, voltadas para os direitos humanos e a sustentabilidade
	d) capacidade de produzir conhecimento científico no campo da comunicação e na área das Relações Públicas e de exercer a docência
Competências específicas	a) interesse em desenvolver pesquisas, estratégias e políticas que favoreçam a interpretação qualificada da conjuntura sócio-organizacional
	b) criatividade para gerar, executar e avaliar planos, programas campanhas e projetos estratégicos de Relações Públicas, integrados às demandas organizacionais e da opinião pública
	c) habilidade para sistematizar os repertórios necessários à prática profissional, nos âmbitos da gestão de processos comunicacionais, da cultura organizacional e das inovações tecnológicas
	d) conhecimentos de técnicas e instrumentos adequados ao desenvolvimento de atividades específicas: assessoria de imprensa, organização de eventos, cerimonial e protocolo, ouvidoria, comunicação interna, pesquisa de opinião pública e de mercado
	e) capacidade de realizar serviços de auditoria, consultoria e assessoria de comunicação de empresas
	f) condições de atuar de forma qualificada em atividades de relações governamentais e de comunicação pública
	g) habilidade para administrar crises e controvérsias, promovendo ações para a construção e preservação da imagem e da reputação das organizações

Fonte: Elaborado pelo autor, a partir de BRASIL. Resolução CNE/CES nº 2 de 27 de Setembro de 2013.

As DCNs em vigor, a partir de 2013, possuem diferenças estruturais e conceituais como documento antecessor. O Parecer 492/2001 não detalha a estrutura do curso, enquanto o documento de 2013 elenca uma série de atributos comuns e necessários a todos os componentes curriculares elaborados pelas instituições de ensino superior. Os conteúdos curriculares em 2002 são segmentados em básicos - caracterizadores de formação geral da área e ofertados a todos os graduandos em cursos de comunicação social - e específicos, definidos pelos colegiados dos cursos

correspondentes à cada habilitação. Em 2013, as diretrizes apresentam quatro eixos temáticos para a disposição de conteúdos curriculares, descritos anteriormente.

Há ainda um contraste marcante entre os documentos de 2002 e 2013, ao tratar do perfil ideal de egresso e das competências e habilidades necessárias ao profissional de Relações Públicas. Em 2002, ambas instâncias são detalhadas por uma perspectiva essencialmente descritiva, que tange a operacionalização de procedimentos, técnicas e demais atividades em consonância com o exercício profissional, enfatizando o fazer da área. Tal leitura é corroborada por Tavares (2019), ao afirmar que o documento prevê características funcionais da prática de Relações Públicas, pressupondo que o egresso esteja apto a desenvolver as técnicas e estratégias referidas. Em 2013, a linguagem utilizada para definir perfil, competências e habilidades é carregada de substantivos que denotam uma preocupação maior com as características próprias da identidade do profissional, privilegiando um 'ser' em Relações Públicas - Ilustro estas distinções de forma mais clara no Quadro 3.

Quadro 3: Distinções entre as diretrizes curriculares - Parecer CNE/CES 492/2001 e Resolução nº 2/2013

Elementos	Parecer CNE/CES 492/2001	Resolução nº 2/2013
Estrutura do curso	Não definida.	Contempla os seguintes itens: projeto pedagógico e matriz curricular; linhas de formação; articulação teórico-prática; processos de atualização; carga horária total; estrutura laboratorial; descrição de competências gerais e específicas; habilidades e perfil desejado para o futuro profissional; conteúdos curriculares; estágio curricular supervisionado; acompanhamento e avaliação; atividades complementares; trabalho de conclusão de curso.
Conteúdos curriculares	Conteúdos básicos - teórico-conceituais; analíticos e informativos sobre a atualidade; linguagens, técnicas e tecnologias midiáticas; ético-políticos - e específicos, com matérias definidas pelo colegiado do curso.	Eixos, complementares entre si - Formação Geral; Comunicação; Relações Públicas; Formação Suplementar - com matérias definidas pelo colegiado do curso.
Perfil do egresso em Relações Públicas	Caracterizado por descrição de atividades em concordância com a lei federal que regulamenta a profissão, bem como resoluções posteriores de conselhos e entidades de classe.	Caracterizado por descrição de características e virtudes pessoais desejadas para o egresso - substantivos como "capacidade", "percepção", "compreensão", "entendimento".
Competências e habilidades em Relações Públicas	Caracterizadas por verbos, que descrevem técnicas e procedimentos em Relações Públicas - "desenvolver", "realizar", "elaborar", "estabelecer", "coordenar", "dominar", "identificar", "assimilar".	Caracterizadas por substantivos, que descrevem características pessoais eminentes ao egresso - "habilidade", "conhecimento", "capacidade".

Fonte: Elaborado pelo autor, a partir de BRASIL. Parecer CNE/CES nº 492 de 03 de Abril de 2001; BRASIL. Resolução CNE/CES nº 2 de 27 de Setembro de 2013.

Moura (2015, p. 53) alega que as DCNs de 2013 capacitam o profissional da área à medida que fornecem as bases para estabelecer interfaces com outros conhecimentos necessários a suas práticas, bem como trazem uma ênfase maior e mais específica ao campo das Relações Públicas, dado seu caráter autônomo. O trabalho realizado pela comissão e concretizado nestas diretrizes configura-se como uma evolução do documento de 2002, à medida que amadurece a identidade do

currículo de Relações Públicas ao mesmo tempo que avança no processo de emancipação do campo da grande área da comunicação social, formatando bases curriculares que atualizam premissas estabelecidas ao longo da trajetória dos currículos mínimos e centram as atenções no perfil do profissional, que não pode mais apenas um operador de técnicas, mas efetivamente um gestor de relacionamentos integrado ao mundo moderno e atento ao progresso social.

4. REFLEXIVIDADE ENTRE ACADEMIA E MERCADO

Conforme visto no capítulo desta monografia que resgata a história das Relações Públicas no país, a atividade desenvolveu-se de forma precoce se comparada a seu campo acadêmico, cujas primeiras iniciativas datam da década de 50, em um sentido estrito voltado exclusivamente à formação de profissionais para trabalharem nas multinacionais que se instalavam no Brasil, bem como nas empresas que surgiam no país. A consciência de um olhar voltado para 'dentro' da área de Relações Públicas, através da preocupação com a formulação de um arcabouço teórico aliado à uma prática que tornasse a atividade reconhecida socialmente só surgiu na década de 60, com o estabelecimento dos primeiros cursos superiores no país.

Nesta época e de forma ainda incipiente, a abordagem predominante nas Relações Públicas brasileiras privilegiava a aplicação das técnicas e instrumentos de comunicação no âmbito profissional, carecendo de uma reflexão teórica que caracterizasse a área como um campo científico distinto. Alguns fatores contribuíram para esse desenvolvimento teórico tardio, como a regulamentação precoce da profissão no país e a falta de distinção das atividades profissionais exercidas por relações-públicas das atividades pertinentes a outras áreas dentro da comunicação social, como o Jornalismo e a Publicidade.

Ao longo do tempo, com o amadurecimento da área e a reconfiguração de valores sociais, subproduto da globalização e de céleres avanços informacionais e tecnológicos, postula Margarida Kunsch (2005, p. 44-60 apud W. KUNSCH, 2009) que estas condições exigem das organizações um novo posicionamento diante da sociedade e da opinião pública, no que estas não podem mais prescindir de uma base teórico-conceitual qualificada para a prática profissional, exigindo pensamento e planejamento estratégico da comunicação para repensar práticas e conceitos ante as novas circunstâncias da modernidade.

No decorrer deste capítulo, apresento uma perspectiva histórica da relação entre academia e mercado no âmbito das Relações Públicas, ressaltando contrastes e complementaridades; destaco a simbiose entre a teoria e a prática, privilegiando caminhos e associações possíveis; e apresento os panoramas mais recentes nas interfaces entre academia e mercado, enfatizando esforços recentes neste sentido e trazendo o olhar e a contribuição organizacional para debate.

4.1. Aproximações e distanciamentos

A transversalidade entre o campo acadêmico e o cenário profissional, no âmbito das Relações Públicas brasileiras, é um fenômeno que data do surgimento dos primeiros cursos universitários, momento no qual desenvolveu-se, de fato, uma tradição de ensino e pesquisa no país. Argumenta Martins (2020) que a necessidade legal¹⁰ do profissional da área ser condicionado ao bacharelado para atuar no mercado de trabalho sob o cargo denominado (relações-públicas) caracteriza uma relação entre a educação superior e a atuação no mercado de trabalho desde o final dos anos 1960.

Expõe Ferrari (2009, p. 179) que a regulamentação da profissão de relações-públicas no Brasil, a partir da lei nº 5377 de 1967, teve como efeito colateral distanciar a academia do mercado, em decorrência da exigência de curso universitário para praticá-la. Em movimento concomitante, as organizações no país passaram a usar nomenclaturas alternativas para designar os profissionais atuantes em Relações Públicas, como 'Assuntos Corporativos', 'Comunicação Social', 'Assuntos Públicos', dentre outras, com o intuito de facilitar a contratação de profissionais de comunicação e contornar a atuação regulatória do Conselho Federal de Relações Públicas (CONFERP), originado em 1969 e cuja responsabilidade era fiscalizar o exercício profissional da área, em acordância com a lei promulgada dois anos antes.

Na mesma época, no entanto, o advento dos cursos universitários no país favoreceu o desenvolvimento da área, o que acabou por cooperar, aos poucos, com a diminuição do espaço existente entre a teoria lecionada nos bancos acadêmicos e a prática profissional, ao longo dos anos e de forma paulatina (Ibidem, p. 180).

Na década de 70 em diante, com o estabelecimento de cursos de pós-graduação no país, houve um aumento exponencial na produção acadêmica, englobando artigos, livros, teses e dissertações. Kunsch (2003a, p. 105) afirma que graças a esse fenômeno, o campo das Ciências da Comunicação no Brasil atingiu um estágio elevado, se comparado com os demais países da América Latina.

O mundo corporativo acompanhou esse progresso, à medida que a redemocratização no país, nos anos 80, propiciou a instalação de novas agências de Relações Públicas no Brasil (Ibidem, p. 181), passando a oferecer serviços integrados

¹⁰ De acordo com a Lei Federal nº 5.377, de 11 de Dezembro de 1967.

de comunicação e introduzindo novas práticas profissionais. Exemplo maior é a implementação do Plano de Comunicação Social (PCS) da Rhodia, em 1985, justificando o reposicionamento da empresa após o período da ditadura militar no Brasil e fazendo valer das mudanças políticas e mercadológicas que se apresentavam como a nova realidade instituída.

Ainda na década de 80, no cenário acadêmico, Margarida Kunsch e Gaudêncio Torquato desenvolviam o conceito de Comunicação Integrada, conforme visto anteriormente neste trabalho, promovendo a integração de diferentes vertentes do processo comunicacional em uma leitura estratégica do todo, em um desenvolvimento que se refletiu no contexto empresarial à exemplo da Associação Brasileira de Comunicação Empresarial (ABERJE), que em 1983 começou a incorporar ações de outras áreas da Comunicação Organizacional, e em 1989, adotou a denominação que possui até hoje, retendo o acrônimo “Aberje”, já consolidado e reconhecido publicamente à época (W. KUNSCH, 2009).

Nos anos 90, a preocupação com um ensino de qualidade, em função das necessidades do mercado, foi revigorada logo no início da década, a partir de dois simpósios: na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP) (1990) e na Faculdade de Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (1992). Esta preocupação ainda foi convertida em ganho cognitivo para o campo das Relações Públicas com a publicação da obra *Obtendo resultados com Relações Públicas*, em 1993, por iniciativa da ECA-USP e com a intenção de estabelecer um maior intercâmbio entre academia e mercado (Ibidem, 2009).

No plano acadêmico, no contexto do ensino de graduação, a formatação prévia do ensino de Relações Públicas do país, regulamentada por currículos mínimos que vigoraram por pelo menos trinta anos, separava a teoria da prática ao dividir a parte teórica (tronco comum) da profissional nas ementas das disciplinas, levando o curso a ser taxado de “tecnicista e formal” (MOURA, 2008 apud MARTINS, 2021, p. 107), representando um processo que dificultava a associação da matriz teórica à aplicação profissional. A formação, considerada generalista, foi taxada de ‘acrítica’, sem fundamentação teórica, com uma separação rígida entre tronco comum e profissional, exacerbando ainda mais a divisão entre teoria e prática (Ibidem, 2021, p. 106).

As rápidas transformações sociais e o célere avanço tecnológico, marcas do século XXI, levariam ao anseio por mudanças quanto aos meios e formas de se

ensinar comunicação no Brasil, visando maior aproximação com o universo organizacional. Flexibilização, revisão da relação entre teoria e prática, interdisciplinaridade e diversidade dos projetos pedagógicos foram algumas das solicitações feitas, em vista das novas configurações do mundo do trabalho e do próprio campo da comunicação, conforme Martins (2021, p. 107).

A sanção da Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional, em 1996, incorporou formalmente o conceito de competências no processo de formulação de currículos e diretrizes em diversos níveis educacionais, onde enfatiza-se o perfil esperado após a formação. Nos cursos superiores, as competências compõem as diretrizes curriculares (Martins, 2020). Definidas por Boyatzis (1982, apud ATHAYDES, PÉRSIGO, 2019, p. 8) como um “conjunto de conhecimentos, habilidades e atitudes que justificam a distinção de determinado profissional” e por Fleury e Fleury (2001, p. 185 apud Ibidem, 2019, p. 9) como “um estoque de recursos que o indivíduo detém”, as competências emergiram como um recurso conceitual capaz de assessorar “a necessidade de estabelecer um perfil de formação alinhado ao mundo do trabalho, por meio de competências que devem se manifestar nos egressos” (MARTINS, 2019).

A noção de competências, de acordo com Zabalza (2015, apud MARTINS, 2020), tem impacto positivo na formação do estudante, em especial pela proposta em relacionar teoria e prática, ao “quebrar preceitos acadêmicos e de racionalidade universal em alguns cursos, abrindo-os a ações e experiências profissionais e no sistema produtivo”. No Brasil, a noção de competências para o curso de Relações Públicas foi aplicada pela primeira vez com a instituição das diretrizes curriculares em 2002, a partir do Parecer CNE/CES 492/2001, e também constituiu a Resolução nº 2/2013.

Como já abordado neste trabalho¹¹, as diretrizes curriculares instituídas no século XXI (BRASIL, 2001; 2013) abarcaram a noção de competências acadêmicas, classificadas para os cursos de Relações Públicas como gerais e específicas. De acordo com Kunsch (2015, p. 37), as competências presentes nas diretrizes de 2013, se alinhadas com o perfil de egresso e de acordo com a forma pela qual o curso é oferecido e administrado, configuram sintonia e alinhamento com as demandas sociais da atualidade. No entanto, como abordarei no subcapítulo 4.3, em uma leitura

¹¹ Ver subcapítulos 3.2 - Das diretrizes curriculares à uma identidade curricular; 3.3 - As diretrizes curriculares de 2013 e o processo de alinhamento.

contemporânea das interfaces entre estas instâncias no campo de ação das Relações Públicas, estudos recentes por Ferrari (2015a; 2015b; 2017) tem indicado dificuldade na aplicação das competências nos projetos pedagógicos dos cursos e na prática de sala de aula (MARTINS, 2019), levando a uma dissonância entre as expectativas dos egressos e do mundo do trabalho.

Uma série de iniciativas das associações profissionais (como ABRP, CONFERP e ABERJE), das instituições de ensino superior, das entidades de pesquisa (como Intercom e Rede Alcar) e de pesquisadores individuais (W. KUNSCH, 2009) levariam M. Kunsch (2003b, p. 122) a afirmar que o decorrer do século XXI marca uma 'forte simbiose' entre os campos acadêmico e profissional no âmbito das Relações Públicas. De fato, os intentos nesse sentido sinalizam nessa direção - no entanto, em uma área que ainda não possui o pleno reconhecimento por parte da sociedade, por mais que os esforços realizados sejam positivos e colaborem para o esclarecimento dessa atividade e sua importância, a permuta entre teoria e prática deve ser contínua, como defendo a seguir.

4.2. A simbiose entre teoria e prática

A necessidade de sincronia e partilha entre o campo acadêmico, com sua produção teórica e processos de ensino-aprendizagem, e a atuação profissional, através de técnicas e instrumentos que atendem as necessidades organizacionais e institucionais, se faz cada vez mais necessária em um mundo no qual as empresas e corporações se encontram sob olhar atento de seus públicos de interesse e da sociedade em geral, cada vez mais esclarecida e em busca de respostas para os problemas que lhes anseiam, em um cenário onde o sujeito não mais apenas recebe e assimila informações, mas também emite e produz seus próprios juízos e sentidos, torna-se definidor de opinião e consome informações de forma transversal, a partir dos novos *media*.

A fusão entre teoria e prática é o que caracteriza a "excelência" das Relações Públicas, na percepção de Grunig (2003, p. 72). Ainda para este autor (2003, p. 69 apud W. KUNSCH, 2009), as Relações Públicas estariam se tornando uma profissão fundamentada em conhecimentos acadêmicos, convertendo seus praticantes em assessores estratégicos.

Ivone Oliveira, em produção intitulada *Reflexividade e interação entre academia e mercado profissional* (2009), apresenta casos práticos e caminhos possíveis para um intercâmbio efetivo entre ambas as esferas, que partilham da mesma origem - um campo de saber distinto - em nosso caso, o das Relações Públicas.

Ao descrever a experiência prática que mediou junto da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC-Minas), ministrando cursos de pós-graduação *lato sensu*, palestras e seminários para profissionais de comunicação de grandes organizações, como a mineradora Vale e a Rede Globo (OLIVEIRA, 2009, p. 333), torna evidente tanto a necessidade de qualificação constante por parte dos quadros organizacionais, com a finalidade de melhor atender às demandas contemporâneas em uma sociedade cada vez mais crítica, quanto a importância por parte do corpo acadêmico de absorver as reflexões advindas do mundo do trabalho, incorporando-as ao debate teórico em um processo de retroalimentação, no qual a teoria subsidia a prática e a prática subsidia esforços de ensino e pesquisa na área.

Marques de Melo (2001), ao conceituar o que ilustra por ‘conhecimento midiático¹²’, o define como um “conjunto de saberes acumulados no interior das corporações profissionais e das agências produtoras de bens midiáticos” (MARQUES DE MELO, 2001, p. 95). Ainda de acordo com o autor, são esses saberes que fazem a simbiose entre as práticas legitimadas pela aplicação cotidiana e as inovações advindas das universidades ou dos centros de pesquisa que prestam serviços especializados (Ibidem, 2001, p. 95). A iniciativa descrita por Oliveira (2009) é apenas um exemplo de interlocução possível entre o cenário corporativo e o campo acadêmico, no qual agregam-se as problemáticas advindas de horizontes distintos, convidando profissionais e acadêmicos à reflexão e superando a perspectiva comumente pragmática do mundo organizacional, orientada pelo desempenho.

Outro exemplo possível é o da Associação Brasileira de Comunicação Empresarial (ABERJE), com o projeto “Diálogos Aberje Universidade¹³”, cuja ideia consiste em “gravar impressões sobre o ‘estado da arte’ e as tendências em diversas áreas do conhecimento, com professores reconhecidos, e disponibilizar no portal da

¹² Um dos segmentos de atividade do campo comunicacional, a partir de sentidos propostos por Kuhn (1971, apud MARQUES DE MELO, 2001) e que engloba Artes, Humanidades, Tecnologias, Ciências Sociais e o Conhecimento Midiático (MARQUES DE MELO, 2001, p. 94-95).

¹³ Após escrutínio em mecanismos de busca, não foi possível identificar o *status* atual deste projeto. Refere-se aqui, então, à uma iniciativa pregressa.

entidade para gerar reflexões e busca por novas informações pelos profissionais envolvidos no cotidiano empresarial¹⁴". A partir de uma série de entrevistas com docentes e pesquisadores do campo da comunicação, é oportunizada também a reflexão de profissionais, que apresentam suas experiências e fomentam o intercâmbio de ideias, como aponta Oliveira (2009, p. 334).

Em passagem oportuna de Marques de Melo (2001, p. 91 apud W. KUNSCH, 2009), o autor afirma que é da confluência da práxis (saber acumulado pelas sociedades) e da teoria (apropriação e sistematização do saber prático pela academia) que se configura um campo de conhecimento, em parâmetro profissional e científico. Não é diferente com a área das Relações Públicas, que se consolida no século XXI como uma área dotada de uma profissão com amparo legal, entidades de classe e associações, cursos de graduação e pós-graduação em amplitude nacional, produção de pesquisa e publicações científicas de forma periódica, como destaca Waldemar Kunsch (2009). Ante o cenário promissor, cabe incentivar a integração entre o pensamento e a ação, fortalecendo ainda mais o cenário conceitual e a relação dialógica entre ambas as instâncias, que dividem conhecimentos entre si e fornecem subsídios para o desenvolvimento, reconhecimento e legitimação da área.

Oliveira (2009, p. 335) ainda salienta que a constituição de um campo de conhecimento se faz na compreensão que está entre o empírico e a subjetividade - entre a reflexão e a prática profissional. Ainda segundo a autora, o diálogo entre essas dimensões é condição tanto para o crescimento do *corpus* teórico como da própria dimensão humana da área, que consiste em estudantes, docentes, pesquisadores e profissionais. Adquirindo essa consciência, é possível pensar em um diálogo que articule sentidos entre múltiplas instâncias da sociedade e situe as Relações Públicas brasileiras em lugar de importância e reconhecimento acadêmico e profissional.

A seguir, trago um breve panorama da atualidade, com um olhar voltado para as interações entre academia e mercado no âmbito da reflexão em Relações Públicas.

¹⁴ Felice abre Diálogos ABERJE Universidade. Em: <<http://www.megabrasil.com.br/reporter2.asp?ld=254>>. Acesso em 09 de Agosto de 2023.

4.3. Interfaces entre academia e mercado na atualidade

As Diretrizes Curriculares Nacionais (DCNs) para o curso de Relações Públicas, instituídas em 2013, enfatizaram a necessidade de proporcionar ao estudante de graduação uma formação que atenda às demandas mais atuais de uma sociedade cada vez mais globalizada e midiaticizada. No entanto, pesquisas recentes realizadas por Ferrari (2015a; 2015b; 2017) sugerem que a prerrogativa de competências acadêmicas pode não estar atendendo esse propósito da melhor forma.

Em estudos recentes com egressos do curso de Relações Públicas da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP) (2015a; 2015b) e posteriormente, com coordenadores e docentes de cursos de Relações Públicas no país (2017), Ferrari diagnosticou, a partir do contexto das competências, certo desalinhamento entre a formação ofertada e fundamentada nas diretrizes curriculares do que era exigido dos egressos ao ingressarem no mercado de trabalho. Ao incluir uma sondagem com executivos da área da comunicação, foi possível à pesquisadora também constatar que os egressos não atendiam algumas demandas do âmbito corporativo (MARTINS, 2019).

O resultado destes estudos levou pesquisadores como Martins (2019; 2020; 2021), Athaydes e Pérsigo (2019) e Catto e Zablonky (2020) a discutir a própria noção de competências no campo da educação. Apesar de apresentarem abordagens e objetivos distintos, as discussões citadas convergem num olhar crítico sobre as competências, apontando uma dificuldade de entendimento da própria noção do conceito por parte de estudantes, docentes e coordenadores, o que dificulta uma formulação pedagógica adequada que tire o melhor proveito deste recurso, bem como sugere a revisão da integração das competências aos currículos dos cursos, com o intuito de oferecer uma formação que prepare o profissional do futuro a lidar com um cenário volátil e complexo na atualidade.

Voltando o olhar para o campo mercadológico, pesquisas realizadas por entidades de classe - nomeadamente, o *Latin American Communication Monitor* (LCM), em pesquisa centrada na comunicação brasileira, no biênio 2018-2019, e a ABERJE, enfatizando tendências para a Comunicação Organizacional em 2023, apresentam cenários pelos quais se antevê uma exigência cada vez maior por profissionais multidisciplinares, capazes de lidar de forma estratégica com diferentes funções e em diferentes âmbitos da organização.

Aplicado a profissionais da área da comunicação, o questionário do LCM nos traz algumas pistas quanto ao predomínio de certas ênfases na atuação profissional da atualidade, bem como iniciativas de maior interesse. Os temas considerados mais importantes para a comunicação dos anos seguintes, no âmbito da pesquisa, foram lidar com a velocidade e o volume do fluxo de informação (41%), seguido de acompanhar a evolução digital e a *web social* (40%), lidar com a demanda de maior transparência e públicos mais ativos (38%), usar *big data* e/ou algoritmos para a comunicação (32%) e conectar as estratégias da organização com a comunicação (31%).

Uma perspectiva mais recente, proporcionada pela ABERJE e em pesquisa efetuada com empresas de diferentes regiões do país, salienta a pertinência de temas atuais no debate empresarial, como a comunicação digital e seus desdobramentos e a introdução e consolidação de padrões ESG¹⁵ dentro das organizações. As seis habilidades mais relevantes para as empresas pelos próximos anos, conforme dados da pesquisa, são a adaptabilidade às novas tecnologias (61%), capacidade de mensuração e demonstração de retorno financeiro (43%), criatividade e inovação (39%), aprendizado contínuo (35%) e capacidade de lidar com a complexidade, através de planejamento estratégico (30%). Na mesma pesquisa, ao nomear os maiores desafios para a área no ano de 2023, figuram o aumento da interação e do impacto em comunicação digital (63%), questões relacionadas à diversidade (39%) e mudanças nas configurações organizacionais internas (39%).

Em análises do cenário local, as monografias de Lopes (2015) e Basso (2019) trouxeram luz à questão de inserção no mercado de trabalho e empregabilidade por egressos do curso de Relações Públicas da UFRGS. Em 2015, o perfil que se traçava do egresso médio era de um profissional empregado na iniciativa privada, atuante em empresas de comunicação e mídia, eminentemente ligado às áreas de marketing e comunicação digital e majoritariamente empregados como analistas, desenvolvendo atividades de comunicação digital, marketing, planejamento estratégico, gestão de mídias e comunicação interna.

A pesquisa de Basso (2019), realizada praticamente um ciclo de graduação depois, em um intervalo de quatro anos, apresenta um perfil parecido, o que indica que os dados trazidos ainda neste subcapítulo, destacando a emergência e

¹⁵ Sigla para *Environmental, social and corporate governance* (governança ambiental, social e corporativa, em livre tradução).

consolidação da comunicação digital e suas vertentes, não são mais apenas uma tendência para o campo da comunicação, mas uma realidade. Tendo por recorte a vivência dos egressos da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, considera-se também a perspectiva local, que aparenta refletir o resto do país, conforme pesquisas citadas anteriormente.

Margarida Kunsch (2017), em artigo que articula as características da sociedade contemporânea com as implicações para a formação em Relações Públicas, fornece algumas reflexões sobre essa relação, sobressaltando os desafios para os profissionais do futuro.

De acordo com a autora (2017, p. 10), a era digital configura-se como um desafio significativo para a atividade, à medida que a *internet*, hoje, impacta a todos de forma incontestável e impõe novas formas de comportamentos, tanto individuais quanto de sociabilidade, ditando uma mudança paradigmática e que subverte inclusive o fluxo comunicacional, onde não mais existe um receptor passivo, mas que também é emissor e interage ativamente em uma rede de relacionamentos.

Sob este prisma, Kunsch elenca cinco desafios para o futuro profissional da área, dos quais: 1) inserir-se numa sociedade globalizada na era digital, e saber conviver com ela; 2) enfrentar um novo mundo do trabalho; 3) encarar a aprendizagem como um desafio e processo constante; 4) saber lidar com ambiguidades e 5) saber selecionar a 'avalanche' de informações disponíveis (Ibidem, 2017, p. 12-16). A autora, proponente e que também presidiu a comissão que instalou as diretrizes curriculares de 2013 para os cursos de Relações Públicas no país, defende o papel da nova resolução na educação do futuro, a partir da autonomia instituída do curso de Relações Públicas, não mais habilitação da Comunicação Social (Ibidem, 2017, p. 17).

Se em um primeiro momento na história da atividade no país, a transmissão e assimilação de conteúdos de Relações Públicas tinha como objetivo exclusivo a difusão de práticas alinhadas às técnicas perpetuadas por corporações internacionais, em uma perspectiva puramente instrumental e que apontava para a profissão e suas formas de exercício, a atividade hoje vislumbra-se de forma completamente plural e pouco lembra suas origens. Os públicos mudaram, a sociedade mudou, e da mesma forma, a área e seus integrantes precisam se revisitar.

Sinais disso, por exemplo, são a apreensão e produção de sentidos através de meios digitais, horizontais em sua forma, e o debate dos direitos sociais, diversidade e pluralidade pautando agendas públicas, ações governamentais e da mesma forma,

as próprias organizações, inseridas no bojo social. A relevância de uma perspectiva integradora entre teoria e prática torna-se ainda mais notória neste contexto, de forma a ter a melhor compreensão das mudanças que impactam e ainda impactarão o mundo nos próximos anos.

5. O PROJETO PEDAGÓGICO DA UFRGS E O OLHAR DOS EGRESSOS

A partir da sanção das Diretrizes Curriculares Nacionais, em 2013, iniciou-se o processo de implantação nas instituições de ensino superior (IES) no país, com a conversão destas diretrizes em projetos pedagógicos para os cursos de Relações Públicas. De acordo com o Artigo 12 da Resolução nº2/2013, previa-se que as DCNs deveriam ser implementadas em um prazo máximo de dois anos aos alunos ingressantes.

Enfatizou Moura (2015, p. 61), à época em que se completavam dois anos da sanção das DCNs, que o momento era de adaptação e reestruturação dos projetos pedagógicos, sendo a plena implementação das diretrizes um desafio para as IES. Para a autora, os projetos deveriam fundamentar-se de forma ideal em uma reflexão humanista sobre o Fazer (sic), caracterizada por um currículo voltado para a ação com base nas demandas da sociedade. A Universidade Federal do Rio Grande do Sul iniciou o processo de concepção de seu novo projeto pedagógico em 2014, como detalhado a seguir.

Serão apresentados neste capítulo o Projeto Pedagógico para o curso de Relações Públicas da UFRGS, implementado no segundo semestre de 2017, bem como o perfil do egresso pretendido, disposto no mesmo documento. Introduzo as bases metodológicas que fundamentam esta monografia, o instrumento de pesquisa utilizado para impender aos objetivos definidos deste trabalho e a análise posterior dos dados coletados. Concluo com uma série de apontamentos e oportunidades para a área, a partir de uma leitura crítico-reflexiva do projeto pedagógico do curso e da perspectiva dos egressos.

5.1. O Projeto Pedagógico da UFRGS e suas nuances

A concepção do Projeto Pedagógico do curso de Relações Públicas da UFRGS teve início em março de 2014, a partir de reuniões e debates realizadas com o intuito de pensar no perfil profissional que caracterizaria a formação proporcionada pelo curso, bem como influenciada por outros fatores externos, como as características do mundo do trabalho e a própria noção de universidade adotada pela UFRGS (PROJ. PEDAGÓGICO, 2017, p. 5).

O documento de referência do projeto ressalta o que Kunsch (2015, p. 35) expõe, ao afirmar que a autonomia das Relações Públicas não significa, na prática, um movimento de desvinculação à grande área da comunicação social, reafirmando também o compromisso com uma formação geral (PROJ. PEDAGÓGICO, 2017, p. 7), atributo também presente na resolução referente às DCNs de 2013.

O objetivo declarado do projeto é centrado em

formar profissionais de Relações Públicas, os quais receberão o título de bacharel em Relações Públicas, para atuar nos sistemas de comunicação e de relacionamento entre organização e públicos em perspectiva político-estratégica, articulando conhecimento teórico e prático, adequando-o à complexidade das dinâmicas ecossistêmicas, mantendo uma postura ética, humanista, reflexiva, crítica e de compromisso com a sociedade. (Ibidem, 2017, p. 7).

Ao caracterizar o perfil do curso, são acionadas perspectivas em nível global, nacional, regional e local em função do objetivo proposto. A preponderância do aspecto estratégico da atuação em Relações Públicas sobrevém em um horizonte marcado pelo caráter dinâmico da sociedade (Ibidem, 2017, p. 7), potencializado pela globalização e seus desdobramentos, como a mundialização de capitais e a abrangência do desenvolvimento tecnológico.

São apresentados cenários socioeconômicos a partir de pesquisas e dados oriundos de fontes distintas, como órgãos governamentais e entidades de classe, que sugerem demanda do mercado de trabalho por parte das áreas de Relações Públicas e da comunicação (Ibidem, 2017, p. 8). No mesmo segmento, tipificam-se as características profissionais mais desejadas em função de cada setor de atuação¹⁶ na sociedade. Comum entre as descrições para os três setores, é destacada a capacidade do profissional de atuar estrategicamente, articulando a prática a uma leitura apurada dos contextos sociais. A necessidade de agentes cada vez mais qualificados na gestão comunicacional das organizações é atribuída ao caráter cada vez mais autônomo e participante da sociedade, bem como a circulação de informações em maior volume, por diversos grupos sociais e através de canais distintos (Ibidem, 2017, p. 9).

¹⁶ Primeiro setor (público), segundo setor (privado), terceiro setor (comunitário).

Caracterizado o curso, o projeto pedagógico trata das condicionantes relativas ao fluxo de ensino-aprendizagem. São descritos os dados gerais do curso, a partir da legislação e de portarias da UFRGS, as opções de concepção pedagógica e a especificação das atividades do ensino que integram o currículo acadêmico.

De acordo com o objetivo estabelecido do curso, foram estipulados oito eixos de concepção do currículo: Conhecimento Humanístico; Linguagens e Práticas de Comunicação; Relações Públicas; Comunicação Organizacional; Comunicação Estratégica; Pesquisa e Planejamento em Comunicação; Gestão da Comunicação; e Responsabilidade e Inserção Social. Com a intenção de articular processos distintos de ensino e subsidiar uma formação teórico-prática ao discente (PROJ. PEDAGÓGICO, 2017, p. 14), estes eixos contemplam diretamente a organização curricular disposta na Resolução nº 2/2013 - dividida em eixos de Formação Geral, Comunicação, Relações Públicas e atividades suplementares -, com as disciplinas e atividades dispostas nestes quatro segmentos.

Em conformidade com as diretrizes curriculares estabelecidas em 2013, o currículo prevê diversidade de atividades: disciplinas obrigatórias e eletivas; práticas em laboratório; estágios obrigatório e não-obrigatório; trabalho de conclusão de curso; iniciação científica; e demais atividades complementares, como bolsas, projetos de extensão, participações em eventos e feiras científicas, como outras (Ibidem, 2017, p. 16-21). Diferentes perspectivas são destacadas em função da pluralidade curricular, como uma maior integração entre a graduação e a pós-graduação, através de incentivos para a pesquisa e extensão; a aproximação com a comunidade a partir de projetos realizados em diferentes âmbitos do curso; incentivo aos discentes para explorarem uma variedade de atividades disponibilizadas; e a oferta de espaços para o discente de Relações Públicas exercitar uma diversidade de aspectos e vivências que possivelmente encontrará no ambiente profissional (Ibidem, 2017, p. 16).

Concomitante com a revisão e atualização do projeto pedagógico e aspectos adjacentes, a grade curricular do curso também passou por alterações significativas, em nome da adequação às DCNs e à atualidade profissional da área. Disciplinas foram renomeadas, bem como remanejadas em função de caráter, etapa e carga horária. As súmulas das atividades foram revistas e reescritas conforme pertinência com a atualidade e o objetivo que rege o projeto. Destacam-se as disciplinas que foram introduzidas ao novo currículo, obrigatórias e em áreas que tangem à atuação de Relações Públicas na modernidade, como atividades de pesquisa quantitativa e

qualitativa, planejamento estratégico, performance em ambientes digitais, gestão de risco e empreendedorismo no campo da comunicação (PROJ. PEDAGÓGICO, 2017, p. 35-36).

Característico da redação do Projeto Pedagógico é o tom de alinhamento com as bases conceituais que regem as DCNs instituídas em 2013. Enfatiza-se uma formação humanista, reflexiva e crítica, substantivos que também constam na Resolução nº 2 e que definem o perfil desejado de egresso para o futuro da profissão no país. Também é salientado o cunho estratégico de atuação das Relações Públicas, em face aos desafios conjunturais da modernidade e aos avanços tecnológicos e sociais, os quais o profissional deve considerar em uma leitura esclarecida para melhor atender as demandas de organizações, públicos e instituições em seu exercício profissional.

A seguir, apresento o perfil do egresso, conforme descrito no projeto curricular do curso de Relações Públicas da UFRGS, estabelecendo um paralelo com os perfis propostos pelas resoluções anteriores que avalizaram as diretrizes curriculares para a área no Brasil - 2002 e 2013.

5.2. O perfil do egresso no projeto de 2017

Aspecto central das diretrizes curriculares de 2013, o perfil do egresso é caracterizado no documento através de atributos e virtudes que devem ser idealmente formadas no curso de Relações Públicas. Define-se o perfil de um profissional ético, humanista, crítico e reflexivo, dotado de características pessoais, como capacidade, percepção e compreensão de problemáticas, conjunturas e dinâmicas socioculturais (BRASIL, 2013).

Baseando-se no perfil estipulado pelas DCNs, o projeto pedagógico do curso de Relações Públicas da UFRGS (2017, p. 45) segue o mesmo formato, ordenando as competências e habilidades desejadas por intermédio de substantivos¹⁷, como “capacidade”, “compreensão” e “entendimento”.

O egresso do curso de Relações Públicas da UFRGS deve ter sólida formação humanista, reflexiva e crítica que permita compreender e interpretar a complexidade da realidade social e ser agente de mudança comprometido com os princípios sociais, culturais, ecológicos, políticos e econômicos (dinâmica

¹⁷ O mesmo formato, conforme descrito na Resolução nº 2/2013, é apresentado no Quadro 3 - Distinções entre as diretrizes curriculares - Parecer CNE/CES 492/2001 e Resolução nº 2/2013.

ecossistêmica). O egresso deve possuir conhecimentos teóricos, técnicos e práticos para atuar em perspectiva político-estratégica, como gestor da Comunicação Organizacional, pautado por princípios éticos. (PROJ. PEDAGÓGICO, 2017, p. 45).

São ressaltadas competências como a análise apurada de cenários, conjunturas e dinâmicas sociais, culturais e políticas; a compreensão de técnicas, linguagens e mídias do campo da comunicação; a desejável proeminência em liderar, negociar e gerir crises, dotando-se de visão estratégica para uma gestão ideal da Comunicação Organizacional; dentre outras, detalhadas no Quadro 4.

Quadro 4: Competências e habilidades, conforme Projeto Pedagógico do curso de Relações Públicas da UFRGS

Capacidade de análise conjuntural ecossistêmica, suportada em pesquisas teórico-empíricas que possam se constituir em conhecimento para a elaboração de diagnósticos, pareceres técnicos, definição de políticas e estratégias de comunicação e relacionamento
Compreensão e capacidade para mobilizar as noções de comunicação, cultura, públicos, opinião pública, gestão e política, em perspectiva interdisciplinar, relacionadas às organizações
Compreensão acurada e crítica sobre os sistemas políticos e socioculturais de modo a analisar demandas e antecipar cenários nas dinâmicas de comunicação e de relacionamento entre organização e seus públicos
Capacidade de interpretação sistêmica na gestão da Comunicação Organizacional e no planejamento estratégico de Relações Públicas
Entendimento de diferentes linguagens, mídias e técnicas do campo da comunicação
Capacidade de liderança, negociação, tomada de decisões e visão estratégica mantendo o compromisso ético da profissão e identificando a responsabilidade social da comunicação nas organizações
Aptidão para empreender, inovar nos processos e práticas das áreas de Relações Públicas e Comunicação Organizacional
Capacidade para produzir conhecimento científico no campo da comunicação e na área de Relações Públicas
Habilidade para sistematizar questões de comunicação, das tecnologias emergentes e das alterações culturais
Compreensão de métodos de pesquisa, modelos de avaliação, métricas e suas aplicabilidades
Conhecimento avançado da língua nacional, visando expressão escrita e oral

Fonte: elaborado pelo autor, a partir de UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL. Projeto Pedagógico do curso de Relações Públicas - 2017.

O perfil estabelecido ainda descreve o egresso como tendo sólida formação humanista, reflexiva e crítica, bem como atuando como agente comprometido com princípios sociais, culturais, políticos, ecológicos e econômicos, em consonância e de encontro com as descrições apresentadas na Resolução nº 2/2013. Kunsch (2015), que presidiu a comissão formadora das DCNs, evidencia a perspectiva crítica no profissional de Relações Públicas, destacando a necessidade de uma formação que confira apurado senso crítico e consciência da própria responsabilidade ante a sociedade (Ibidem, 2015, p. 40), bem como a superação de um perfil técnico em função de um profissional com visão estratégica, capaz de ter um olhar interdisciplinar e comprometimento com as transformações sociais (Ibidem, 2015, p. 41).

5.3. Procedimentos metodológicos

Abordo o caráter metodológico deste trabalho a partir de três perspectivas: da natureza da própria pesquisa; quanto ao método de abordagem; e quanto ao procedimento a ser empregado.

Quanto à natureza da pesquisa, classifico-a como **exploratória**. Tendo por objetivo compreender como os egressos do curso de Relações Públicas da UFRGS, dentro do recorte definido, enxergam e integram as competências acadêmicas do curso em âmbito laboral, opera uma leitura dentro de uma problemática recorrente nos estudos de Relações Públicas - as interfaces entre academia e mercado.

Destaca Gil (2008) que as pesquisas exploratórias têm por objetivo primordial “desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias, tendo em vista a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores” (GIL, 2008, p.27). Este trabalho tem por intenção entender o impacto do currículo acadêmico do curso de Relações Públicas da UFRGS instituído em 2017 no percurso profissional dos egressos - desta forma, colocando ênfase no sujeito da pesquisa e aproximando-se da conceituação de Gil (2008), ao tratar de um processo de aprofundamento da compreensão de um fenômeno.

Quanto ao método empregado, enquadro esta pesquisa de forma mais adequada sob uma perspectiva **qualitativa**. Prodanov e Freitas (2013) entendem que o método qualitativo “considera que há uma relação dinâmica entre o mundo real e o sujeito, isto é, um vínculo indissociável entre o mundo objetivo e a subjetividade do sujeito que não pode ser traduzido em números” (PRODANOV, FREITAS, 2013, p.70).

Desta forma, como o foco recai sobre um entendimento do recente currículo acadêmico e sua efetiva aplicação em contexto laboral a partir da percepção dos egressos de Relações Públicas da UFRGS - um problema de pesquisa inquantificável, dado a amostra seletiva e um problema ainda inexplorado, sob a ótica particular de um currículo criado a partir das diretrizes curriculares de 2013 - vislumbro a abordagem qualitativa como o caminho apropriado para a condução desta pesquisa.

Em momentos distintos deste trabalho, utilizei três procedimentos metodológicos. Em um primeiro momento, a **pesquisa bibliográfica** foi instrumental para amearhar fontes, organizá-las e transpô-las em produção acadêmica que fundamenta esta monografia. Stumpf (2005) caracteriza a pesquisa bibliográfica em sentido amplo como “o planejamento global inicial de qualquer trabalho de pesquisa que vai desde a identificação, localização, e obtenção da bibliografia pertinente sobre o assunto, até a apresentação de um texto sistematizado (...) de forma a evidenciar o entendimento do pensamento dos autores, acrescido de suas próprias ideias e opiniões” (STUMPF, 2005, p. 51).

Em um primeiro momento, ainda durante o projeto de pesquisa, pré-requisito para a realização da monografia, efetuei uma incursão de estado da arte¹⁸ com o intuito de verificar bibliografia prévia que respaldasse os esforços de realização deste trabalho. O seletivo de artigos, ensaios e monografias encontrados satisfez minha curiosidade, à medida que me provou que a temática selecionada é uma contribuição válida ao campo das Relações Públicas, com o olhar voltado para minha realidade particular - a graduação em Relações Públicas pela UFRGS. A partir desta seleção, e com o acréscimo de outras produções acadêmicas que julguei pertinentes no percurso deste trabalho, redigi esta monografia segmentada em capítulos de forma a me aproximar cada vez mais do objeto de estudo - o projeto pedagógico da UFRGS elaborado em 2017 - e da própria pesquisa com os egressos.

A técnica de pesquisa utilizada foi a de **entrevista em profundidade**, e Duarte (2005) define este instrumento como algo “que explora um assunto a partir da busca de informações, percepções e experiências de informantes para analisá-las e apresentá-las de forma estruturada” (DUARTE, 2005, p. 62).

A técnica de entrevista para fins científicos divide-se em três subtipos: aberta, semiaberta e fechada. Opto pelo modelo de **entrevista semiaberta** para a realização

¹⁸ Uma apresentação mais detalhada desta incursão é fornecida na introdução deste trabalho.

desta pesquisa pois, de acordo com Duarte (2005, apud TRIVIÑOS, 1990, p. 146), este modelo “parte de certos questionamentos básicos, apoiados em teorias e hipóteses que interessam à pesquisa e que, em seguida, oferecem amplo campo de interrogativas, fruto de novas hipóteses que vão surgindo à medida que se recebem as respostas do informante”. Desta forma, mostra-se ideal para cumprir os objetivos pretendidos neste trabalho de natureza exploratória.

Entrevistei, no total, seis egressas, que atendem aos critérios definidos neste trabalho, tendo concluído a graduação e que cursaram integralmente sob o currículo instituído em 2017. Desta forma, as entrevistas foram fundamentadas em um roteiro¹⁹ pré-estabelecido, conduzidas em um intervalo de dez dias (entre 26 de Julho e 4 de Agosto) e mediadas por recurso de conversação ao vivo, em vídeo, pela internet (*Google Meet*). Todas as entrevistadas identificaram-se como do gênero feminino, portanto, serão referenciadas através de indicativos de linguagem femininos. As identidades das entrevistadas serão resguardadas, com a finalidade de preservar a fidedignidade da pesquisa - por conseguinte, serão citadas através de numerais, dispostos no Quadro 5²⁰.

O roteiro consistiu em quinze questões, segmentadas em três blocos temáticos: formação em Relações Públicas pela UFRGS; mercado de trabalho; e competências acadêmicas, além de um bloco de encerramento com duas questões de natureza particular. A divisão em blocos temáticos objetivou explorar, na medida do possível, a experiência de graduação das egressas em sua integralidade, destacando os aspectos positivos e negativos, as vantagens, dificuldades e demais particularidades pertinentes à trajetória de cada uma, contrastando essa experiência com a atuação profissional na área e elementos dentro deste contexto, como a inserção no mercado de trabalho e aproximações e distanciamentos com a vivência acadêmica oriunda da formação universitária, visando compreender quais competências são mobilizadas em contexto laboral e em que medida.

A **análise de conteúdo** foi utilizada em um momento posterior para fomentar a sistematização das informações coletadas, bem como a conversão destas em leitura crítica e sincronizada com os objetivos propostos neste trabalho. De acordo com Bardin (2016), esse procedimento, que consiste em um “conjunto de técnicas de

¹⁹ O roteiro de entrevistas está disponível na íntegra na seção de Apêndices deste trabalho, Apêndice A.

²⁰ Quadro 5: Perfil das entrevistadas.

análise das comunicações que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens” (BARDIN, 2016, p. 44), visa atender dois propósitos centrais: o de enriquecer o trabalho exploratório, aumentando a propensão para novas descobertas; e o de colocar à prova afirmações ou hipóteses provisórias, que servem como diretrizes para uma análise a fim de comparar o conteúdo explorado com tais postulados (BARDIN, 2016, p. 35-36).

5.4. O olhar dos egressos: análise das entrevistas

Conduzidas as entrevistas e concluído o segmento de pesquisa de campo, dei início à transcrição dos dados coletados, para então categorizá-los e convertê-los em análise, contextualizada com a literatura empregada neste trabalho.

A escolha das entrevistadas se deu por critério intencional (cf. Duarte, 2005, p. 69). De acordo com Duarte, a intencionalidade na seleção de informantes é definida pelo juízo particular do entrevistador, como conhecimento do tema ou representatividade subjetiva (DUARTE, 2005, p. 69). A partir dos portais de ingresso e ordenamento disponibilizados pela UFRGS, cruzei os nomes dos estudantes matriculados por semestre com listas informais de formandos, as quais me foram fornecidas através de contatos com outros estudantes já formados, por redes sociais. No total, identifiquei um número total de 21 egressos que se inserem no critério definido deste trabalho – estudantes graduados integralmente sob o currículo instituído em 2017 -, sendo este o universo de pesquisa pelo qual defini uma amostragem não-probabilística. Com esta colaboração, foi possível chegar a uma triagem definitiva de egressos que se enquadraram no critério materializado no problema de pesquisa²¹.

Desta triagem, entrei em contato com uma seleta destes egressos. A partir do contato bem-sucedido, as entrevistas foram conduzidas via recurso de conversação ao vivo, pela internet. Antes de adentrar às questões elaboradas, foi solicitado às entrevistadas que fornecessem uma breve seleção de informações básicas, a fim de

²¹ Ao entrar em contato com a Comissão de Graduação do curso de Relações Públicas da UFRGS em vista da possibilidade de obter uma lista de formandos por semestre acadêmico, não obtive acesso devido à proteção conferida pela Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD). Por esta razão, me foi dificultado, inicialmente, o acesso a estes formandos, tendo então optado por um cruzamento de informações e triagem feitos inteiramente através de informações disponibilizadas publicamente pela universidade.

caracterizar os perfis individuais de cada uma e colocá-los em plano maior, com finalidade comparativa.

Todas as entrevistadas identificaram-se como do gênero feminino - por isso, omito o campo “gênero” do Quadro 5, que corresponde aos seus perfis.

Quadro 5: Perfil das entrevistadas

Entrevistada	Idade	Semestre de ingresso no curso	Semestre de graduação no curso	Cargo/ocupação atual
Entrevistada 1	23	2017/2 ²²	2021/2	Analista de Recursos Humanos
Entrevistada 2	25	2018/1	2022/1	Coordenadora de Comunicação
Entrevistada 3	23	2018/1	2022/1	<i>Head</i> de Performance
Entrevistada 4	24	2017/2	2022/2	Analista de Marketing
Entrevistada 5	25	2017/2	2022/2	DJ; Social Media
Entrevistada 6	23	2017/2	2022/2	Analista de Endomarketing

Fonte: Elaborado pelo autor.

As entrevistadas, em sua totalidade, têm entre 23 e 25 anos de idade, concluíram o curso entre nove e onze semestres acadêmicos e se encontram empregadas em funções cujas atribuições contemplam atividades pertinentes ao campo da comunicação social. Duas das egressas situam-se em cargos de gestão, denotados pelas posições de Coordenador e *Head*, enquanto as demais atuam em posições que concernem segmentos de Recursos Humanos, Marketing, Endomarketing e gerenciamento de redes sociais.

O primeiro bloco temático foi fundamentado por questões que tratavam especificamente da formação em Relações Públicas pela UFRGS. Ao serem questionadas sobre a motivação pela qual ingressaram neste curso, a maioria das entrevistadas declarou já ter alguma afinidade com a área da comunicação desde o ensino médio; porém, desconhecia ou não lhe era bem esclarecida a área de Relações Públicas, como no caso da Entrevistada 1:

Na época do ensino médio, queria muito fazer comunicação e era uma coisa que tinha em mente; porém, não me identificava tanto com Jornalismo ou

²² /1 corresponde ao primeiro semestre acadêmico do referido ano. /2 corresponde ao segundo semestre acadêmico do referido ano.

Publicidade; ambos tinham pontos os quais não me via trabalhando (...) Fiz uma avaliação vocacional com uma psicóloga e o resultado indicou RP. Na época, morava no interior e não sabia bem o que era, o que fazia, não conhecia ninguém que trabalhasse nessa área. Comecei a pesquisar mais sobre, me interessar e decidi que era isso que queria. (Entrevistada 1, entrevista realizada em 26 de Julho de 2023).

Esta falta de esclarecimento acabou sendo contornada pelo interesse particular das entrevistadas em buscar mais sobre o curso e a área. Mencionados como fatores de escolha do curso, também, foram sua amplitude (em termos de empregabilidade e possibilidades de atuação profissional) e sua vertente estratégica, fatores esses apresentados como diferenciais ante os demais cursos ofertados pelo Departamento de Comunicação da FABICO-UFRGS²³ - Jornalismo e Publicidade e Propaganda.

Quando perguntadas sobre qual disciplina consideraram ter sido sua favorita (ou mais pertinente) durante a graduação, a grande maioria das entrevistadas lembrou de disciplinas que trabalham com conceitos de poder, cultura e identidade organizacional - nomeadamente, Cultura e Poder nas Organizações e Identidade e Imagem Institucional. Razão para isso, conforme a Entrevistada 6, é o “nível de profundidade” pelo qual a disciplina aborda seus temas de origem.

Trabalho com *endo* e com conteúdo, então não tiveram tantas disciplinas específicas correlacionadas com as atividades que desempenho hoje. Porém a que mais gostei, que traz esse nível de profundidade em relação à relacionamentos, à relações de poder foi **Identidade e Imagem Institucional**, e uma outra do mesmo professor (sic; **Cultura e Poder nas Organizações**); mas diria que essas são as que mais “utilizo” hoje em dia e que acabei gostando mais. (Entrevistada 6, entrevista realizada em 4 de Agosto de 2023).

Abordagens similares foram trazidas em outras respostas em que as entrevistadas citaram estas disciplinas. Marcadamente, destacam-se temáticas pelas quais as entrevistadas desenvolveram apreço e afinidade, além de um conjunto de percepções novas e decisivas que lhes foi oportunizado pela condução destas disciplinas.

Ao se defrontarem com uma questão imediatamente antagônica com a anterior - citar uma disciplina a qual tenha avaliado como pior (ou menos relevante) ao longo da graduação -, as egressas dividiram-se entre disciplinas ofertadas apenas aos estudantes de Relações Públicas e disciplinas comuns a todos os cursos de Comunicação Social. Dentre as citadas com certa frequência, figuram Cibercultura e

²³ Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

matérias de assessoria, ministradas ao curso de Relações Públicas. No entanto, é de se ressaltar que como justificativa, as entrevistadas não necessariamente julgaram a oferta destes conteúdos como irrelevante à formação acadêmica, mas preponderaram discordâncias com a metodologia de trabalho empregada pelo docente, bem como as experiências pessoais que tiveram ao cursar estas disciplinas, fator este salientado negativamente pelo regime de Ensino Remoto Emergencial (ERE)²⁴, através do qual foram ministradas aulas de forma remota em caráter excepcional, devido à emergência de saúde pública ocasionada pelo coronavírus (SARS-CoV-2), em 2020. É a experiência pessoal da Entrevistada 3:

Tiveram algumas disciplinas durante o ensino remoto as quais tive essa sensação, mas sinto que foi muito mais pela metodologia empregada do que pela disciplina em si, por exemplo, Assessoria de Imprensa (sic) e Projetos Sociais, disciplinas as quais tive alta expectativa e que não corresponderam no ensino remoto, acho que não foram bem aproveitadas. Gosto delas no currículo do curso, mas minha experiência pessoal não foi tão boa. (Entrevistada 3, entrevista realizada em 27 de Julho de 2023).

Finalizando o primeiro bloco temático, em pergunta que visava ambientar as entrevistadas à temática do mercado de trabalho, que seria trabalhada no próximo bloco, questionou-se a percepção pessoal quanto à adequação do currículo atual do curso de Relações Públicas da UFRGS ao mercado.

Todas as entrevistadas concordaram que o currículo atende, em certa medida, ao mercado de trabalho e à inserção profissional. No entanto, e inclusive antecipando temáticas que seriam trabalhadas em detalhe na sequência, expuseram ponderações de naturezas distintas. A Entrevistada 1 destacou contraste entre a ‘vida real’ e a carga teórica do curso:

Hoje, estando um pouco distante da universidade, percebo que gostei muito do curso, mas acho que disciplinas “mais práticas” fazem falta no nosso currículo. Talvez seja uma questão da “UFRGS”, porque acho que estudamos muito pouco de como as coisas são “na vida real” e muita teoria. O curso é muito bom para desenvolver senso crítico, mas peca em uma “questão técnica”. Talvez o curso seja muito teórico para quem deseja seguir carreira corporativa. (Entrevistada 1, entrevista realizada em 26 de Julho de 2023).

²⁴ O modelo de Ensino Remoto Emergencial, na Universidade Federal do Rio Grande do Sul, foi regulamentado pela Resolução 025/2020 do Conselho de Ensino, Pesquisa e Extensão (CEPE), dada a situação emergencial e prolongada de saúde pública no país, ocasionada pela pandemia de coronavírus (SARS-CoV-2).

Ênfase similar foi externada por outras entrevistadas. A Entrevistada 5 cita uma questão de necessidade por uma ‘refinação maior’ do currículo, ao alegar que seria “muito focado em teorias e que carece de práticas, contextualizadas ao dia a dia atual da comunicação” (ENTREVISTADA 5, 2023). Para a Entrevistada 6, trata-se também de uma questão que passa pelo corpo docente:

Comparando com o que ouço dos colegas de PP e Jornalismo, diria que está melhor do que os outros, porém ainda tem pontos de melhoria em algumas disciplinas, que acabam não “estando atualizadas”. Não sei se é sobre o currículo ou se também se trata do professor ter “esse olhar”. Por exemplo, falando novamente de Planejamento: no currículo essa disciplina está bem situada, fazia sentido, mas o que foi ministrado não fazia o mesmo sentido. Até que ponto se trata do currículo e até que ponto se trata do “sujeito”. (Entrevistada 6, entrevista realizada em 04 de Agosto de 2023).

Pesquisa anterior realizada com egressos do curso por Basso (2019), ao tratar da questão da empregabilidade, sinaliza neste sentido, na qual preocupação similar é expressa. Estendo essa exposição no subitem 5.5.2, em síntese do olhar dos egressos a partir das entrevistas realizadas.

O segundo segmento, dedicado a abordar a experiência das egressas no mercado de trabalho, foi iniciado solicitando que as participantes detalhassem suas atribuições atuais em seus respectivos cargos, bem como demais funções que já desempenharam no âmbito das atividades de Relações Públicas. Dentre as entrevistadas, notou-se grande variedade e experiência significativa em múltiplas funções na área. Das mais predominantes, figuram: comunicação interna; planejamento estratégico; produção de conteúdo; mídias digitais; gestão de mídia; marketing digital; e comunicação institucional.

Na sequência, a próxima pergunta abordou o papel do estágio na graduação. Todas as entrevistadas estagiaram durante o curso, mais de uma vez e além do período de estágio obrigatório, condição prevista pelas diretrizes curriculares de 2013 e que compõe a estrutura curricular do Projeto Pedagógico das Relações Públicas da UFRGS.

As participantes foram unânimes em ressaltar a importância do estágio, enfatizando benefícios como ter a possibilidade de atuar em áreas distintas, compreender noções corporativas e se entender como profissionais de Relações Públicas.

O estágio foi muito importante para eu conseguir ter noção de mercado e entender onde eu me colocaria como bacharel em Relações Públicas. (...) temos de testar várias alternativas para descobrirmos o que temos maior afinidade - esse é um dos papéis do estágio a meu ver, descobrir como melhor se posicionar dentro do mercado. E o estágio ao final do curso teve importância à medida que consegui ver, na prática, o que aprendi ao longo do curso. No início é tudo muito teórico, e quando já temos experiência de mercado, tudo parece fazer mais sentido, então para disciplinas no final do curso, lembro até de conseguir ter trocas mais qualificadas com os professores, ideias e debates, pois os alunos já conseguiam assumir uma “instância ativa” em aula, dada essa experiência. Uma importância no sentido de ter outra visão da teoria. (Entrevistada 3, entrevista realizada em 27 de Julho de 2023).

Segundo Roesch (2015, p. 4), o estágio é um ambiente que possibilita oportunidades de refletir, sistematizar e articular o conhecimento teórico adquirido durante a graduação. Pode-se afirmar também, a partir do relato das egressas e da reflexão teórica, que o estágio corresponde à necessidade de construir identidade profissional, a partir das próprias experiências e do processo de aprendizagem vivencial (Avancini Alves et al., 2020, p. 196).

Considerando a experiência pessoal de cada uma ao ingressar no mercado de trabalho, foi-lhes perguntado, então, em vista da formação proporcionada pelo curso, sobre as principais vantagens e dificuldades enfrentadas neste momento da carreira. Fator citado por mais de uma participante foi a ‘visão ampla’ e ‘generalista’, proporcionada ao longo da graduação e considerada benéfica, à medida que possibilita ao discente um melhor preparo ao se defrontar com diferentes situações em contexto organizacional.

A principal vantagem é.. Acho que quando a gente chega ali no final do primeiro ano (de graduação), ali pelo terceiro semestre, temos uma visão bem “generalista”, sabendo um pouco de tudo, e isso é importante quando chegamos na primeira experiência de emprego pois muitas coisas não saberemos realizar de forma aprofundada, mas já temos alguma noção, e isso permite ter um pouco mais de autonomia para desenvolver aquela habilidade. Tive uma “visão ampla” de muitas coisas, por mais que não tivesse muita noção de mídia, por exemplo, tive duas cadeiras de pesquisa que me possibilitaram ter um olhar muito diferente para dados, do que se não tivesse. Por mais que não tivesse tido ainda algo específico de comunicação interna, já tinha certas noções do gerenciamento da comunicação dentro de uma organização. (Entrevistada 2, entrevista realizada em 27 de Julho de 2023).

Além desta visão ampla, também foram citados pontos como a relevância que a reputação da UFRGS tem no mercado profissional, o apoio do corpo docente à inserção dos estudantes no mercado e o preparo para lidar com outros profissionais

da comunicação quanto à linguagem e capacidade analítica pertinentes ao cenário corporativo.

Ao falar de dificuldades, preponderou o entendimento de que o curso de Relações Públicas seria ‘muito teórico’, e que carece de uma integração dessa vertente teórica com a abordagem de ferramentas e técnicas atuais.

De dificuldades, entendo o curso de RP como um curso muito teórico, e acho que isso às vezes entra também na metodologia dos professores, no sentido de não parecer tão claro como essa teoria é aplicável em contexto prático. Hoje, em um cargo de gestão, consigo aplicar muita coisa que aprendi, então pra mim hoje é claro porque aprendemos o que aprendemos. Mas quando tinha menos experiência, ex. no 4º semestre, essa relação não ficava tão clara, “por que estou tendo essa aula que não vai agregar em nada no meu dia a dia hoje?”. Isso me fazia sentir despreparada, de início. Quando fui pro marketing digital, aprendi tudo do zero pois não temos contato com isso na faculdade, e não vou entrar no mérito se a faculdade deveria ensinar plataformas de anúncio e afins pois não acho que essa seja “a moral do curso”, mas tive de aprender toda a “parte operacional” do zero. Quando entramos numa parte mais “estratégica” do marketing digital, algumas coisas fazem mais sentido. (Entrevistada 3, entrevista realizada em 27 de Julho de 2023).

As entrevistadas que seguiram por essa linha ainda atribuíram essa falta de integração à consequência de terem uma adaptação dificultada ao ingressar no mercado, em decorrência do citado.

(...) Na prática, pegar esses conceitos que trabalhamos, autores e teoria, e botar em algum trabalho prático, foi o que mais senti falta e às vezes quando você chega no trabalho, ele já te exige a prática, sem muito rodeio, e seria importante ter isso antes, com o prejuízo de ter de aprender na “correria” coisas que não são ensinadas em sala de aula. (Entrevistada 5, entrevista realizada em 03 de Agosto de 2023).

Outros aspectos captados nas respostas foram, por exemplo, o contraste da própria teoria com o que é praticado no mercado na atualidade e como se dá o processo de ‘adaptação’ da teoria à prática mercadológica pelo egresso, como explicitado pela Entrevistada 2:

(...) De dificuldade, vejo que não vemos na faculdade certas “coisas” utilizadas no mercado - por exemplo, a forma pela qual se faz planejamento hoje difere um tanto daquilo que a Kunsch aborda, ninguém faz isso hoje - se apropriar desses *frameworks*, uma coisa pela qual tive de me adaptar muito ao ingressar numa empresa de tecnologia, é questão de adaptar aquilo, mas estamos “presos” naquele grande modelo da Kunsch, e isso não é feito no mercado na prática, por mais que seja o “plano teórico ideal”. Essa minha dificuldade inicial é poder pegar esse conhecimento e conseguir transitar entre diferentes formatos de planejamento, que não aqueles que vemos na faculdade, pois não vemos muitos modelos aplicados à prática ao longo do curso, o que está nas

literaturas, e isso se torna uma dificuldade quando temos esse contraste com modelos que nunca vimos. (Entrevistada 2, entrevista realizada em 27 de Julho de 2023).

Questionadas quanto ao impacto da formação em Relações Públicas em seu sucesso profissional, as egressas destacaram, de forma enfática, o aspecto estratégico da área (manifesto através de diversos termos, como ‘visão’, ‘nível’, ‘leitura’), fundamentado na formação teórica das discentes, bem como a amplitude do campo, o que permitiria transitar entre diversas funções e a partir da perspectiva estratégica, melhor entender papéis e atribuições inerentes ao ambiente corporativo e a própria atuação em Relações Públicas.

Entendo que esse impacto é muito mais à (sic) nível estratégico do que em outros âmbitos, e entendo hoje que essa é “a moral de RP”; por ser uma área muito ampla, não tem cargos específicos, não se chega pronto para um cargo. Porém, o curso fornece todo o embasamento teórico e estratégico para que o egresso consiga desempenhar essas funções da melhor forma possível, então nos ajuda a saber analisar situações para melhor desempenhar meu papel. (...) Se hoje eu faço um plano de desenvolvimento individual para membros da minha equipe, é porque aprendi da faculdade que isso é importante, que endomarketing é importante e que as pessoas precisam estar motivadas. Vejo o curso fornecendo uma “base” para ser aplicada e acho que isso é o maior impacto, principalmente em funções mais estratégicas. (Entrevistada 3, entrevista realizada em 27 de Julho de 2023).

Quando solicitadas que definissem o papel do relações-públicas no mercado em uma palavra, termos como “relacionamento”, “reputação”, e “inclusão” foram evidenciados, bem como adjetivos que caracterizam a própria importância do profissional, como “subestimado” e “essencial”.

No terceiro segmento, aproximando-se da noção de competências acadêmicas exercidas na graduação, as participantes foram questionadas quanto ao principal aspecto do curso de Relações Públicas que lhes melhor contribuiu para sua formação como profissionais. Estes aspectos são apresentados no Quadro 6.

Quadro 6: Aspecto que melhor contribuiu para a formação profissional

Entrevistada	Aspecto mencionado
Entrevistada 1	Questão crítica, base teórica
Entrevistada 2	Ênfase em formas de pesquisa
Entrevistada 3	Corpo docente
Entrevistada 4	Visão ampla da comunicação
Entrevistada 5	Relações dentro do curso (“ <i>networking</i> ”)
Entrevistada 6	Reflexões e debates em contexto pedagógico e atividades práticas seletas

Fonte: Elaborado pelo autor.

Nota-se diversidade nas respostas, mas certa sincronia quanto aos aspectos pertinentes à formação do discente na graduação, produtos do construto teórico, como a visão ampla da área da comunicação e as formas de pesquisa que aperfeiçoam a resolução de problemas e elaboração de estratégias comunicacionais, como no caso da Entrevistada 2:

Acho que tem alguns, mas eu citaria o principal (...) o aspecto muito voltado a olhar para a pesquisa. Temos duas disciplinas no currículo (quanti e quali), e também das disciplinas, temos muito trabalho de pesquisa e planejamento. O que talvez pareça um saco, pois você fica com a sensação de que está fazendo o mesmo trabalho há vários semestres, mas causa um diferencial muito grande pois a velocidade na qual consigo resolver qualquer problema – comunicação interna, externa, gestão de crises.. se eu tenho essas competências de pesquisa e planejamento, diagnóstico, acho que isso foi o que mais me contribuiu, pensando no mercado, consigo ter mais esse aspecto “camaleão”, agir rápido ante os problemas do dia a dia organizacional. (...) (Entrevistada 2, entrevista realizada em 27 de Julho de 2023).

Na sequência, as participantes responderam quais conteúdos, técnicas e/ou ensinamentos adquiridos durante a formação consideram mais úteis no exercício profissional, como consta no Quadro 7.

Quadro 7: Conteúdos, técnicas e/ou ensinamentos mais úteis no exercício profissional

Entrevistada	Conteúdos, técnicas e/ou ensinamentos mencionados
Entrevistada 1	Entendimento sobre públicos; cultura organizacional
Entrevistada 2	Aspectos de empreendedorismo e inovação; cultura e identidade organizacional; desenvolvimento de habilidades analíticas
Entrevistada 3	Planejamento estratégico; cultura organizacional
Entrevistada 4	Pensamento crítico; “perspectiva crítica” da comunicação
Entrevistada 5	Entendimento sobre públicos
Entrevistada 6	Entendimento sobre públicos; marca; <i>branding</i> ; imagem organizacional

Fonte: Elaborado pelo autor.

A cultura organizacional é novamente evidenciada pelas participantes, junto ao entendimento dos públicos, conceito avaliado como central nas Relações Públicas. No caso da Entrevistada 1, esse entendimento proporciona uma “base” para as disciplinas que seguiram ao longo da graduação.

Acho que uma coisa que me foi muito útil e que gostei bastante de ter estudado, levo pra vida, é ter um entendimento maior sobre públicos num geral, como também sobre sociedade como um todo – uma das cadeiras que acho que até era nova, integrante do novo currículo, era de Antropologia, era do primeiro semestre mas lembro que pra mim fez muita diferença, gostei muito, acho que me gerou uma base para as outras disciplinas que depois foram se aprofundando e gostei muito de ter estudado isso, de entender mais sobre as pessoas, como os públicos funcionam. E essa questão de cultura também é muito legal, hoje no mundo corporativo falamos sobre cultura organizacional, de tentar entender isso na prática, e ter esse lado teórico foi muito bom. (Entrevistada 1, entrevista realizada em 26 de Julho de 2023).

Em momento seguinte, ao elaborar sobre conteúdos, técnicas e/ou ensinamentos que lhes tenham faltado no percurso da graduação, e que hoje fazem a diferença, as respostas obtidas são descritas no Quadro 8.

Quadro 8: Conteúdos, técnicas e/ou ensinamentos que faltaram na graduação

Entrevistada	Conteúdos, técnicas e/ou ensinamentos mencionados
Entrevistada 1	Práticas de escrita técnica; produções práticas; técnicas de marketing
Entrevistada 2	Olhar monotemático para algumas disciplinas; Relações Públicas internacionais; noção de marca empregadora; entendimento sobre dados
Entrevistada 3	Conteúdos relacionados à área digital
Entrevistada 4	Falta de incentivo à pesquisa
Entrevistada 5	Conteúdos relacionados à área digital
Entrevistada 6	Entendimento sobre dados; falta de abordagem quanto ao mercado de trabalho da área

Fonte: Elaborado pelo autor.

Um aspecto frequentemente citado como faltante pelas entrevistadas tange abordagens quanto à área digital e entendimento sobre dados. As diretrizes curriculares de 2013 (BRASIL, 2013) preveem que o aluno deve cursar atividades didáticas ministradas em laboratórios, dentre as quais figura a produção de mídias de natureza impressa, audiovisual e digital (BRASIL, 2013, p. 5), bem como contempla a capacidade de análise conjuntural de dados como parte integrante do perfil de egresso a ser formado. No entanto, não há menção específica a como essas abordagens devem ser realizadas pelas IES na formulação dos currículos. Outras respostas que chamam a atenção citam um olhar monotemático²⁵ sobre algumas disciplinas, falta de incentivo à pesquisa e a falta de uma abordagem quanto ao mercado profissional da área, como abordado pela Entrevistada 6:

Acho que também ao contrário de PP, RP não vê nada quanto a seu próprio mercado de trabalho. “RP é amplo, legal, bacana”, mas até onde aquele papel em branco não te deixa mais nervoso quanto aonde ir? PP tem aula de agência, aulas específicas, e não temos isso. Aula de redação publicitária, design.. Senti falta, tivemos que descobrir muito mais no estágio do que nos foi apresentado como alternativa no curso, todos tivemos que “correr” por não saber exatamente, na prática, todas as possibilidades que temos. (Entrevistada 6, entrevista realizada em 04 de Agosto de 2023).

²⁵ Ressaltado em particular pela Entrevistada 2 como uma “perspectiva única” de aproveitamento de determinadas disciplinas. Como exemplo, a participante citou uma disciplina de Comunicação Dirigida na qual se produzia apenas material voltado para o meio impresso, com pouca ou nenhuma abordagem para materiais elaborados para divulgação digital.

Questionadas sobre qual aspecto curricular do curso alterariam, se tivessem a chance, a grande maioria das respondentes afirmou que interviria nas disciplinas do curso, seja revisando ou introduzindo novos conteúdos, bem como reafirmando certos entendimentos avaliados como pouco vistos ao longo do curso, como marketing e dados.

Quadro 9: Aspecto curricular do curso de Relações Públicas a ser alterado

Entrevistada	Aspecto curricular mencionado
Entrevistada 1	Disciplinas mais práticas; projetos de integração com o mercado
Entrevistada 2	Diretrizes para a estipulação de planos de ensino
Entrevistada 3	Disciplinas mais práticas; abordagens à área digital
Entrevistada 4	Disciplinas de comunicação visual; ênfase quanto a interesses de marketing
Entrevistada 5	Revisão de disciplinas com conteúdo “obsoleto”; contextualizar a abordagem teórica com práticas profissionais
Entrevistada 6	Ordenamento das disciplinas no percurso do estudante de graduação

Fonte: Elaborado pelo autor.

Em observação que destaco, a Entrevistada 2 afirma que o curso se beneficiaria de uma pluralidade quanto à literatura acadêmica disponibilizada, ampliando o escopo bibliográfico com a finalidade de agregar maior diversidade aos conteúdos ministrados.

Uma coisa que sempre me incomodou muito é que toda construção dos planos de ensino e das literaturas tem um olhar majoritariamente de homens brancos – e perspectivas do tipo “só vamos trazer a Kunsch”. A grade curricular é muito “dentro da zona de conforto” dos docentes. Então, se pudesse mudar alguma coisa, acho que seriam certas “diretrizes” para a estipulação desses planos de ensino, com a finalidade de torná-los “menos enviesados”. Por mais que sejam leituras excelentes, vejo que há muita coisa inexplorada, e leituras tão ricas quanto que se perdem. E me parece que não há a intencionalidade de buscar algo fora disso, “faço essas leituras há 5 anos, então que seja assim”. As diretrizes de como são escolhidas as fontes para a construção destas aulas seria essencial. (Entrevistada 2, entrevista realizada em 27 de Julho de 2023).

No momento de encerramento da entrevista, foi ainda solicitado que as participantes oferecessem conselhos, em um primeiro momento, a si próprias, como se estivessem no primeiro semestre do curso, e em seguida à Coordenação do Curso de Relações Públicas da UFRGS. Em linhas gerais, os conselhos oferecidos pelas

egressas a suas próprias versões do início da graduação sugerem maior envolvimento em diversas interfaces oferecidas pela universidade (pesquisa, extensão, projetos, bolsas acadêmicas, etc.); e a independência quanto às pressões externas, priorizando o aprendizado no tempo que for necessário, para um melhor aproveitamento da experiência universitária.

Das observações a se fazer para a coordenação do curso, constam ampliar os canais de diálogo com os alunos; oportunizar intercâmbios com o mercado profissional; e revisar a relação docente-aluno no processo ativo de aprendizagem.

5.5. Apontamentos

Das informações coletadas na condução das entrevistas em profundidade, sistematizo a colaboração dos egressos em articulação com os objetivos deste trabalho, bem como a fundamentação teórica pertinente ao objeto estudado.

5.5.1 Competências mobilizadas por egressos de Relações Públicas da UFRGS

A partir das entrevistas realizadas e do escrutínio das respostas obtidas, é possível retomar, com maior atenção, o objetivo geral deste trabalho: identificar como os egressos do curso de Relações Públicas da UFRGS, ingressantes a partir segundo semestre letivo de 2017, assimilam, relacionam e aplicam as competências acadêmicas do curso no exercício profissional, após a implantação das Diretrizes Curriculares Nacionais (DCNs) no novo Projeto Pedagógico.

Para satisfazer esse objetivo, defini objetivos específicos, dos quais destaco o primeiro, que será o enfoque deste segmento: classificar as principais competências acadêmicas mobilizadas por egressos de Relações Públicas da UFRGS no exercício profissional.

Desta forma, optei por selecionar quatro habilidades destacadas pelas entrevistadas, as quais avalio como mais predominantes no exercício profissional e dessa forma, como diferenciais que caracterizam e distinguem os profissionais de Relações Públicas no mercado. Selecionei estas habilidades com base nos dados coletados ao longo das entrevistas e na repetição temática, o que sugere pertinência para a vida corporativa das participantes desta pesquisa. São eles: 1) visão generalista; 2) pensamento estratégico; 3) entendimento da cultura organizacional; e 4) entendimento dos públicos. A partir desta seleção, os associei às competências e

habilidades listadas no Projeto Pedagógico do curso de Relações Públicas da UFRGS de forma a concluir quais são as principais competências mobilizadas no âmbito da atividade. Os resultados constam nos quadros abaixo - em ordem, Quadros 10; 11; 12; e 13.

Quadro 10: Aspecto “visão generalista”

Menção das participantes da pesquisa	Competências mobilizadas, conforme Projeto Pedagógico do curso de Relações Públicas da UFRGS
Visão generalista	Capacidade de análise conjuntural ecossistêmica, suportada em pesquisas teórico-empíricas que possam se constituir em conhecimento para a elaboração de diagnósticos, pareceres técnicos, definição de políticas e estratégias de comunicação e relacionamento
	Compreensão e capacidade para mobilizar as noções de comunicação, cultura, públicos, opinião pública, gestão e política, em perspectiva interdisciplinar, relacionadas às organizações
	Capacidade de interpretação sistêmica na gestão da Comunicação Organizacional e no planejamento estratégico de Relações Públicas
	Entendimento de diferentes linguagens, mídias e técnicas do campo da comunicação

Fonte: Elaborado pelo autor.

Quadro 11: Aspecto “pensamento estratégico”

Menção das participantes da pesquisa	Competências mobilizadas, conforme Projeto Pedagógico do curso de Relações Públicas da UFRGS
Pensamento estratégico	Capacidade de análise conjuntural ecossistêmica, suportada em pesquisas teórico-empíricas que possam se constituir em conhecimento para a elaboração de diagnósticos, pareceres técnicos, definição de políticas e estratégias de comunicação e relacionamento
	Compreensão e capacidade para mobilizar as noções de comunicação, cultura, públicos, opinião pública, gestão e política, em perspectiva interdisciplinar, relacionadas às organizações
	Compreensão acurada e crítica sobre os sistemas políticos e socioculturais de modo a analisar demandas e antecipar cenários nas dinâmicas de comunicação e de relacionamento entre organização e seus públicos
	Capacidade de interpretação sistêmica na gestão da Comunicação Organizacional e no planejamento estratégico de Relações Públicas
	Capacidade de liderança, negociação, tomada de decisões e visão estratégica mantendo o compromisso ético da profissão e identificando a responsabilidade social da comunicação nas organizações
	Habilidade para sistematizar questões de comunicação, das tecnologias emergentes e das alterações culturais

Fonte: Elaborado pelo autor.

Quadro 12: Aspecto “entendimento da cultura organizacional”

Menção das participantes da pesquisa	Competências mobilizadas, conforme Projeto Pedagógico do curso de Relações Públicas da UFRGS
Entendimento da cultura organizacional	Capacidade de análise conjuntural ecossistêmica, suportada em pesquisas teórico-empíricas que possam se constituir em conhecimento para a elaboração de diagnósticos, pareceres técnicos, definição de políticas e estratégias de comunicação e relacionamento
	Compreensão e capacidade para mobilizar as noções de comunicação, cultura, públicos, opinião pública, gestão e política, em perspectiva interdisciplinar, relacionadas às organizações
	Compreensão acurada e crítica sobre os sistemas políticos e socioculturais de modo a analisar demandas e antecipar cenários nas dinâmicas de comunicação e de relacionamento entre organização e seus públicos
	Habilidade para sistematizar questões de comunicação, das tecnologias emergentes e das alterações culturais

Fonte: Elaborado pelo autor.

Quadro 13: Aspecto “entendimento dos públicos”

Menção das participantes da pesquisa	Competências mobilizadas, conforme Projeto Pedagógico do curso de Relações Públicas da UFRGS
Entendimento dos públicos	Capacidade de análise conjuntural ecossistêmica, suportada em pesquisas teórico-empíricas que possam se constituir em conhecimento para a elaboração de diagnósticos, pareceres técnicos, definição de políticas e estratégias de comunicação e relacionamento
	Compreensão e capacidade para mobilizar as noções de comunicação, cultura, públicos, opinião pública, gestão e política, em perspectiva interdisciplinar, relacionadas às organizações
	Compreensão acurada e crítica sobre os sistemas políticos e socioculturais de modo a analisar demandas e antecipar cenários nas dinâmicas de comunicação e de relacionamento entre organização e seus públicos
	Capacidade de interpretação sistêmica na gestão da Comunicação Organizacional e no planejamento estratégico de Relações Públicas

Fonte: Elaborado pelo autor.

Das principais competências mobilizadas pelos egressos, constam habilidades que articulam o conhecimento acerca das diferentes facetas da atualidade quanto à área de Relações Públicas, expressas em preocupação quanto ao entendimento de dinâmicas sociais, culturais, políticas e econômicas e na capacidade de interpretação e leitura de cenários oportunos para o desenvolvimento de estratégias de comunicação, sendo então o egresso e profissional de comunicação capaz de converter essa visão totalizante, expressa nas competências, em planejamento e execução de políticas comunicacionais.

5.5.2 O olhar dos egressos acerca da formação proporcionada pela UFRGS

Em vista do seguinte objetivo específico definido - compreender as visões destes egressos acerca da formação proporcionada pelo curso -, faz-se necessário uma leitura apurada das entrevistas realizadas em função deste trabalho.

Foi possível identificar a pertinência e importância da fundamentação teórica proporcionada pelo curso na vida profissional das entrevistadas. Prova disso são os aspectos mais frequentemente citados como positivos durante a graduação e que hoje são centrais na atividade profissional, impactando de forma positiva, como uma visão ampla e o olhar estratégico acerca dos processos e sistêmicas organizacionais. Em

diversos momentos, foram citados termos sinônimos como 'base teórica', 'visão crítica', 'questão crítica' como alusão a essa robustez do desenvolvimento teórico do curso.

Neste contexto, o papel do estágio durante a graduação foi avaliado de forma extremamente positiva. Como forma de articular a base teórica formada no curso com uma prática efetiva em ambiente corporativo, exercitando o lado empírico do estudante; para ter a oportunidade de atuar em diferentes segmentos do mercado, avaliando afinidades e aproximações com áreas seletas de atuação; e como forma de constituir identidade profissional, ao ter contato com outros profissionais de comunicação e construir as próprias experiências, através do aprendizado vivencial.

No entanto, também frequentemente citada foi uma 'falta de articulação' entre a teoria ministrada no curso e aspectos práticos do mercado de trabalho no âmbito da graduação, queixa reiterada pelas participantes desta pesquisa. Dentre os fatores que possivelmente levam a essa problemática, foram citados, ao longo das entrevistas, as metodologias de aula empregadas pelo corpo docente; dificuldade em incorporar casos e exemplos práticos ao componente teórico das aulas; distanciamento entre os conteúdos ministrados em aula da realidade atual da atuação profissional na área. Basso (2019, p. 49), em levantamento mais recente com egressos do curso de Relações Públicas, apontava para esta questão ao indagar, em questionário aplicado aos profissionais formados recentemente na área pela UFRGS, quais quesitos não haviam atendido às expectativas no âmbito da graduação, ao passo que se destacou a falta de integração entre a forte formação teórica que o curso oferece e seu desenvolvimento em ações ou experiências reais, e a falta de um aprofundamento maior no cenário de mercado de trabalho.

Ferrari (2015a; 2015b), em pesquisa com o objetivo de conhecer o perfil e trajetória de ex-alunos do curso de Relações Públicas da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP), identificou preocupação similar dentre os respondentes. Embora o universo dos participantes tenha sido amplo, abrangendo graduados entre 1996 e 2013 na referida faculdade, 58% responderam avaliar que o curso não os preparou adequadamente para o mercado de trabalho, o que se tornou motivo de insatisfação e levou aos respondentes, quando perguntados, afirmarem que não cursariam Relações Públicas novamente, caso tivessem a chance. Apesar de valer como um indicador histórico, ressalta-se, porém, que a pesquisa

conduzida por Ferrari foi realizada antes da aplicação das Diretrizes Curriculares Nacionais a partir da Resolução nº 2, sancionada em 2013.

Concomitante ao primeiro problema externado pelas entrevistadas, cita-se ainda a falta de uma ênfase em conteúdos acerca de técnicas, instrumentos e abordagens pertinentes ao contexto digital e suas interfaces, tão presentes hoje na vida corporativa e na própria sociedade, moldando a forma pela qual a comunicação é exercida em âmbito social e profissional. A pesquisa de Basso (2019, p. 49) já sinalizava neste sentido, ao questionar quais conteúdos consideravam ter sido pouco abordados durante a graduação, sendo a comunicação digital uma das áreas mais citadas.

Conforme dados de entidades de classe (nomeadamente, o *Latin American Communication Monitor* e a ABERJE), em pesquisas conduzidas com profissionais e empresas e que apresentei anteriormente nesta pesquisa²⁶, o futuro da atuação em Relações Públicas será marcado por tecnologias da informação e comunicação (TICs) cada vez mais avançadas, em franco desenvolvimento e que impactam toda a área de forma célere, incentivando o aprendizado contínuo e um olhar apurado para tendências. *Big data*, algoritmos, inteligência artificial não são mais conceitos vistos como pretensões futuras da tecnologia, mas sim realidade, e que por instância, já são ou estão em processo de incorporação à área da comunicação, com fins de aplicabilidade nos mais diversos segmentos mercadológicos. Cabe ao profissional a qualificação constante, como também as entidades formadoras dos profissionais do futuro fornecer noções introdutórias a estas tecnologias, bem como a articulação ativa com quem já os emprega efetivamente.

5.5.3 Projeto Pedagógico: tessituras

Por fim, pretendo tecer algumas considerações com a finalidade de corresponder ao último objetivo específico deste trabalho - comparar as experiências dos egressos de Relações Públicas da UFRGS com os objetivos e alinhamentos do projeto pedagógico do curso, destacando aproximações, distanciamentos, complementaridades e lacunas.

O Projeto Pedagógico do curso de Relações Públicas da UFRGS foi gestado em 2014, levando em conta as novas características do universo corporativo e

²⁶ Ver 4.3 - Interfaces entre academia e mercado na atualidade.

ressaltando o caráter estratégico da atuação do profissional desta área, face ao dinamismo das relações sociais, o progresso tecnológico e a capitalização do mundo.

Poucos estudantes do curso se formaram integralmente sob este currículo²⁷, instituído no segundo semestre acadêmico de 2017. Portanto, uma leitura dos egressos ainda é extremamente recente, mas ao mesmo tempo benéfica neste sentido, pois ainda são capazes de articular a experiência acadêmica com a vivência no mercado de trabalho, dado o período recente de graduação.

Quanto à capacitação do discente pelo currículo, em conformidade com o subcapítulo 5.5.1 desta monografia, as competências acadêmicas contemplam uma formação robusta teoricamente e que adequa o futuro relações-públicas ao futuro. O curso também prevê diversidade de atividades, como disciplinas eletivas, práticas laboratoriais, bolsas, projetos de extensão, dentre outras iniciativas que enfatizam a pluralidade curricular, objetivando uma formação que permita ao estudante exercitar uma gama de sentidos e vivências que futuramente articulará no exercício profissional.

A importância do estágio é destacada pela ênfase em estágios obrigatórios e não-obrigatórios, previstos no projeto. É caracterizado pela relação teórico-prática entre o mundo acadêmico e o mundo do trabalho, permitindo a interlocução entre formação teórica e técnica e formação profissional (PROJ. PEDAGÓGICO, 2017, p. 62), o que vai ao encontro com as experiências descritas pelas entrevistadas.

Quanto à queixa referente à cisão entre teoria e prática no contexto da graduação, não há menção específica no projeto sobre essa instância a não ser destaque para as possibilidades de estágio. Das 43 disciplinas que constam na grade curricular do curso de Relações Públicas, 25 (58%) são caracterizadas como “teórico-prática”, o que sugere, num primeiro momento, que haja a articulação entre ambas as instâncias na condução das disciplinas. O que indica que possivelmente há uma falta de consenso entre o estabelecido no projeto e o que de fato é praticado. Como essa problemática é articulada diretamente em nível de ensino, é de se pensar que deva ser trabalhada diretamente nos planos de ensino das disciplinas.

Observando a questão alegada de falta de ênfase ao contexto digital, tão caro à comunicação na atualidade, o projeto pedagógico - assim como as diretrizes curriculares - prevê práticas laboratoriais, bem como salienta o uso de espaços

²⁷ Até a publicação desta pesquisa.

dedicados como os próprios laboratórios, assim como estúdios, agências e núcleos como espaços privilegiados de atuação dos estudantes de Relações Públicas, podendo vivenciar aspectos da futura atuação profissional (PROJ. PEDAGÓGICO, 2017, p. 16). Cabe identificar como, de fato, estes espaços são aproveitados na prática pedagógica, a fim de incorporá-los da melhor forma no itinerário do estudante, bem como uma construção teórica integrada com recursos práticos, que ofertem perspectivas atuais do campo da comunicação.

É importante salientar que o período de Ensino Remoto Emergencial (ERE), em vigor durante a pandemia do coronavírus (SARS-CoV-2) na UFRGS, impossibilitou o aproveitamento destes espaços, devido à realização das aulas e demais atividades curriculares de forma remota e alheia ao ambiente universitário em forma presencial. Cabe ponderar, desta forma, a integração destes ambientes na trajetória acadêmica dos discentes à medida que o ensino presencial é retomado, em diferentes etapas curriculares e de forma a contribuir ativamente com o processo de desenvolvimento de aptidões para o futuro profissional da área.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Minha principal motivação para a realização deste trabalho - talvez uma proposição, hipótese, por assim dizer - era entender se, de fato, a academia encontrava-se desalinhada com o mercado de trabalho, como frequentemente ouvia de colegas de curso e atuantes na área. Para satisfazer essa dúvida, era necessário entender de que forma, exatamente, o curso era aproveitado pelos estudantes, que proveitos e benefícios tiravam ao graduar-se em Relações Públicas. Essa necessidade converteu-se no problema de pesquisa deste trabalho - entender como as competências acadêmicas do currículo do curso de Relações Públicas da UFRGS são assimiladas e aplicadas em contexto laboral por egressos do curso, a partir do currículo acadêmico instituído.

Ao conduzir as entrevistas, foi evidenciada a associação entre as competências e habilidades desejadas para o egresso, definidas no Projeto Pedagógico do curso de Relações Públicas da UFRGS, baseado nas diretrizes curriculares instituídas em 2013, e as habilidades que foram expostas pelas entrevistadas no processo de entrevista, indicando clara associação entre a formação proporcionada pelo curso e o papel do próprio egresso em usufruir conceitualmente dessa formação, com a finalidade de qualificação para atuar no mercado de trabalho.

A robustez teórica do curso de Relações Públicas é elogiada, sendo considerada um diferencial para a capacitação de profissionais que atendam as demandas da área adequadamente, seja no próprio mercado de trabalho ou atuando no ensino e pesquisa.

As participantes desta pesquisa, oferecendo uma perspectiva condizente dos egressos formados sob o currículo instituído em 2017, também avaliaram que o curso apresenta certo distanciamento entre sua matriz teórica e eventual respaldo em práticas vigentes atualmente necessárias no mercado de trabalho. Enfatizam que as perspectivas da comunicação em ambientes digitais, como o marketing digital e a comunicação digital, são pouco exploradas na articulação entre teoria e prática em sala de aula.

Ao mesmo tempo que uma certa 'ênfase' avaliada como excessiva em teorias, em contraste a uma perspectiva prática, foi destacada pelas entrevistadas, fica evidente a contribuição que o currículo do curso teve para o sucesso profissional das participantes.

Desta forma, concluo este trabalho com satisfação, tanto pelos resultados obtidos como pelo entendimento de que o curso de Relações Públicas da UFRGS segue pelo caminho certo. Além disso, de que as críticas são pertinentes e convidam a reavaliações, em um processo que tem por único objetivo o aperfeiçoamento contínuo de ensino, pesquisa e atuação profissional, prestando serviço à evolução da área como um todo.

Observo, também, que o escopo da pesquisa se restringiu à análise de intercâmbios e interfaces entre academia e mercado profissional, apenas, sendo negligenciado o campo da pesquisa. É possível e sugerido que futuros trabalhos da área abordem também a questão da formação em Relações Públicas com a finalidade de seguir carreira acadêmica, seja no campo da docência ou na pesquisa, além de debater intercâmbios e possibilidades entre pesquisa e cenário organizacional. Além disso, reside foco particular no curso de Relações Públicas da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, que se situa em um determinado estágio de aplicação das DCNs, já em vigor há seis anos na FABICO-UFRGS. É possível que outras IES pelo país apresentem situações distintas, o que sugere novos estudos nesse sentido.

Ressalto que este trabalho não tem a pretensão de esgotar a temática das articulações entre teoria e prática, academia e mercado profissional, mas de incentivar futuras pesquisas nessa direção. Trabalhos de tônicas semelhantes vêm sendo produzidos nos últimos anos, e serão ainda mais necessários para avaliar os impactos da implementação das Diretrizes Curriculares Nacionais, que completará dez anos em 2023 e tornou o curso de Relações Públicas autônomo, em um movimento que, esperamos, contribua ainda mais para o progresso de nossa área.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALVES, D. A.; MULLER, K. M.; PEREIRA, A. C. C.; SGORLA, F. Implantação das novas diretrizes no Curso de Relações Públicas da Fabico-UFRGS: o estágio obrigatório em foco. *Organicom*, v. 17, n. 32, 2020. p. 193-199.

ANTUNES, J.; MACHADO, D.; MONTEIRO, L. Relações públicas: evolução teórico-conceitual e percepções sobre a atividade. *Intercom*, São Paulo, 2007, p 1-13.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL. Tendências da Comunicação Organizacional em 2023. mar. 2023. Relatório de pesquisa. Acesso em: 9 de Agosto de 2023.

ATHAYDES, A.; PÉRSIGO, P. Competências, diversidade e mercado: reflexões para as Relações Públicas. *Intercom*, Porto Alegre, 2019, p. 1-17.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2016.

BASSO, L. Z. Inserção dos egressos do curso de Relações Públicas da UFRGS no mercado de trabalho. Trabalho de Conclusão de Curso – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre. 2019.

BRASIL. Parecer CNE/CES nº 492 de 03 de Abril de 2001. Institui Diretrizes Curriculares Nacionais dos cursos de Filosofia, História, Geografia, Serviço Social, Comunicação Social, Ciências Sociais, Letras, Biblioteconomia, Arquivologia e Museologia. **Diário Oficial da União da República Federativa do Brasil**, Brasília, 2001.

_____. Resolução CNE/CES nº 2 de 27 de Setembro de 2013. Institui as Diretrizes Curriculares Nacionais do curso de graduação em Relações Públicas. **Diário Oficial da União da República Federativa do Brasil**, Brasília, 2013.

DUARTE, J. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.

FARIAS, L. A. de.; NASSAR, P.; OLIVEIRA, M. F. de. Cenário histórico das Relações Públicas no Brasil. *Revista Organicom*, v. 13, p. 151-160, 2016.

FERRARI, M. A. A prática das Relações Públicas no cenário latino-americano. In: GRUNIG, J. E.; FERRARI, M. A.; FRANÇA, F. **Relações Públicas: teoria, contexto e relacionamentos**. 1. ed. São Caetano do Sul: Difusão, 2009. p. 175-207.

_____; GROHS, A. C. Egressos como fonte de informação para a gestão da qualidade dos cursos de ensino superior: análise das percepções dos ex-alunos do curso de Relações Públicas da ECA/USP. 2015, Anais.. São Paulo: Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, 2015a.

_____; GROHS, A. C. Perfil e trajetória dos egressos de Relações Públicas da ECA/USP: subsídios para excelência acadêmica e competitividade no mercado de trabalho. 2015, Anais.. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2015b.

_____; GROHS, A. C. Competências necessárias na formação de estudantes de Relações Públicas: uma visão de professores e profissionais do mercado. 2016, Anais.. São Paulo: Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, 2016.

_____. 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, 2017.

FERREIRA, E. A. Do currículo mínimo aos novos referenciais curriculares de 2009: a trajetória curricular dos cursos de Comunicação Social no Brasil. X ANPED SUL, Florianópolis, out. 2014, p. 1-18.

FREITAS, S. G. As entidades de classe de Relações Públicas no Brasil: caminhos e descaminhos. In: KUNSCH, M. M. K. (org.). **Relações públicas: história, teorias e estratégias nas organizações contemporâneas**. São Paulo: Saraiva, 2009.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GROHS, A. C. Trajetória da formação em Relações Públicas no Brasil. C&S – São Bernardo do Campo, v. 41, n. 1, p. 43-79, jan-abr. 2019.

GRUNIG, J. E. A função das Relações Públicas na administração e sua contribuição para a efetividade organizacional e societal. Tradução de John Franklin Arce. *Comunicação & Sociedade*, São Bernardo do Campo, PósCom-Methodista, a. 24, n. 39, p. 67-92, 1. sem. 2003.

KUNSCH, M. M. K. Tendências da produção científica em Relações Públicas e Comunicação Organizacional no Brasil. *Comunicação e Sociedade*, São Bernardo do Campo, Póscom-Methodista, a. 24, n. 39, p. 94-125, 2003a.

_____. **Planejamento de Relações Públicas na comunicação integrada**. 4. ed. São Paulo: Summus, 2003b.

_____. 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. da; MELO, M. B. M. de (Orgs.). **O ensino de comunicação frente às Diretrizes Curriculares**. São Paulo: INTERCOM, 2015. p. 20-44.

KUNSCH, W. L. Gênese e desenvolvimento do campo profissional e acadêmico das Relações Públicas no Brasil. In: KUNSCH, M. M. K. (org.). **Relações públicas: história, teorias e estratégias nas organizações contemporâneas**. São Paulo: Saraiva, 2009.

LATIN AMERICAN COMMUNICATION MONITOR. Especial Brasil, 2018-2019: comunicação estratégica e os desafios da *fake news*, confiança, liderança, stress no trabalho e satisfação no emprego. 2019. Relatório de pesquisa. Disponível em: <<https://latincommunicationmonitor.com/latin-american-communication-monitor-2018-2019-especial-brasil/>>. Acesso em: 9 de Agosto de 2023.

LOPES, F. D. Inserção dos egressos do curso de Relações Públicas da UFRGS no mercado de trabalho. Trabalho de Conclusão de Curso – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre. 2015.

MAGALHÃES NETO, J.. Um estímulo à excelência da Comunicação Organizacional brasileira. *Estudos de Jornalismo e Relações Públicas*, São Bernardo do Campo, Fajorp-Methodista, a. 3, n. 6, p. 134-137, dez. 2005.

MARQUES DE MELO, J. Conhecer – produzir – transformar: paradigmas da Escola Latino-Americana de Comunicação. *Comunicação & Sociedade*, São Bernardo do Campo, PósCom-Methodista, a. 23, n. 36, p. 87-110, 2. sem. 2001.

MARTINS, J. Formação Acadêmico-Profissional na Área de Comunicação: as Competências como Elemento Conceitual dessa Relação. In: XIII Congresso da ABRAPCORP. São Paulo. Anais eletrônicos. São Paulo: ABRAPCORP, 2019.

_____. Aproximação entre Formação e Atuação Profissional em Comunicação no Contexto das Competências para Egressos de Relações Públicas e de Comunicação Organizacional. In: XIV Congresso da ABRAPCORP. Bauru. Anais eletrônicos. São Paulo: ABRAPCORP, 2020.

_____. Trajetórias de comunicadores desde a educação superior: histórias de vida sobre a formação do profissional no contexto das competências. 2021. Tese (Doutorado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2021.

MAZER, D.; NASCIMENTO, L. Em dia: Boletim interno compartilhando informações. In: Jornada Acadêmica da Embrapa Soja, v. 5., 2010, Londrina: Embrapa Soja, 2010. p. 44-47.

MOURA, C. P. de. O ensino de graduação e de pós-graduação em Relações Públicas no Brasil. In: KUNSCH, M. M. K. (org.). **Relações públicas: história, teorias e estratégias nas organizações contemporâneas**. São Paulo: Saraiva, 2009.

_____. Os desafios da implantação das Diretrizes Curriculares Nacionais no curso de Relações Públicas. In: ALMEIDA, F. F.; SILVA, R. B. da; MELO, M. B. M. de (Orgs.). **O ensino de comunicação frente às Diretrizes Curriculares**. São Paulo: INTERCOM, 2015. p. 46-62.

OLIVEIRA, I. L. Reflexividade e interação entre academia e mercado profissional. In: KUNSCH, M. K. K. (org.). **Relações Públicas e Comunicação Organizacional: campos acadêmicos e aplicados de múltiplas perspectivas**. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2009. p. 331-338.

PRODANOV, C. C.; DE FREITAS, E. C. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico - 2ª Edição**. Editora Feevale, 2013.

ROESCH, S. M. A.. **Projetos de estágio e de pesquisa em administração**. São Paulo, SP: Atlas, 2015.

STUMPF, I. R. C. Pesquisa bibliográfica. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.

TAVARES, M. O Ensino de Relações Públicas e as Contribuições das Diretrizes Curriculares Nacionais: Possíveis Olhares Teóricos. In: XIII Congresso da ABRAPCORP. São Paulo. Anais eletrônicos. São Paulo: ABRAPCORP, 2019.

.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL. Projeto pedagógico do curso de Relações Públicas - 2017. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/fabico/graduacao/relacoes-publicas/PPC_versofinalRP.pdf>. Acesso em 22 de Junho de 2023.

APÊNDICES

Apêndice A - Roteiro de entrevistas

DADOS BÁSICOS

- a) Nome
- b) Idade
- c) Gênero
- d) Semestre de ingresso no curso
- e) Semestre de graduação no curso
- f) Cargo/ocupação atual

BLOCO TEMÁTICO I: FORMAÇÃO EM RELAÇÕES PÚBLICAS NA UFRGS

- 1) O que te fez escolher as Relações Públicas como curso de graduação?
- 2) Qual disciplina você considera ter sido sua favorita durante a graduação? Por que?
- 3) E qual foi a pior? Ou irrelevante para a tua formação/carreira? Por que?
- 4) Você vivenciou um currículo que atendia às orientações do MEC referente às Diretrizes Curriculares Nacionais (DCNs). Você percebe ele adequado ao mercado?

BLOCO TEMÁTICO II: MERCADO DE TRABALHO

- 5) Você pode me informar suas atribuições hoje no seu trabalho e por quais funções você já atuou na área de Relações Públicas?
- 6) Você estagiou durante o período da faculdade? Qual o papel do estágio sob seu ponto de vista?
- 7) Ao ingressar no mercado de trabalho e considerando a formação proporcionada pelo curso, quais foram suas principais dificuldades enfrentadas? E quais as principais vantagens?
- 8) Qual é o impacto da sua formação em Relações Públicas pela UFRGS no seu sucesso profissional?
- 9) Se você pudesse resumir em uma palavra o papel do relações-públicas no mercado, qual seria?

BLOCO TEMÁTICO III: COMPETÊNCIAS ACADÊMICAS

- 10) Qual aspecto do curso de Relações Públicas da UFRGS você considera que tenha melhor contribuído para sua formação como relações-públicas?
- 11) Que conteúdos, técnicas ou ensinamentos adquiridos durante sua formação em Relações Públicas pela UFRGS você considera serem mais úteis no seu exercício profissional?
- 12) Que conteúdos, técnicas ou ensinamentos você julga ter sentido falta durante a graduação, e que hoje lhe fazem a diferença? *Explorar: conteúdos, técnicas e ensinamentos adquiridos fora da graduação. Formações complementares...*
- 13) Se você pudesse alterar qualquer aspecto curricular da formação em Relações Públicas pela UFRGS, hoje, qual seria? Por que?

ENCERRAMENTO

- 14) Se você pudesse dar um conselho para o/a (nome do/a entrevistado/a) do primeiro semestre, qual seria?
- 15) Se você pudesse dar um conselho para a coordenação do curso de Relações Públicas, qual seria?