



AS PERSPECTIVAS DO MERCADO DE TRABALHO PARA AS RELAÇÕES PÚBLICAS NA FRONTEIRA OESTE DO RS

PIRES, Adriana dos Santos¹; SILVA, Marcela Guimarães e²

Palavras-Chave: Relações Públicas. Mercado. Estágio.

Introdução

As atividades de relações públicas remontam do início do Século XX, quando nos EUA grandes corporações e indústrias realizavam suas negociações de modo um tanto quanto obscuro, visando apenas o lucro, sem se importar com seus diversos públicos, entre os quais os trabalhadores. Porém, foi com o surgimento dos primeiros sindicatos, e a partir dos movimentos grevistas da classe trabalhadora, que as empresas perceberam a importância da comunicação visando obter sucesso nesse conflito de classes. O repórter Ivy Lee ao criar a primeira agência de imprensa deu um passo importante para o surgimento das relações públicas, pois ele acreditava que a informação devia ser transparente e verdadeira, não sendo necessário utilizar-se mais de “artimanhas” para informar a imprensa sobre a empresa.

No Brasil a profissão teve início com a criação do 1º Departamento de Relações Públicas, pelo ‘engenheiro’ Eduardo Pinheiro Lobo, que sentiu necessidade de criar um departamento de comunicação para melhor se relacionar com os públicos e entidades governamentais.

Além disso, o Brasil foi um dos primeiros países a regulamentar a profissão de acordo com a Lei nº 5.377, de 11 de dezembro de 1967, regulamentada em 26 de setembro de 1968 e aprovada no mesmo dia pelo decreto-lei nº 63.283, tornado a atividade privativa dos bacharéis de comunicação social com habilitação em relações públicas.

Entretanto em algumas regiões a profissão ainda é pouco conhecida, sendo necessário apresentar para o mercado todo o potencial da profissão e o diferencial que a mesma agrega para essas organizações diante dos públicos cada vez mais segmentados e exigentes, pois as atividades de relações públicas consistem em um importante canal de comunicação entre as organizações e a comunidade.

¹ Bolsista do projeto e acadêmica do Curso de Relações Públicas- ênfase em Produção Cultural da Universidade Federal do Pampa. E-mail: adriana.18sp@hotmail.com.

² Coordenadora do projeto e docente do Curso de Relações Públicas- ênfase em Produção Cultural da Universidade Federal do Pampa. E-mail: marcelasilva@unipampa.edu.br



Diante disso, o projeto de pesquisa “O mercado de trabalho das Relações Públicas na Fronteira Oeste do Estado do RS”. Esse projeto está em fase de execução, via o Programa de Bolsas de Desenvolvimento Acadêmico (PBDA) da UNIPAMPA, tem como objetivo mapear a realidade do mercado profissional de relações públicas na região mais especificamente nos municípios de abrangência da Delegacia Regional do CONRERP RS/SC 4ª Região localizada no município de São Borja, Garruchos, Santo Antônio das Missões, Maçambará, Itaqui, Itacurubi e Unistalda.

A seguir serão apresentados os dados parciais da pesquisa, bem como algumas reflexões já construídas a partir da realidade pesquisada.

Procedimentos metodológicos

Como metodologia além das pesquisas bibliográfica e documental, buscou-se conhecer o perfil das organizações do local, bem como a realidade da comunicação nessas organizações e o grau de conhecimento da profissão de relações públicas por parte dos empresários. Para tanto, foi elaborado um questionário composto por dez questões fechadas que está sendo aplicado junto às empresas associadas às Associações Comerciais e Industriais dos municípios pesquisados. Até o presente momento, foram aplicados finalizados os trabalhos nos municípios de São Borja e Itaqui.

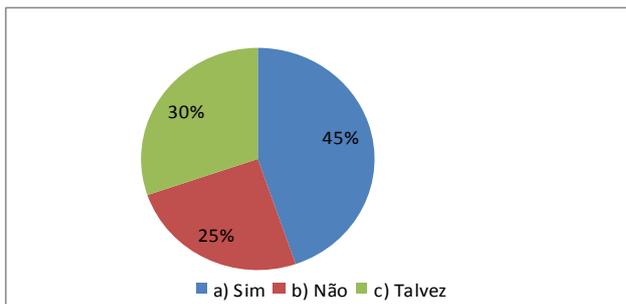
Resultados e Discussões

Entre os municípios de São Borja e Itaqui 76 empresas associadas às associações comerciais e industriais se disponibilizaram a responder o questionário. A partir das respostas observou-se que nem todas possuem departamento de comunicação, dentre as que possuem algumas contratam agências para cuidar da sua imagem. Além disso, a maioria das empresas utilizam mais o jornal e o rádio para se comunicarem com seus públicos, outras, no entanto não utilizam nenhum meio de comunicação com os seus públicos.

Quando perguntado se conheciam a profissão de relações pública a maioria respondeu que sim, entretanto é necessário ressaltar que apesar de conhecerem a profissão a maioria desconhece as funções e atribuições do profissional e por isso responderam que talvez conhecessem de fato.



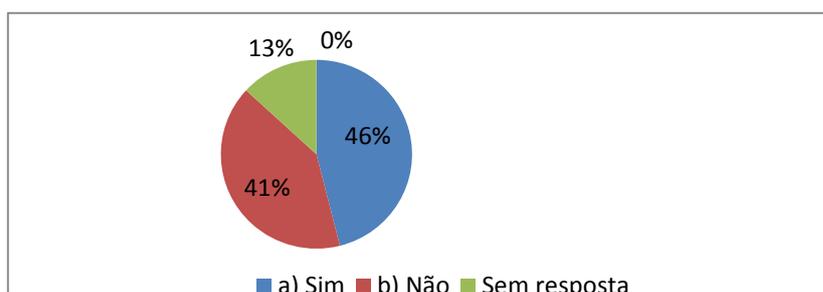
Gráfico 01: Conhece a profissão de Relações Públicas?



Fonte: Produzido pelas autoras, 2012.

Com base nos dados parciais da pesquisa observou-se também um grande interesse por parte dos empresários em oferecer estágios aos alunos de relações públicas até como uma forma de conhecer melhor as funções e atribuições desse profissional no contexto da comunicação empresarial, como demonstra o gráfico abaixo.

Gráfico 02: Possui interesse em ter estagiário de Relações Públicas?

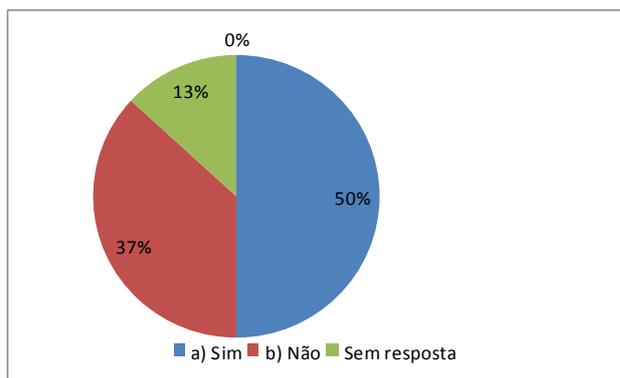


Fonte: Produzido pelas autoras, 2012.

Além disso, quando interrogados se teriam interesse em tornar a empresa em um espaço para que os alunos do curso de Relações Públicas da UNIPAMPA pudessem desenvolver os seus trabalhos de disciplinas práticas 50% afirmou ter interesse, certamente motivamos pelo interesse em conhecer a profissão e também por ser esta uma oportunidade de aproximação com a área da comunicação, mas especificamente com a comunicação empresarial.



Gráfico 03: Tem interesse em tornar a sua empresa em um espaço para que os alunos do curso de RP da UNIPAMPA desenvolvam seus trabalhos nas disciplinas práticas?



Fonte: Produzido pelas autoras, 2012.

Algumas considerações

A partir das reflexões e dos resultados parciais levantados, é possível observar primeiramente que apesar de muitos empresários afirmarem conhecer a profissão de relações públicas, predomina um desconhecimento quanto às atribuições e funções desse profissional no âmbito da comunicação organizacional. Além disso, constatou-se uma pré-disposição em tornar a empresa em espaço para desenvolvimento de atividades pedagógicas por parte do curso de Relações Públicas até como uma forma de conhecer a profissão e investir em comunicação.

Diante de tal realidade observa-se que há dois caminhos a serem percorridos pelo curso de Relações Públicas da UNIPAMPA, um que é apresentar a profissão de relações públicas e suas funções no contexto da comunicação organizacional às empresas dos municípios pesquisados, e o outro é formalizar as parcerias entre o curso e essas organizações, para que com isso possam ser criadas novas oportunidades de estágio aos alunos e ainda ampliado o campo de atuação desse profissional na região estudada.

Referências

- FARIAS, Luiz Alberto de. **Relações Públicas estratégicas: técnicas, conceitos e instrumentos**. São Paulo: Summus, 2001.
- LATTIMORE, Dan; BASKIN, Otis; HEIMAN, Suzette T; TOTH, Elizabeth L. **Relações Públicas Profissão e Prática**. São Paulo: Mc Graw Hill, 2012.
- FORTES, Waldyr Gutierrez. **Relações Públicas: processo, funções, tecnologia e estratégicas**. São Paulo: Summus, 2003.
- KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada**. São Paulo: Summus, 2003.