



A Formação Continuada dos Egressos de Relações Públicas da Ufam¹

Francielma da Costa Barbosa²

Judy Lima Tavares³

Universidade Federal do Amazonas, Manaus, Amazonas.

Resumo: Este artigo resulta de um projeto experimental que objetivou analisar o contexto em que se inserem, em termos de desenvolvimento de competências e buscas de atualização contínua, os egressos do curso de Bacharelado em Comunicação Social, habilitação em Relações Públicas da UFAM, formados entre 2005 e 2010. O trabalho se apresenta como indutivo e de natureza básica. Em termos de instrumentos para coletas de dados, foi bibliográfica, documental e estudo de caso. Parte, ainda, de abordagem quantitativa, sendo que os dados também foram analisados em uma dimensão qualitativa.

Palavras-chave: Egressos; Formação Continuada; Relações Públicas; Mercado; Ensino.

1. Introdução

Já houve um tempo em que se acreditava que, com o término da graduação, o profissional estaria apto para atuar em sua área de formação, permanecendo assim durante todo o seu percurso profissional. Hoje, mediante as múltiplas mudanças em curso na sociedade e aos contornos cada vez mais abrangentes e espontâneos do mercado de trabalho, sabe-se que a realidade é diferente. Na chamada “Era da Informação”, os perfis profissionais estabelecidos privilegiam a criatividade, a interatividade, a flexibilidade e a capacidade de aprender continuamente. Não é a toa que a formação continuada, não sendo um conceito novo, vem ganhando especial relevância nos últimos anos.

Ângela Luzia Miranda (2003) confirma essa assertiva, afirmando que, devido às constantes reconfigurações impostas pelos avanços sociais e tecnológicos, a formação universitária formal não possibilita ao sujeito o preparo absoluto para o mercado de trabalho. Nesta sociedade em trânsito, o profissional que deseja se destacar deve ter a consciência de que as capacidades de subsistir e progredir estão diretamente relacionadas às buscas pelo saber constante.

No tocante ao profissional de Comunicação, essa necessidade é ampliada pelo fato de que a Comunicação, por si só, se transforma em caráter contínuo (PERUZZO, 2002). Essa realidade ganha contornos ainda mais nítidos no que se refere às Relações

¹ Trabalho submetido ao DT 3 – Relações Públicas e Comunicação Organizacional, XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Aluna finalista do curso de Comunicação Social, habilitação em Relações Públicas da Universidade Federal do Amazonas - Ufam. Contato: elma.rpp@yahoo.com.br

³ Orientadora do trabalho. Mestre em Ciências da Comunicação e professora do curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Amazonas – Ufam. Contato: judy@ufam.edu.br



Públicas. O advento e popularização das novas tecnologias de informação, bem como as crescentes possibilidades de atuação da área, são alguns dos fatos que explicam o movimento frenético que vêm ocorrendo no cenário de atuação desses profissionais. Essa dinâmica também afeta vertiginosamente a formação acadêmica em Relações Públicas, haja vista que, durante os quatro anos de duração do curso, diversas alterações ocorrem no cotidiano social e empresarial, reforçando a necessidade de atualização.

Inicialmente, quando se fala em formação continuada, é comum haver dúvidas sobre o que, exatamente, denota a expressão. Surge, então, a necessidade de conceituá-la e refletir sobre os termos que, muitas vezes, são indistintamente usados para se referir à formação do profissional que terminou a etapa inicial de estudos e já exerce a profissão

De acordo com Anna Helena Altenfelder (2005), o termo reciclagem não deve ser usado no contexto educacional, pois pode se referir a cursos rápidos, descontextualizados e superficiais, que não consideram a complexidade do processo de ensino. O termo treinamento também pode ser inadequado, já que a formação continuada não deve ser pensada como um processo mecânico, que meramente modela comportamentos. Aperfeiçoamento é compreendido como um conjunto de ações capaz de completar alguém, de torná-lo perfeito, de concluí-lo; leva à negação da própria educação. Capacitação, por sua vez, é um termo muito usado atualmente; no entanto, a adoção da concepção de capacitação, que remete ao convencimento e persuasão, se mostra inadequada para ações de formação continuada, esta que aponta para a reflexão e análise das ideias, ao invés de mera aceitação (ALTENFELDER, 2005).

A autora supracitada também assinala que, apesar das nuances entre eles, os termos “educação permanente”, “formação continuada” e “educação continuada” podem ser colocados no mesmo bloco, pois são similares. Alguns autores optam por utilizar a terminologia “educação continuada”, atentando para a abordagem mais ampla, rica e potencial do termo, na medida em que este pode incorporar as noções anteriores – treinamento, capacitação, aperfeiçoamento – dependendo da perspectiva, do objetivo específico ou dos aspectos a serem focalizados no processo educativo, permitindo visões menos fragmentárias, mais inclusivas, menos maniqueístas ou polarizadoras (MARIN, 1995, Apud ALTENFELDER, 2005).

Sérgio Haddad (2007, p. 1-113), nessa direção, aponta que a educação continuada é aquela que se realiza ao longo da vida, continuamente, sendo inerente ao desenvolvimento da pessoa humana, relacionando-se à ideia de construção do ser.



Abarca, de um lado, a aquisição de conhecimentos e aptidões e, de outro, atitudes e valores, implicando no aumento da capacidade de discernir e agir.

É importante, aqui, ressaltar que a defesa da formação continuada como alternativa para o aprimoramento profissional, em nenhuma instância, sob nenhum argumento, pretende negligenciar o papel que a universidade exerce na formação do Relações Públicas e demais profissionais dos diversos campos do conhecimento. Na verdade, existe uma inter-relação entre o papel da universidade e o da formação continuada, como destaca o relatório da Comissão de Especialistas para formulação das novas diretrizes curriculares nacionais para os cursos de Relações Públicas (2010). De acordo com o documento, a graduação deve consistir um momento importante para “prover ao estudante os conhecimentos básicos específicos e também abrir os horizontes para o campo da comunicação em geral (teorias e práticas) e das suas áreas de interface”. Por outro lado, “o largo espectro desejável de formação, manifestado com insistência por profissionais, estudantes e professores revela, também, a insuficiência de formação apenas em nível de graduação, tornando desejável a formação continuada em nível de pós-graduação”.

Ao investigar as práticas dos egressos em termos de formação continuada, pretendeu-se obter informações fatuais acerca do que esses profissionais buscam para manterem-se atualizados e/ou para complementar os conhecimentos adquiridos na graduação. Entende-se que é de interesse da instituição perceber esse movimento dos egressos, tendo em vista que o retrato desta realidade pode possibilitar verificar, ainda que de forma não ampla, como a formação em Relações Públicas proporcionada pela instituição tem repercutido diante das demandas mercadológicas; especialmente as regionais. Por conseqüência, os resultados da pesquisa podem oferecer informações úteis para o planejamento do ensino de Graduação – cuja estrutura curricular vigente data de 1984 – e de pós-graduação da Universidade.

2. O ensino de Relações Públicas na atualidade

De acordo com o Relatório da Comissão de Especialistas Instituída pelo Ministério da Educação (2010), existem, atualmente, 107 cursos de Relações Públicas no país, promovidos por instituições de ensino superior federais, estaduais e privadas, estimando-se um contingente de 3.200 egressos em todo território nacional.

Dos egressos de Relações Públicas, hoje, exige-se tanto o domínio das técnicas de comunicação quanto uma formação geral e humanística, amparada em fundamentos



de sociologia e psicologia, política, economia e teorias da administração (PERUZZO, 2002). A busca por esse perfil híbrido, bem como pela superação da dicotomia entre formação teórica e prático-profissional, constituem o fio condutor dos debates nacionais em prol da renovação das estruturas curriculares dos cursos de Comunicação Social, a partir da década de 90, e, mais recentemente, do curso de Relações Públicas.

A importância de repensar o ensino para atender as novas demandas sociais, econômicas e tecnológicas evidencia-se na medida em que se reitera o papel da universidade como espaço de criação de novos conhecimentos e de formação de profissionais capacitados para trabalhar no mercado (MELO, 1991, p. 7), e, no caso específico da habilitação em Relações Públicas, a formação de profissionais capacitados para dar conta do ritmo trepidante das organizações modernas e agir no novo contexto digital, tecnológico-informatizado e multimidiático.

Na realidade, desde que as Diretrizes para os cursos de Comunicação Social (CNE/CES nº 492/2001), foram instituídas, por conta da nova Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional – LDB, os cursos passaram a ter mais autonomia para fixar seus currículos, desde que observem as diretrizes gerais. Já as antigas orientações do MEC – que, no caso da Comunicação, consistiam no currículo mínimo estabelecido em 1984 – pouco admitiam a flexibilização dos conteúdos. Ou seja, há algum tempo já é permitido que os cursos sejam diferenciados em todo o país, sendo que tal consentimento é uma oportunidade para que as instituições de ensino elaborarem projetos pedagógicos/acadêmicos inovadores.

Em 2010, a Secretaria de Educação Superior do Ministério da Educação (SESU/MEC) instituiu, por meio da Portaria 595, de 24 de maio de 2010, uma Comissão de Especialistas para subsidiar a formulação das diretrizes curriculares nacionais específicas para as habilitações de Relações Públicas. O grupo recebeu a missão de repensar o ensino da área num contexto de intensas transformações, a partir da percepção genérica de que novos conteúdos devem ser incorporados à formação do profissional. A proposta resultante deste movimento ainda encontra em trâmite para aprovação no MEC.

3. O curso de Relações Públicas na Ufam

O curso de Comunicação Social da Ufam foi criado em 1969, por meio da Resolução nº 02/69 – Consuni – inicialmente como curso de Jornalismo, ligado à



extinta Faculdade de Filosofia, Ciências Humanas e Letras. A implantação do curso só ocorreu em 1970, com a realização de seu primeiro vestibular, o qual ofertou 30 vagas.

No bojo da Reforma Universitária de 1969, aconteceu a reestruturação dos cursos da Universidade, surgindo então a ideia das habilitações. Dessa forma, em 1971 o curso passou a denominar-se Curso de Comunicação e, em 1972, definiram-se as habilitações de Jornalismo e Relações Públicas para as turmas que entraram naquele ano; no entanto, de acordo com Patrícia Ferreira da Silva e Sandra da Silva Castro, naquele tempo, “o ensino de Relações Públicas fazia parte do currículo de Comunicação apenas enquanto disciplina” (1998, p. 07). Quem elucida essa passagem é o prof^o Walmir de Albuquerque Barbosa, o primeiro coordenador do curso de Comunicação Social da UFAM, em entrevista concedida exclusivamente para a pesquisa.

Com a Reforma Universitária, criou-se o curso de Comunicação Social com as habilitações. No caso das Universidades que não tinham as habilitações, como era o caso da UFAM, que só ofertava Jornalismo, estabeleceu-se o seguinte: o curso de Comunicação era genérico e eram vistas disciplinas de algumas habilitações, sendo que os egressos saíam com uma habilitação genérica, podendo trabalhar como Jornalista, Relações Públicas e como Editor. Isso não agradou. Durou pouco mais de um ano, e nova reforma foi feita, sendo que foram feitas as distinções. No caso da UFAM, assim ficou: Curso de Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo (BARBOSA, 2011).

A criação das habilitações pelo MEC, ainda em conformidade com Barbosa (2011), gerou um problema para os Jornalistas. Somando a criação das habilitações à questão da ditadura militar e da censura, o curso de Jornalismo deixou de ser procurado pela elite, e assim houve uma “proletarização” do Jornalismo. A essa altura, houve uma mudança no mercado do Brasil inteiro: começou-se a trabalhar dentro do sistema de Administração moderna e imagem empresarial. Dava-se início, então, a um período em que eram maiores as ofertas de emprego na área, sendo que, enquanto antes se valorizava mais os Assessores de Imprensa, passou-se a valorizar mais os chamados Assessores de Relações Públicas.

Em 1975, com a extinção da Faculdade de Filosofia, Ciências Humanas e Letras, o curso de Comunicação passou para o recém-criado Instituto de Ciências Humanas e Letras – ICHL. Este processo resultou na criação do Departamento de Comunicação Social, como relata Barbosa:



Em um sábado, o então Reitor, prof^o Aderson Dutra, chamou-me na Reitoria. Chegando lá, ele mesmo redigiu a Portaria, criando o DECOM, me nomeando chefe de departamento e coordenador do curso de Comunicação Social. Saí de lá com o documento na mão (2011).

Com a criação do DECOM, houve a necessidade de se pensar o curso de Comunicação Social dentro da Reforma Universitária. O mercado de trabalho já evocava a criação do curso de Relações Públicas, mas o que determinou sua criação foi o incentivo então chefe do departamento de Administração da UFAM, o prof^o Randolpho Bittencourt - que possuía especialização em Relações Públicas pela Fundação Getúlio Vargas /FGV/RJ – e, principalmente, o incentivo do prof. Cândido Teobaldo de Souza Andrade, que, por meio de parceria estabelecida com a USP, naquele período prestava seus serviços à UFAM como docente do curso de Jornalismo, ministrando a disciplina de Relações Públicas.

Em 1957, o prof^o Andrade nos incentivou a participar de um congresso da ABRP em Belém, ao qual fomos prof^o Randolpho Bittencourt, prof^o Ruy Solto de Alencar e eu. Fiquei animado porque era uma forma de ampliarmos o curso, atendermos às novas demandas do mercado e aos alunos, que já se interessavam por Relações Públicas. Ao voltarmos do congresso, marcamos uma audiência com o Reitor, fizemos a sugestão e ele autorizou a criação da habilitação (BARBOSA, 2011).

Assim, curso de graduação em Comunicação Social, por meio da Resolução n^o 005 de 1977 – CONSUNI, passou a formar profissionais nas habilitações Jornalismo e Relações Públicas. Com isso, estas passaram a compor uma habilitação específica, possuindo elenco próprio de matérias. A primeira turma formou-se em 1978, com seis finalistas.

Em 1984 houve a implantação do currículo mínimo para os Cursos de Comunicação Social e habilitações, sendo que o curso de Relações Públicas o mantém até os dias atuais. Vale ressaltar que, em 2006, foi designada uma comissão para elaborar uma nova estrutura curricular. No entanto, de acordo com a prof^a Maria Emília Abbud (2011), na mesma época iniciou-se o movimento para estabelecer as Diretrizes Nacionais para os Cursos de Relações Públicas, sendo que a comissão optou por esperar tais resultados para realizar as alterações em conformidade com as novas diretrizes.

Em 2011, por meio da Portaria n^o 20/2011 – ICHL, nova comissão de competência para elaborar uma nova estrutura curricular e Projeto Pedagógico do curso



de Relações Públicas foi designada. A previsão de implantação da nova estrutura é 2012.

4. Resultados da pesquisa e análise dos dados

Para conhecer e avaliar as práticas de formação continuada dos egressos de Relações Públicas da UFAM, foi realizada uma pesquisa de opinião. O levantamento de dados foi realizado no período de 01 a 20 de junho de 2011. Inicialmente, tinha-se por objetivo entrevistar os 104 egressos determinados na amostra, apenas 52 egressos foram localizados e retribuíram ao contato, sendo que, destes, 40 responderam aos questionários e devolveram no prazo estipulado.

Atendendo aos padrões éticos estabelecidos pela Resolução nº196/96 do Conselho Nacional de Saúde⁴, a pesquisa foi submetida à aprovação prévia do Comitê de Ética em Pesquisa da UFAM, este que, por sua vez, emitiu parecer favorável à investigação. Deste modo, por meio da assinatura de um termo de consentimento livre e esclarecido, os egressos declararam o entendimento acerca das intenções da pesquisa, bem como a concordância com utilização pública das informações concedidas.

Também importa frisar que, por conta do objetivo desta investigação, que foi identificar as práticas de formação continuada dos egressos desde que estes concluíram a graduação, em várias questões de múltipla escolha os entrevistados tiveram a opção de marcar mais de uma alternativa.

4.1 Idade, sexo e ano de conclusão

A pesquisa apontou que os egressos de Relações Públicas formados entre 2005 e 2010 possuem de 23 a 36 anos. A despeito da tentativa de inserir na pesquisa todos os que formaram nos últimos cinco anos, registrou-se maior participação de ex-alunos que concluíram o curso entre 2008 e 2010. No que se refere ao quesito “sexo” dos egressos, pela notória predominância de mulheres (80%) no curso de Relações Públicas.

4.2 Dados profissionais

Atualmente, 30% dos egressos trabalham na área específica de Relações Públicas; 32% atuam em outros segmentos da Comunicação; 15% trabalham em área diferente, desenvolvendo trabalhos que exijam ou não curso superior; e 23% não estão trabalhando. Dos egressos que atualmente trabalham em outro segmento da

⁴ A Resolução nº 196/96-CNS prevê a existência de Comitês de Ética em Pesquisa (CEP) nas instituições que realizam pesquisa com seres humanos.



Comunicação, apenas 04 especificaram com clareza seu campo de atuação, a saber: a) produção Audiovisual; b) Analista de Sustentabilidade; c) Marketing e d) Assessoria Política.

4.3 Quanto à formação continuada

De uma maneira genérica, 92,5% dos egressos de Relações Públicas formados entre 2005 e 2010 continuaram a estudar após a conclusão do curso, é o que aponta os dados da pesquisa. Destes, 45,9% fizeram ou estão fazendo especialização (pós *lato sensu*) e 2,7% cursaram ou estão cursando mestrado (pós *stricto sensu*). No que se refere a cursos de aperfeiçoamento, 72,5% do total de entrevistados revelaram que fizeram ou estão fazendo pelo menos um curso de aperfeiçoamento. Considerando, novamente, o total de egressos, 5% fez ou está fazendo outra graduação na área de Comunicação Social. A parcela de entrevistados que optou por fazer outra graduação em outra área do conhecimento consiste em 10%. Por fim, é de 7,5% o número de egressos que ainda não se movimentaram em termos de formação continuada.

Importa especificar que, dos egressos que cursaram ou estão cursando pós-graduação *lato sensu*, 21,05% optaram por especializar-se na área de Marketing; 15,79% optaram por especializar-se na área de Gerenciamento de Projetos; 10,53% preferiram especializar-se na área de Gestão de Pessoas e 10,53% elegeram a área de Comunicação Empresarial e Marketing. Outras áreas foram citadas em menor escala, tais como: Metodologia do Ensino à Docência Superior; Jornalismo Científico; Cinema; Tv e Mídias Digitais; Criação Publicitária, Textual e Visual, dentre outras.

Os egressos que fizeram ou estão fazendo pós-graduação *stricto sensu* optaram por 03 caminhos: mestrado em Comunicação Social; mestrado em *Counseling* (área da Psicologia); e mestrado em Comportamento de Consumo. Curiosamente, nos três casos citados, os entrevistados estudam no exterior.

No que se refere a cursos de aperfeiçoamento profissional, a pesquisa mostrou que, nos últimos cinco anos, as opções mais procuradas pelos egressos foram: Idiomas, Informática fundamental, Design Gráfico e Fotografia.

A parcela de entrevistados que fez ou está fazendo outro curso de graduação na área de Comunicação Social (01), apontou Publicidade e Propaganda como curso elegido. Tal ocorrência pode representar tanto a mudança de foco na carreira quanto a busca pela questão da interdisciplinaridade em Comunicação Social.



Há, ainda, algumas observações que podem ser feitas sobre os casos em que o egresso, ao concluir a graduação em Relações Públicas, optou por fazer outro curso superior em diferente área do conhecimento. Tais ocorrências potencialmente representam uma mudança de carreira profissional, mas também existe a possibilidade de que uma pessoa formada em dois campos do saber conjugue seus conhecimentos e empregue-os em uma das áreas, ou mesmo nas duas.

Ao serem questionados sobre suas pretensões em termos de pós-graduação, os egressos se manifestaram da seguinte forma: 50% pretendem fazer pós-graduação *lato e/ou stricto sensu* na área de Comunicação Social; 36% pretendem fazer pós-graduação *lato e/ou stricto sensu* em outra área do conhecimento; 5% revelaram que não pretendem fazer curso de pós-graduação e 9% não se manifestaram.

Percebeu-se que as aspirações dos egressos que pretendem continuar a investir na área de Comunicação Social são muito diversificadas, de modo que, aproximadamente, a metade destes mencionou opções que não se repetiram nas outras respostas. De uma maneira geral, as áreas/segmentos/cursos mais citados pelo grupo foram: Cinema; Comunicação Empresarial/Comunicação Empresarial e Marketing; Responsabilidade Social /Terceiro Setor.

5.4 Necessidades de complementar os conhecimentos adquiridos na graduação

Dentre os entrevistados, 67% já sentiram necessidade de fazer um curso de aperfeiçoamento profissional para complementar os conhecimentos adquiridos na graduação – no sentido de que só o que viram na Universidade não foi o suficiente –, enquanto 30% não sentiram tal necessidade. É de 3% a parcela dos que não se manifestaram. Ao especificarem os conteúdos que, em suas concepções, lhes foram insuficientes durante a formação, os egressos apontaram principalmente conteúdos como: Fotografia, Protocolo e Cerimonial, Organização de Eventos, Editoração/Produção Gráfica, e Produção Audiovisual. Também figuraram entre as indicações, embora em menor escala, conteúdos como: Administração; Assessoria de Imprensa; Comunicação Interna; e Mensuração de desempenho do trabalho de Comunicação.

5.5 Necessidades de atualizar os conhecimentos adquiridos na graduação

Também foi questionado aos egressos se os mesmos já haviam sentido necessidades de recorrer a cursos de aperfeiçoamento para atualizar conhecimentos



adquiridos na graduação – no que se refere a possíveis fatores que mudaram enquanto os entrevistados estavam na Universidade. A pesquisa mostrou que 65% dos egressos sentiram essa necessidade, enquanto 35% não a sentiram. Dentre os conteúdos abalizados, destacaram-se, principalmente, os relacionados às Tecnologias da Informação, Mídias Digitais e Sociais, e Redação para Web. Embora apareçam em menores escalas, outros conteúdos foram apontados, tais como Mensuração de opinião em Redes Sociais, Produção Audiovisual e Sistema de Gestão Integrada (SGI).

Quando questionados acerca de suas sugestões cursos de pós-graduação que a Ufam deveria oferecer, os egressos mencionaram principalmente cursos relacionados a Terceiro Setor e Responsabilidade Social (17%), Planejamento da Comunicação Organizacional (7,5%), Comunicação Organizacional (7,5%), Marketing (7,5%). Também foram mencionados, em menor escala, Gestão da Comunicação, Publicidade e Propaganda, Mídias Digitais e Sociais, Marketing, Web 2.0., Cinema e Produção Audiovisual, Comunicação Comunitária, Protocolo e Cerimonial, dentre outros.

5.7 Quanto ao ensino de graduação

Tratou-se de um fator importante conhecer a opinião dos egressos em relação aos aspectos que permeiam o ensino de Relações Públicas na UFAM, haja vista que a formação continuada está diretamente relacionada à questão da formação inicial. Assim, solicitou-se dos egressos para que os mesmos atribuíssem nota aos seguintes aspectos:

- a) Estrutura curricular: 55% dos entrevistados avaliam este aspecto como bom; 32% dos entrevistados julgaram-no regular e 13% dos entrevistados consideram a grade curricular do curso ruim.
- b) Desempenho dos professores: 65% avaliaram como bom; 23% consideraram-no regular e 12% dos egressos avaliaram o desempenho dos docentes como muito bom.
- c) Material de ensino apresentado (apostila, livros, etc): 50% dos egressos avaliaram o material de ensino apresentado pelos professores como bom; 40% julgaram tal aspecto como regular; 5% consideraram-no muito bom; 3% consideraram-no muito ruim e 2% avaliaram o item como ruim.
- d) Recursos tecnológicos e laboratórios: 53% dos entrevistados consideram este item como ruim; 25% consideraram-no regular; 20% atribuíram aos recursos tecnológicos o conceito de muito ruim e 2% avaliaram-no como bom.
- e) Inter-relação entre teoria e prática: assim como divide opiniões na esfera acadêmica, o tema também dividiu opiniões entre os egressos. Para 35% dos



entrevistados, este aspecto foi regular; 30% consideraram-na ruim; 20% consideraram-na boa; 10%, muito ruim e 5% avaliaram-na como muito boa.

5.8 Possíveis dificuldades no mercado de trabalho

Dos egressos entrevistados, 73% depararam-se com algum tipo de dificuldade no mercado de trabalho após a formação; 28% dos entrevistados, por sua vez, não encontraram tais dificuldades. No intuito de compreender as relações que se estabelecem entre a formação inicial (graduação) e o cotidiano dos egressos, foi perguntado ao grupo que declarou ter encontrado dificuldades (78% dos entrevistados) se os mesmos relacionam algum dos obstáculos enfrentados a possíveis carências no curso de Relações Públicas da UFAM. Constatou-se que, destes, 41% do grupo não fazem esta ligação; 35% relacionam somente em parte e 24%, por sua vez, relacionam as dificuldades encontradas à carências da graduação.

Visando aprofundar as descrições dos egressos, foi pedido ao grupo que atribuiu, de alguma maneira, os contratempos ao ensino da UFAM (41% + 35%) para que especificasse o motivo. As principais ocorrências foram as seguintes:

Dificuldades atribuídas à UFAM por conta...	N ° de Ocorrências
da falta de projetos que vinculassem o estudante ou recém-formado ao mercado de trabalho	07
da pouca ênfase dada à técnica	04
da pouca ênfase dada à prática	04
de laboratórios deficientes	02

5.9 Competências mais requeridas no mercado de trabalho

Objetivando identificar as principais competências requeridas no mercado de trabalho, solicitou-se dos entrevistados para que os mesmos apontassem os conhecimentos, habilidades e atitudes que, atualmente, julgam mais importantes para o egresso de Relações Públicas. Constatou-se que conhecimentos de Assessoria de Imprensa, idiomas, Comunicação Integrada e Comunicação Interna/*Endomarketing* são considerados os mais relevantes dentre a gama de conhecimentos necessários para o profissional de Relações Públicas. Saber redigir bons textos, saber relacionar-se e saber elaborar e gerir planos de comunicação são as habilidades consideradas mais importantes pelos egressos. Comprometimento, ética, busca por aprendizado contínuo e flexibilidade, lhes são, respectivamente, as atitudes que mais requeridas no mercado de trabalho.



5. Outras considerações

A pesquisa mostrou que os egressos do curso de Relações Públicas da Ufam, de maneira geral, buscam novos conhecimentos para atualizar e/ou complementar os saberes apreendidos na formação inicial. Essa formação continuada, contudo, não envereda, necessariamente, pelo caminho específico de Relações Públicas; envereda, na maioria das vezes, por caminhos multi/interdisciplinares. É fato que, também, que alguns conhecimentos, mesmo não sendo específicos de Relações Públicas, são necessários na prática profissional. Há de se considerar, ainda, que muitos empregadores desconhecem o papel de um profissional de Relações Públicas, o que costuma gerar desvios de finalidades no exercício da profissão, mas essa é uma discussão ampla, que requer uma investigação específica e igualmente ampla. Há também os casos em que, por mais que tenham formado-se em Relações Públicas, alguns egressos mudaram totalmente o foco da carreira.

Constatou-se que existem carências do curso de Relações Públicas da UFAM, e que, em alguns casos, os egressos buscam a formação continuada – principalmente os cursos rápidos de aperfeiçoamento – para suprir as lacunas deixadas por essa formação inicial. Para os egressos, tais carências estão centradas, principalmente em dois pontos: a) na questão curricular, haja vista que a mesma está cristalizada desde 1984 e não contempla diversas disciplinas que os currículos atuais já contemplam – como as relacionadas às mídias sociais, dentre outras; e b) na questão laboratorial e de equipamentos; já que os recursos nesse sentido são escassos. Sabe-se que esforços para resolver o problema da estrutura curricular obsoleta já estão sendo feitos por meio da Comissão de Competência para elaborar o Projeto Pedagógico do Curso de Relações Públicas. De acordo com a Portaria nº 29/2011 – ICHL, que instituiu a comissão, o prazo de entrega para o referido projeto esgotou-se em 15 de junho de 2011, contudo, de acordo com o coordenador do curso de Relações Públicas da UFAM, prof^o Henrique Wendhausen (2011), é objetivo da comissão concluí-lo o quanto antes e ofertá-lo no próximo ano. Wenshausen assinala que

[...] fazer um Projeto Pedagógico é uma atividade muito complexa. Já estamos em um estágio razoavelmente avançado, mas ainda há uma série de requisitos que precisamos atender, dentre eles, discutir o que foi feito com os alunos e os demais professores. Depois dessa discussão, o projeto terá de ser aprovado pelo Colegiado do Curso e, finalmente, será enviado para a avaliação e aprovação da Câmara de Ensino da Universidade (2011).



A questão da infra-estrutura e dos recursos laboratoriais insuficientes sem dúvidas contribui para que o processo de ensino-aprendizagem não seja explorado em sua totalidade no curso da UFAM. Em entrevista concedida para esta pesquisa, a profª Maria Emília Abbud falou da importância dos laboratórios na formação dos profissionais de Relações Públicas:

Realmente existe uma dicotomia entre teoria e prática, mas penso que seja algo completamente possível de se amenizar se a Universidade tiver laboratórios que possibilitem essa prática aos alunos, mesmo porque aqui esse estudante tem a possibilidade de participar de projetos de extensão, iniciação científica, de monitoria, do Programa de Tutoria [PET], e de tantas outras coisas que lhe proporcionariam esses conhecimentos necessários” (ABBUD, 2011).

Assim, é fato que mais atenção deve ser dada a esse aspecto, haja vista que a compreensão do “ser” e, principalmente, do “fazer” da profissão possui uma relação de grande dependência com a prática, já que formação teórica e formação técnica “são complementares e imprescindíveis à formação integral do profissional de comunicação” (PERUZZO, 2002).

6. Considerações finais

Quando se fala em formação continuada, aspectos como formação inicial e realidade profissional são incorporados à reboque. Assim, esta pesquisa, que teve como foco principal investigar as práticas de formação continuada dos egressos de Relações Públicas da UFAM – para averiguar a questão da realidade – também evocou a investigação das questões que envolvem o ensino de graduação na instituição.

Sabe-se que existe todo um desafio em atingir uma formação colada à realidade do mercado de trabalho, evitando o tecnicismo acadêmico, mas de forma que esta formação não conduza a uma ação robótica e tecnicista dos profissionais (PERUZZO, 2002). A formação inicial ideal, de acordo com Peruzzo, deve formar

[...] um profissional competente, com profundo conhecimento de teorias e técnicas, mas também preparado para a vida, que possa contribuir para a superação de relações anti-éticas não raramente instituídas no mercado, ao invés de simplesmente se adaptar a elas (2002).

Sabe-se, também, que são muitas as habilidades requeridas do profissional de Relações Públicas. Para que o perfil profissional requerido pelo mercado de trabalho



seja atingido, quatro anos de estudos nunca serão suficientes. Isso, de maneira alguma, anula o fato de que a Universidade e o conjunto de estruturas por ela proporcionadas exercem papel de fundamental importância na construção do perfil profissional de seus egressos. Tanto que as Diretrizes Nacionais para os Cursos de Comunicação Social (Parecer 492/2001 – CNE), bem como a proposta de Diretrizes Nacionais para os cursos de Relações Públicas indicam que as instituições estabeleçam os perfis desejados para seus egressos e forneçam as condições básicas necessárias para que estes sejam alcançados.

Nesse sentido, as buscas pela atualização devem existir continuamente. No caso específico da Ufam, o curso de Relações Públicas precisa ser modernizado e amparado por um Projeto Pedagógico de Curso inovador, bem como por uma infra-estrutura que permita o desenvolvimento das competências básicas requeridas pelo mercado de trabalho local. Por outro lado, há de se reconhecer a importância de que o profissional, enquanto discente e após formado, exerça papel ativo na obtenção e no desenvolvimento de seus conhecimentos. Tal atitude influenciará sobremaneira em seu desempenho no mercado de trabalho.

Por fim, vale reiterar que as discussões levantadas pelo tema desta pesquisa não se encerram ao final destas considerações. Diversas questões que ainda merecem ser investigadas foram identificadas ao longo destas linhas. Este foi, portanto, um recorte de uma realidade ampla, complexa e que precisa ser mais explorada e discutida.

Há de se reiterar, também, ao Departamento de Comunicação Social da UFAM, a urgência em se estabelecer um contato permanente entre instituição e seus egressos, conforme determina o MEC. Com isso, ganha a Universidade, que terá sempre um parâmetro para nortear seu planejamento de ensino de graduação e pós-graduação; e ganha o egresso, no sentido de que, além de contribuir com as gerações futuras de profissionais, poderá contar com a Universidade no que se refere ao oferecimento de cursos que lhe proporcionem a atualização de conhecimentos e a construção de novos paradigmas em Relações Públicas.

REFERÊNCIAS

ABBUD, Maria Emília. **O curso de Relações Públicas da UFAM**. Manaus, UFAM, abril de 2011. Entrevista concedida a Francielma da Costa Barbosa.

ANTENFELDER, Anna Helena. **Desafios e tendências em formação continuada**. Constr. Psicopedag. v.13 n.10, São Paulo, 2005. Disponível em: <<http://pepsic.bvsalud.org/>> Acesso em 23 de março de 2011.



BARBOSA, Walmir de Albuquerque. **O curso de Relações Públicas da UFAM.** Manaus, UFAM, abril de 2011. Entrevista concedida a Francielma da Costa Barbosa.

FORTES, Waldyr Gutierrez. **Relações públicas: processo, funções, tecnologia e estratégias.** 2.ed. São Paulo: Summus, 2003.

HADDAD, Sérgio. **A Educação Continuada e as políticas públicas no Brasil.** Revista de Educação de Jovens e Adultos v. 1, n. 0, ago. 2007, p. 1-113.

LESLEY, Philip. **Os Fundamentos de Relações Públicas e da Comunicação.** São Paulo: Pioneira, 1995.

MOURA, Cláudia Peixoto de. **O curso de comunicação social no Brasil: do currículo mínimo às novas diretrizes curriculares.** Porto Alegre: EDIPUCRS, 2002.

MELO, José Marques de. **Comunicação e Modernidade: o ensino e a pesquisa nas escolas de Comunicação.** São Paulo: Edições Loyola, 1991.

MIRANDA, Ângela Luzia. **Da natureza da tecnologia: uma análise filosófica sobre as dimensões ontológica, epistemológica e axiológica da tecnologia moderna.** 2002. 161f. Dissertação (Mestrado em Tecnologia) - Programa de Pós-graduação em Tecnologia, Centro Federal de Educação Tecnológica do Paraná, Curitiba, 2002.

MOURA, Cláudia Peixoto de. **O curso de comunicação social no Brasil: do currículo mínimo às novas diretrizes curriculares.** Porto Alegre: EDIPUCRS, 2002.

PERUZZO, Círcia M. Krohling. **Tópicos sobre o ensino de comunicação no Brasil.** Disponível em: < <http://www.ciciliaperuzzo.pro.br/artigos> > Acesso em maio de 2011.

PROPOSTA DE DIRETRIZES CURRICULARES NACIONAIS PARA OS CURSOS DE RELAÇÕES PÚBLICAS: RELATÓRIO DA COMISSÃO DE ESPECIALISTAS INSTITUÍDA PELO MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO (Portaria 595/2010, de 24 de maio de 2010)

SILVA, Patrícia Ferreira; CASTRO, Sandra da Silva. **Guia prático do aluno do curso de Comunicação Social da Universidade do Amazonas.** Manaus: UFAM, 1998.

WENDHAUSEN, Henrique. **O Curso de Relações Públicas da UFAM.** Manaus, UFAM, junho de 2011. Entrevista concedida a Francielma da Costa Barbosa.