A Contribuição da Academia para a Empregabilidade dos Relações Públicas[1]

Gustavo David Araújo FREIRE[2]
Josilene Ribeiro de OLIVEIRA[3]
André Luiz Dias de FRANÇA[4]
Felipe Franklin A. da COSTA, Karen Katharine de OLIVEIRA, Luanna Alexandre MAIA[5]
Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, PB

Resumo
Resultante do projeto de pesquisa "Atuação dos profissionais de relações públicas formados pela UFPB", este artigo tem por objetivo discutir a contribuição da formação acadêmica para a empregabilidade dos diplomados em Relações Públicas pela UFPB entre os anos 2000 e 2009. Para tanto, desenvolvemos uma pesquisa de natureza quantitativa (questionário) e qualitativa (grupo focal), de caráter descritivo-explicativa utilizando o método hipotético-dedutivo. Os resultados mostram um índice efetivo de 86,4% de empregabilidade, sendo que destes apenas 3,0% atuam como RP, denotando a existência de dissonâncias entre a academia e o mercado de trabalho, resultantes da inadequação da formação (currículo defasado) às características do mercado regional.

Palavras-Chave: Relações Públicas; Academia; Egressos; Empregabilidade; Formação.

INTRODUÇÃO

Não é de hoje que a demanda por mão de obra qualificada vem crescendo consideravelmente. Nesse sentido, é compreensível que "as transformações pelas quais a sociedade brasileira passou, especialmente, a partir da Revolução de 1930, abriram caminho para a valorização da educação, com possibilidade de maior qualificação profissional" (FRANTZ; SILVA, 2002, p. 47). Apesar do caminho aberto, muito ainda falta para que o sistema educacional brasileiro atinja um nível de qualidade que possa ser comparado com a educação de países desenvolvidos, como os EUA e a Alemanha, por exemplo.

De acordo com o Ministério da Educação (MEC), as Universidades têm como missão engendrar a indissociabilidade das atividades de ensino, de pesquisa e de extensão.

[1] Trabalho apresentado no GP RP e Comunicação Organizacional do XIII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.
[2] Mestrando do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Culturas Midiáticas da UFPB, E-mail: gustavofreire.rp@hotmail.com.
[3] Coordenadora do Projeto de Pesquisa "Mercado de trabalho e atuação dos profissionais de relações públicas formados pela UFPB"; Professora Assistente dos Cursos de Com. Social e de Relações Públicas da UFPB, E-mail: josilene@ccta.ufpb.br.
[4] Professor Voluntário dos Cursos de Com. Social e de Relações Públicas da UFPB, E-mail: andreluizjpb@gmail.com.
[5] Estagiários da pesquisa e estudantes do Curso de Comunicação Social, habilitação em Relações Públicas da UFPB; e-mails: respectivamente: feanacletorp@gmail.com, ka_katharine@hotmail.com, luannaamaia@gmail.com.

Tratam-se de "instituições pluridisciplinares de formação dos quadros profissionais de nível superior, de pesquisa, de extensão e de domínio e cultivo do saber humano [...]" (BRASIL, 2013, *online*). Além disso,

> as preocupações maiores de qualquer instituição de ensino superior, em especial quando públicas, devem ser a de bem qualificar seus estudantes e a de garantir bons resultados em termos de número de diplomados que libera a cada ano para o exercício profissional. (MEC, 1997, p. 18).

Assim, percebemos que a proposta é pensar a Universidade não como aquela que se organiza e se estrutura tão somente em prol de seus interesses, mas que visa estar em consonância e dialogar com as necessidades do mercado e da sociedade, sem ofertar o ensino meramente instrumentalizador ou andar a reboque do mercado de trabalho. Um posicionamento em que fatores endógenos e exógenos à IES devem ser confluentes para o bem comum de todos. Em suma, o papel da IES, sobretudo, é formar cidadãos autônomos e críticos com capacidade de atuar para o bem comum da sociedade e de contribuir com o mercado.

No caso da necessidade de redefinição da missão institucional, a plenitude desta só acontece quando a Universidade trabalha em função da sociedade e do mercado passando por um processo de renovação permanente, de maneira a oxigenar sua existência e função (CALDERÓN, 2004).

> O sistema de ensino superior do Brasil precisa avançar muito, no sentido de expansão, democratização e qualidade acadêmica. Afinal, trata-se de uma área de reconhecida importância para o desenvolvimento educacional, científico, tecnológico, econômico e social do País. (SOARES, 2012, p. 86).

Diante dos desafios e incertezas a serem enfrentados pela educação neste século XXI, a academia tem que se posicionar como um sistema aberto na perspectiva de reciprocidade com o meio ambiente, a sociedade em geral. Segundo Machado Neto (2008), se a academia não se reengendra, ela morre. Sendo este o risco que a escola tradicional corre, com as ementas das disciplinas copiadas a cada ano sem que se busque uma reflexão.

Levando em consideração o exposto acima, a pesquisa intitulada "Mercado de Trabalho e Atuação dos Profissionais de Relações Públicas Formados pela Universidade Federal da Paraíba" eleva a compreensão do papel da formação universitária, além de identificar a contribuição da formação acadêmica para a empregabilidade dos diplomados em Relações Públicas pela UFPB.

As informações da pesquisa podem contribuir significativamente, sobretudo, para uma reflexão holística acerca do cenário em que se encontram os egressos do curso e, por

conseguinte, para que a universidade, por meio de seu corpo docente, possa atuar com vistas a vencer o desafio de formar profissionais capacitados para atuar veemente no mercado, de acordo com a realidade deste.

Considerando o exposto, a pesquisa procurou responder os seguintes questionamentos: Como ocorre a inserção dos egressos no mercado de trabalho e em quais áreas eles atuam? O curso de relações públicas da UFPB tem formado profissionais aptos a atender as exigências do mercado? Qual a contribuição da formação em relações públicas para empregabilidade dos egressos na opinião dos diplomados pela UFPB?

Nossas hipóteses partiram do pressuposto que a empregabilidade está relacionada com dois momentos diferenciados da carreira de qualquer profissional: a) *acesso ao mercado de trabalho*, momento cuja qualidade da formação, que inclui nível de atualização sobre as tendências do mercado e experiência anterior adquirida em estágios e/ou práticas laboratoriais, dentre outros fatores, tem grande relevância; b**)** *manutenção do emprego*, em que contam como indicadores a competência na execução de tarefas, relacionamento interpessoal, além da disposição e investimento para continuar se qualificando. Por ora, os indicadores que compreendem a questão da manutenção do emprego não faz parte da discussão aqui retratada.

Hipóteses específicas relacionadas à defasagem do currículo[6] do curso de relações públicas da UFPB e as limitações do desenvolvimento da região Nordeste, foram levantadas. São elas: a) A maior parte dos egressos de relações públicas da UFPB estaria empregada, porém não exercendo funções inerentes a profissão de RP; b) A principal razão do baixo aproveitamento dos relações públicas no mercado é a inadequação entre a formação (currículo defasado) e as características do mercado regional, onde predominam as micro e pequenas empresas e o serviço público como maiores empregadores; c) A carreira acadêmica tem sido uma das alternativas adotadas por muitos egressos para manterem-se no mercado de trabalho.

Para compreender melhor tais hipóteses e as questões da Pesquisa, apresentaremos a seguir, resumidamente, a trajetória do curso de relações públicas na UFPB. Na sequência, os procedimentos metodológicos adotados e, por último, os principais resultados da investigação.

[6] O currículo do curso de relações públicas da UFPB passou mais de 30 anos sem alterações, tornando-se muito defasado em relação aos avanços no contexto empresarial e nos paradigmas da profissão.

1 O CURSO DE RELAÇÕES PÚBLICAS NA UFPB

Na Universidade Federal da Paraíba, o curso de Relações Públicas[7] iniciou suas atividades no ano de 1977, como uma das habilitações do Curso de Comunicação Social, que também oferecia a habilitação de jornalismo. Ambas na modalidade bacharelado eram ofertadas no turno da manhã. O reconhecimento do curso ocorreu através da portaria nº 68 de 15/01/1980, quando se formaram os primeiros egressos.

A turma pioneira em relações públicas teve quatro concluintes e este número perdurou como sendo a média por período durante toda a década de 1980, na qual se diplomaram 79 alunos. O baixo número de egressos no decênio, segundo o coordenador do curso à época[8], se deve ao fato do ingresso na graduação ocorrer através de vestibular para o Curso de Comunicação Social, sem distinção de candidatos por habilitação. Assim, a escolha por jornalismo ou relações públicas era feita depois de alguns semestres já cursados, sendo que a maioria dos discentes optava pela habilitação em jornalismo, supostamente por ser uma profissão mais promissora e reconhecida socialmente.

No início da década de 1990 houve duas mudanças de grande impacto na trajetória da habilitação de relações públicas da UFPB: a) os candidatos ao vestibular para o Curso de Comunicação Social foram obrigados a fazer a escolha da habilitação antes de ingressarem na universidade; b) a habilitação de relações públicas passou a ser ofertada em período noturno, tão somente.

Essa reestruturação representou uma ameaça de fechamento da habilitação face ao risco do baixo número de candidatos inscritos no vestibular. No entanto, a mudança resultou numa maior procura e, por conseguinte, na abertura de mais vagas. Fato este que elevou o número de egressos nos semestres seguintes. Assim, entre os períodos de 1990.1 e 1999.2 quase que dobrou o número de diplomados, comparando-se aos números da década passada, chegando ao total de 140 egressos de relações públicas.

A primeira década do século XXI, o que compreende o período entre 2000.1 e 2009.2, a habilitação de relações públicas passou a ter uma procura ainda maior no vestibular e se constituiu na maior parcela de alunos do curso de Comunicação Social da UFPB – composto também pelas habilitações de jornalismo e radialismo.

[7] O Curso de Comunicação Social foi aprovado em 24/03/1977, pela resolução nº 24 do Conselho Universitário (CONSUNI).
[8] Informação fornecida por José David Fernandes, professor doutor do Departamento de Comunicação Social e coordenador do curso de 1991 a 1993.

Consequentemente, nesta década formou-se o maior número de relações públicas da história da UFPB, com uma média de 18,95 alunos por semestre, totalizando 379 profissionais diplomados no decênio[9].

Recentemente, a habilitação de Relações Públicas da UFPB sofreu uma nova reestruturação, gestada entre os anos 2009 e 2011, que contempla dois aspectos: a) a transformação de habilitação em curso, seguindo as Novas[10] Diretrizes Curriculares Nacionais para os Cursos de Comunicação, nascendo assim o Curso de Bacharelado em Relações Públicas, cuja primeira turma ingressou em 2012.1; b) a implantação do novo projeto político pedagógico com uma nova estrutura curricular, conforme o previsto nas Diretrizes aprovadas em 2001, que permitiu a atualização das disciplinas e conteúdos com vistas a atender as demandas do mercado e acompanhar as mudanças deste século.

A reestruturação compreende um verdadeiro esforço da academia e de seus docentes para acompanhar e responder às novas exigências, além de ser entendida como uma reação tardia a sentença determinística (ou apocalíptica) da extinção dos cursos de relações públicas no Nordeste.

2 METODOLOGIA

A pesquisa, em sua primeira etapa, abrangeu uma amostragem probabilística, adotando uma margem de erro de 7%, em que coletamos 132 questionários eletrônicos válidos de um universo composto por 379 egressos que se formaram em relações públicas pela UFPB, entre os anos de 2000 e 2009.

O questionário estruturado com conteúdo não-disfarçado, contendo 31 questões de múltipla escolha, dicotômica e/ou com gradação de opinião, foi aplicado entre outubro e dezembro de 2012, via internet, sendo enviado principalmente através de convite direto ao egresso (via e-mail pessoal), com *link* que o direcionava ao *Google Drive*[11], onde as respostas ficaram registradas.

[9] Em 2012, as coordenadoras da Pesquisa em questão - profas. Josilene Ribeiro e Jamile Paiva, com base em apontamentos preliminares, apresentaram o trabalho "Relações Públicas no Nordeste: proposta de estudo da atuação e empregabilidade dos profissionais formados pela UFPB", no Intercom da Região Nordeste 2012, no qual citaram o total de 407 diplomados em RR.PP nesse mesmo período. Tais dados foram revisados junto aos órgãos oficiais da UFPB, no decorrer da pesquisa, e chegou-se ao total preciso de 379 diplomados entre os semestres 2000.1 e 2009.2.

[10] Em 2002 entrou em vigor as Diretrizes Curriculares Nacionais para os cursos de Comunicação Social e de suas habilitações, aprovadas em 03 de abril de 2001, com parecer CNE/CES 492/2001, do Conselho Nacional de Educação, e homologadas em 04 de julho de 2001.

[11] *O Google Drive*, anteriormente chamado de google docs, *é* um pacote de aplicativos que funciona *online*, isto é nas nuvens.

Uma dificuldade superada pela pesquisa foi encontrar e manter contato com os egressos, para que se aplicassem os questionários, pois, findo o período da graduação, ocorre um distanciamento dos diplomados em relação à Universidade/Faculdade, um processo comum, haja vista que apenas uma minoria dá continuidade a sua formação, isto é, ingressa em Programas de Pós-Graduação e/ou construindo carreira acadêmica. Além disso, era previsível que os dados (endereço, telefones e e-mails) referentes ao egresso de posse da Coordenação do Curso estivessem desatualizados devido ao tempo decorrido entre o ingresso na universidade, colação de grau e o momento da Pesquisa.

Para tanto, desenvolvemos um plano de comunicação integrada voltado para as mídias digitais interativas, de fácil acesso e baixo custo, cujo objetivo foi conquistar a adesão dos diplomados para que respondessem à Pesquisa, além de sensibilizar alunos e professores do curso de Comunicação Social para que colaborassem como multiplicadores do conteúdo produzido. As ações e atividades aconteceram no mesmo período em que o questionário *online* ficou à disposição dos respondentes.

Na segunda etapa trabalhamos com uma amostragem não probabilística na realização de um grupo focal, cujo eixo central da discussão foi identidade e representações sociais da profissão. O mesmo aconteceu nas dependências da UFPB no dia 21 de março de 2013, com 7 indivíduos, previamente selecionados segundo critérios de julgamento estabelecidos pelos pesquisadores, com duração de uma hora e meia.

Deste modo, desenvolvemos uma pesquisa de natureza quantitativa e qualitativa, de caráter descritivo-explicativa - segundo Gil (2002, p. 46), “as pesquisas descritivas têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis”, - utilizando o método hipotético-dedutivo, que segundo Marconi e Lakatos (2005, p. 106), “se inicia pela percepção de uma lacuna nos conhecimentos acerca da qual formula hipóteses e, pelo processo de inferência dedutiva, testa a predição da ocorrência de fenômenos abrangidos pela hipótese”.

3 PERCEPÇÕES DOS DIPLOMADOS ACERCA DA CONTRIBUIÇÃO DO CURSO PARA A EMPREGABILIDADE

Convém começarmos apresentando quem são os sujeitos pesquisados, para depois falar de suas percepções acerca da empregabilidade. Vejamos o perfil socioeconômico e demográfico dos respondentes da Pesquisa:

- *Sexo* - 78% dos respondentes são mulheres e 22% homens;
- *Faixa etária* - 41,7% dos respondentes disseram ter entre 30 e 34 anos de idade, 33,3% possuem entre 25 e 29 anos, 21,2% dizem estar na faixa entre 35 e 40 anos e o restante dos diplomados (3,8%) possui mais de 41 anos de idade;
- *Estado civil* - 49,2% são solteiros, 38,6% casados e o restante (11,4%) mantém união estável, estão separados ou viúvos;
- *Lugar de residência* - 79,5% dizem residir em João Pessoa/PB, 12,1% em outras cidades da região nordeste, 3,8% na região sul ou sudeste e outros 3,8% nas demais regiões do país;
- *Renda mensal* - 6,8% dos respondentes dizem não possuir renda no momento, 24,2% afirmam receber de 1 a 2 salários mínimos, 49,2% recebem de 3 a 6 salários, 15,2% ganham de 7 a 10 salários e o restante (4,6%) recebe acima de 11 salários.

A Universidade/Faculdade possibilita ou deveria possibilitar um espaço de fomentação da vivência prática importante para a formação do profissional, a exemplo da extensão universitária e de estágios curriculares obrigatórios, que permitem estabelecer contatos e construir um *networking* profissional de maneira a agregar experiência e galgar um caminho em busca de uma boa colocação profissional.

Neste sentido, a vivência em atividades acadêmicas durante a graduação proporciona o desenvolvimento de habilidades, conhecimento e competências essenciais para a formação de um profissional que atenda as exigências do mercado. E no caso daquele que busca seguir carreira acadêmica, tal experiência o aproxima dos afazeres de um pesquisador e da docência. Logo, as atividades acadêmicas visam, sobretudo, estimular práticas que permitam o graduado ter uma formação sólida, em que teoria e prática caminhem lado a lado.

Por isso, antes de apresentar e discutir as questões pertinentes ao objetivo do estudo faz-se necessário discorrer sobre as atividades das quais os egressos participaram durante a graduação, afinal elas podem ter contribuído para a empregabilidade do profissional. Assim, constatamos que 78% dos egressos participaram da Organização de Eventos, 75,8% participaram de Congressos/Encontros acadêmicos, 11,4% atuaram em Projetos de Pesquisa, 9,1% participaram de Projetos de Extensão e apenas 0,8% dos respondentes, especificamente 1 diplomado, participou de Projeto de Monitoria. Dentre todos os respondentes, 5,3% não participaram de nenhuma atividade acadêmica durante a graduação.

Esclarecemos que, como a participação de alguns egressos ocorreu em mais de uma atividade a soma dos resultados ultrapassa os 100%.

3.1 INSERÇÃO NO MERCADO DE TRABALHO

O mercado de trabalho que evolui a um ritmo intenso requer cada vez mais qualificação dos profissionais. Quando finda a graduação é chegada a hora de enfrentar o competitivo mercado em que tantos outros profissionais estão a buscar a melhor oportunidade e o emprego dos sonhos. Para alguns, uma tarefa que se inicia ainda na graduação quando se objetiva estagiar. No caso do egresso, quanto mais cedo conseguir um espaço no mercado melhor, pois se afasta da incerteza acerca da inserção no mercado.

Nesse sentido, a maioria dos egressos (56,8%) já trabalhava e permaneceu na mesma empresa/trabalho. Dos que ingressaram no mercado de trabalho após a conclusão do curso, 32,6% dos diplomados se inseriram no primeiro ano, 6,8% no segundo ano e 3,8% demoraram mais de dois anos.

Sobre a forma de inserção no mercado de trabalho, os dados revelam que 32,6% dos relações públicas se inseriram a partir do modo tradicional – o envio de currículo, sem o intermédio de terceiros. Este é o "cartão de visitas" do profissional e a principal via de se estabelecer o primeiro contato junto às organizações, por vezes, constituindo-se na primeira etapa dos processos de recrutamento. A contratação por indicação de amigos e conhecidos aparece em segundo lugar, com 24,2%. Um dado relativamente moderado quando levado em consideração estudos do Dieese sobre o assunto:

> Segundo estudo do Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos (Dieese), quase 60% das pessoas empregadas na iniciativa privada obtiveram a vaga após indicação de parentes, amigos e conhecidos que já trabalhavam no lugar. [...] O sistema de indicações é considerado particularmente eficaz no recrutamento para técnicos e especialistas, já que o círculo de amizades do funcionário costuma concentrar pessoas de mesma formação. (VIEIRA, 2012, *online).*

Ao contrário do que se pode pensar, a prática de indicação além de ser bastante comum é inclusive estimulada por muitas organizações, bonificando a quem aponta bons profissionais. "Os bônus cumprem o papel de instigar os colaboradores a serem seletivos nas recomendações, afinal o prêmio será concedido ao autor da melhor indicação" (VIEIRA, 2012, *online*). Esta também se dá em decorrência das relações interpessoais e de proximidade entre os sujeitos e muitas vezes não parte de uma postura de estímulo da organização.

Outra forma de inserção no mercado de trabalho bastante significativa é por meio do estágio e que 22% dos egressos disseram ter sido esta a forma de seu ingresso. Um dado que demonstra a importância do estágio como um canal de inserção profissional, além de instaurar o processo transitório de preparação do sujeito da educação superior para o trabalho.

Já o percentual de egressos que se tornaram empreendedores e que trabalham como autônomos/*freelancer* foi de 6,1% e 2,3%, respectivamente, apontando que diante das dificuldades de ingresso no mercado local, a abertura do próprio negócio e o trabalho por conta própria se constituem como alternativas relevantes para a inserção no mercado. Atrelado a isso, deve-se destacar o favorável momento econômico que o país vem passando nos últimos anos e a popularização do empreendedorismo a partir, sobretudo, do estímulo das políticas governamentais que regem o setor privado no que compreende as micro e pequenas empresas e mais recentemente com a regulamentação da nova figura do Microempreendedor Individual (MEI), que estabelece alíquota diferenciada no custeio da Previdência Social[12].

Em se tratando de trabalhar em empresa pertencente à família, apenas 2,3% dos respondentes assim afirmaram.

No que se refere o ingresso mediante concurso público, 9,8% dos diplomados assim afirmaram ter se inserido, especificamente 13 respondentes. Destes, apenas 2 egressos atuam como relações públicas e outros 3 em áreas correlatas da comunicação. Salientamos que a abertura de vagas no serviço público para ingresso via concurso para os profissionais de comunicação e principalmente para a área de Relações Públicas é escassa, fator este que contribui para o baixo índice de profissionais que ingressaram na carreira pública.

Em suma, todos os respondentes ingressaram no mercado de trabalho por alguma das formas elencadas, exceto a partir do processo de seleção para *trainee*, em que nenhum egresso diz ter se inserido no mercado através de tal. O processo de seleção para os programas de *trainees* de grandes empresas, em geral, é rigoroso e bastante criterioso. No cenário de parte do Nordeste não há um elevado número de grandes empresas e das que se encontram instaladas em tal região, boa parte delas concentram suas operações administrativas na região Sul/Sudeste. Cenário este que se traduz nas poucas vagas abertas para comunicação no cenário nordestino, conforme vemos na fala abaixo:

> [...] Então, a realidade do nosso Estado não é bom, mas lá fora é, neh?.
> (URANO, Grupo Focal: J. Pessoa, 21 de março de 2013).

[12] Plano de Custeio da Previdência Social - Lei nº 12.470, de 31 de agosto de 2011. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/l12470.htm>. Acesso em: 11 jul. 2013.

3.2 CONTRIBUIÇÃO DAS ATIVIDADES ACADÊMICAS PARA A INSERÇÃO DO EGRESSO NO MERCADO

Compreendemos como atividades acadêmicas os projetos desenvolvidos sob coordenação e orientação de um docente, dentro de programas institucionais aprovadas pelo departamento/Universidade de apoio à formação, tais como monitoria, pesquisa e extensão[13]. Os programas agregam experiências práticas à formação dos graduandos, ao aproximar a teoria da prática e ao promover o aprendizado de competências essenciais para a produção do conhecimento. Assim, intentamos nesta seção verificar as contribuições das atividades acadêmicas para a inserção do egresso no mercado de trabalho.

Até o ano de 2005 existiam poucos projetos na habilitação de Relações Públicas, visto que, em função do processo de qualificação docente da UFPB, muitos professores do quadro permanente estavam afastados para cursar o doutorado e a maioria daqueles que estavam ministrando aulas eram professores substitutos[14], dedicados exclusivamente à sala de aula, devido a grande quantidade de disciplinas específicas da área descobertas. Com o retorno dos docentes afastados para qualificação e com a realização de concursos públicos para o ingresso de novos docentes, a área de relações públicas ganhou reforço, surgindo os primeiros projetos acadêmicos de extensão, pesquisa e monitoria, acarretando assim, no aumento da produção acadêmica e no envolvimento de alunos da graduação nos respectivos projetos e eventos[15] promovidos pelo Laboratório de Relações Públicas (LARP).

Expresso esse contexto, é possível compreender por que para a maioria dos egressos a participação em atividades acadêmicas durante a graduação de Relações Públicas contribuiu parcialmente (25%) para a sua inserção no mercado de trabalho. Constata-se também que um percentual elevado de respondentes afirmou que a participação em tais atividades contribuiu pouco (21,2%), o que pode ser explicado pelo fato de que as atividades não aconteceram na mesma intensidade e quantidade durante a década em questão.

---

[13] No caso da extensão, além do docente, também coordenar projetos o servidor técnico administrativo.

[14] Professor substituto é aquele contratado temporariamente para suprir a falta de professor efetivo em razão de: vacância do cargo; afastamento ou licença, na forma do regulamento; ou nomeação para ocupar cargo de direção de reitor, vice-reitor, pró-reitor e diretor de campus (Art. 2º, § 1º, incisos I, II e III - Lei nº 8.745, com redação dada pela Lei nº 12.425, de 17 de junho de 2011). Disponível em:< http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2011/Lei/L12425.htm>.

[15] Eventos de maior destaque até 2006: A Semana de Relações Públicas, o Encontro Comemorativo de Relações Públicas (ECORP), o São João com Fartura e o Natal com Brinquedos.

No entanto, mesmo com a restrita oferta de atividades acadêmicas à época em que boa parte dos diplomados estudou, constatamos que a participação nessas atividades contribuiu muito ou contribuiu integralmente para que, respectivamente, 18,9% e 6,8% dos diplomados pesquisados se inserissem no mercado de trabalho. Já 22,7% dos diplomados foram enfáticos ao dizer que as atividades acadêmicas não contribuíram para a sua inserção no mercado. Vale salientar que, do total de respondentes, 5,3% não participaram de nenhuma atividade acadêmica.

Ao compararmos os dados dos egressos que terminaram o curso entre 2000 e 2004 e de 2005 a 2009, tendo em vista que as atividades acadêmicas aconteceram mais intensificamente neste segundo recorte, percebemos que praticamente não houve grande discrepância entre a opinião dos respondentes dos dois períodos. A ressalva recai sobre a variável "contribuiu parcialmente" que passou de 10,5%, no primeiro período, para 26,9%, no segundo. Um aumento expressivo de 16,4%. Já a variável "contribuiu integralmente (foi decisivo)" teve uma diminuição de 8,5%, passando de 12,8% para 4,3%. Assim, compreendemos que para os egressos que concluíram entre 2000 e 2004, as atividades acadêmicas da época estavam mais próximas do que o mercado necessitava. Entre os que concluíram o curso no recorte de 2005 a 2009, as atividades acadêmicas colaboraram parcialmente. Muito provavelmente tal resultado tenha sido em decorrência do não acompanhamento do currículo do Curso frente às mudanças no cenário mercadológico, principalmente no que se refere às emergentes tecnologias da informação e comunicação à época.

Quando questionados se as atividades acadêmicas influenciaram na formação profissional, apenas 0,8% (1 respondente) dos graduados afirmou não ter influenciado. Em contrapartida, 93,9% dos egressos dizem ter influenciado em alguma medida, conforme observamos a seguir: 37,1% deles afirmaram que as atividades influenciaram muito, 31,8% dizem ter influenciado parcialmente, 9,1% relatam ter influenciado totalmente e 15,9% afirmam ter influenciado pouco.

Percebemos que a experiência e o conhecimento adquiridos a partir da participação em projetos e em atividades acadêmicas extracurriculares são essenciais na formação profissional do sujeito. Isso porque a relação teoria-prática coloca em discussão o que verdadeiramente é factível a depender da realidade em questão e impulsiona o sujeito a tirar suas próprias conclusões, apreendendo o conhecimento resultante do processo.

Quando comparado a opinião dos egressos que concluíram o curso entre 2000 e 2004 e a dos que terminaram de 2005 a 2009, percebemos que não houve grandes discrepâncias, pois apenas duas variáveis apresentam alterações significativas:

- A primeira se refere ao fato das atividades acadêmicas terem influenciado pouco na formação profissional, em que notoriamente houve uma redução de 10,2% na opinião dos egressos entre os períodos, passando de 23,1% para 12,9%;
- A outra variável se refere ao fato das atividades terem influenciado muito na formação profissional. Nesse sentido, houve um aumento de 9% na opinião do primeiro para o segundo período, passando de 30,8% para 39,8%.

No que concerne à contribuição do curso de Relações Públicas para o exercício das funções no atual trabalho ou no último, para os que não estão em atividade no momento, é notável o reconhecimento de tamanha colaboração. Para tanto, 74,2% dos respondentes afirmaram que o curso contribui(u) em determinado nível para o desenvolvimento das funções no trabalho, assim distribuídos: 28,8% afirmam que contribui(u) parcialmente, 34,8% assinalam que contribui(u) muito e 10,6% apontam que contribui(u) totalmente. Apenas 6,1% dos diplomados responderam não ter contribuído e 19,7% disseram que contribui(u) pouco.

Sabemos que o desenvolvimento das atividades do profissional de relações públicas é norteado pelas premissas básicas da pesquisa, planejamento, execução, avaliação e controle. Conhecimento este que pode ser aplicado em muitas outras atividades que transcendem o campo da comunicação e da administração. Assim, explica-se tamanho reconhecimento por parte dos egressos na contribuição do curso para o desenvolvimento das funções no trabalho, independente de se estar atuando em áreas correlatas à comunicação ou não.

Questionados acerca do aspecto determinante para o exercício do atual ou último trabalho, os conhecimentos adquiridos nas disciplinas práticas do curso foram apontados como determinantes por 13,6% dos egressos para o exercício da função em seu respectivo trabalho. A fala de Júpiter retrata bem o conhecimento trabalhado nas disciplinas de ordem prática:

> [...] o que deixou a desejar na época foi a própria grade curricular, eu senti falta de alguns estudos em laboratório. Digamos, assim, mais focadas pro mercado. Então essa foi a minha falta, mas em relação a estrutura, ao conteúdo, a forma como ele foi ministrado dentro da sala, teoricamente, eu achei muito boa, nos meus anos. (JÚPITER, Grupo Focal: J. Pessoa, 21 de março de 2013).

Além disso, 3,8% dos respondentes que mencionaram o conhecimento adquirido em projetos acadêmicos (pesquisa, monitoria, extensão e eventos) e 3% que apontaram o aprendizado gerado a partir da produção do trabalho de conclusão de curso (TCC). Vale

ressaltar que os percentuais acima se referem basicamente a profissionais que exercem/exerciam funções de gerente, gestor, professor ou relações públicas. A fala de Netuno revela os problemas enfrentados na graduação e o reflexo disso:

> [...] nossa turma foi muito prejudicada por falta de professor, infraestrutura, [...] a aula de fotografia era no quadro, nós conseguimos pagar a disciplina de eventos sem fazer nenhum evento, [...] sentimos falta desse contato com o mercado, [...] não me senti preparada [para o mercado]. (NETUNO, Grupo Focal: J. Pessoa, 21 de março de 2013).

É especulável que tal conhecimento tenha colaborado diretamente para que as primeiras experiências profissionais no campo tenham sido geradas e estas, por sua vez, terem funcionado como engrenagens para outras. Afinal, é bastante comum as empresas exigirem dos candidatos à vaga, estarem em períodos avançados (normalmente a partir do quarto período) no caso de estágio, pois já começaram a ter contato com a prática oferecida pelos laboratórios.

A indicação via rede de contatos (*networking*) aparece com 9,1%, o que nos revela que sentimentos como amizade, gratidão e confiança são significativos no momento da contratação.

O aprendizado obtido em outra graduação foi apontado por 4,5% dos diplomados, ou seja, 6 diplomados, dos quais 2 são professores/pesquisadores, 1 atua como assistente administrativo, 1 é gestor/empresário e 2 exercem outras funções. A aquisição de conhecimentos em cursos técnicos fora da UFPB foi referida por 3,8% dos egressos, evidenciando uma baixa procura por capacitação complementar à formação acadêmica. Em contrapartida, 12,1% dos respondentes afirmaram que os treinamentos oferecidos pela empresa foram decisivos, ressaltando a importância da capacitação técnica e especializada, segundo os interesses das organizações, para o exercício de suas atribuições profissionais.

Constatamos que os conhecimentos adquiridos em experiências profissionais anteriores (44,7%) e o conhecimento obtido em estágios (5,3%) somados chegam à margem de 50% da amostra que indicaram a proeminência das experiências profissionais anteriores para o desenvolvimento da função em questão. Isso demonstra uma forte tendência na continuidade da atuação em determinada área tendo em vista que as experiências anteriores se fazem essenciais para a execução da função atual.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da Pesquisa Mercado de Trabalho e Atuação dos Profissionais de Relações Públicas Formados pela UFPB, podemos concluir que a Universidade tem contribuído

diretamente e positivamente para empregabilidade de seus egressos, tanto em relação às formas de inserção no mercado, proporcionando estágios curriculares, experiências práticas em disciplinas e Trabalhos de Conclusão de Curso, como no que se refere à aquisição e ao desenvolvimento de competências para o exercício profissional.

Um indicador explícito é o índice de 86,4% de empregados contra apenas 1,5% de desempregados, considerando que os demais estão investindo na educação continuada, para obter uma carreira mais estável. Além da contribuição do Curso para a empregabilidade é verificável também a contribuição na formação pessoal do sujeito, conforme explicita Netuno:

> [...] eu devo muito ao Curso de Relações Públicas porque ele contribuiu para minha formação pessoal. Hoje eu [...] sou uma pessoa muito mais visionária do que eu fui antes [...]. (NETUNO, Grupo Focal: J. Pessoa, 21 de março de 2013).

Acerca da contribuição específica da formação para o exercício do cargo atual e da profissão de relações públicas os índices foram baixos, pois apenas 3,0% exercem a função de RP, o que indica que há dissonâncias entre a academia e o mercado de trabalho. Dessa maneira, confirmamos a hipótese de que a maior parte dos egressos de relações públicas da UFPB está empregada, porém não exercendo funções inerentes a profissão de RP. A discrepância entre a academia e o mercado pode ser observada na fala de Vênus:

> Durante a graduação eu já estava no mercado. Então, tinha muito isso... Eu fazia o choque de realidades o tempo todo e inclusive em alguns momentos eu até fui de encontro a algumas coisas que os professores falavam, porque o que eles diziam [...] na realidade não se aplica. [...] Então, [...] no campo teórico você sai realmente preparado, mas uma preparação efetiva para o mercado eu não senti na minha época. (VÊNUS, Grupo Focal: J. Pessoa, 21 de março de 2013).

A defasagem da estrutura curricular do curso de relações públicas da UFPB, relativo à época em que estudaram os pesquisados, bem como a realidade local, que se sustenta basicamente em micro e pequenas empresas de serviços ou comércio e instituições públicas, restringem as possibilidades de aplicação dos conhecimentos adquiridos no curso, haja vista que a maioria (30%) dos RPs está empregado no setor de serviços privados, 22% no comércio, 21% no serviço público, 13% na educação (pública ou privada) e apenas 8% na indústria.

> Por incrível que pareça a minha pós preparou muito mais para a realidade atual do que quando eu fiz relações públicas [...]. (MARTE, Grupo Focal: J. Pessoa, 21 de março de 2013).

E assim confirmamos também que a principal razão do baixo aproveitamento dos relações públicas no mercado é a inadequação entre a formação (currículo defasado) e as

características do mercado regional, e; que a carreira acadêmica tem sido uma das alternativas adotadas por muitos egressos para manterem-se no mercado de trabalho.

REFERÊNCIAS

BRASIL, Ministério da Educação. **Qual é a diferença entre faculdades, centros universitários e universidades?** Ministério da Educação. Brasília: *online*, 2013. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br>. Acesso em: 7 fev. 2013.

CALDERÓN, Adolfo Ignacio. Repensando o Papel da Universidade. In: **RAE – Revista de Administração de Empresas**, Brasil, vol. 44, n. 2, p. 104-108, abril – jun. 2004. Disponível em: <https://docs.google.com/viewer?url=http://www.redalyc.org/pdf/1551/155117776009.pdf&chrome=true>. Acesso em: 03 jul. 2013.

FRANTZ, Walter; SILVA, Enio Waldir da; **As funções sociais da universidade:** O papel da extensão e a questão das comunitárias. Ijuí: Unijuí, 2002; FUNDAÇÃO LEMANN. (s/d) **Alunos do Norte e NE têm 4 anos de atraso em relação aos do Sul e Sudeste.** Disponível em: <http://www.fundacaolemann.org.br/uploads/clippings/3719027.pdf>. Acesso em: 24 jun. 2013.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 6ª edição. São Paulo: Atlas, 2005.

MACHADO NETO, Manoel Marcondes. **Relações Públicas e Marketing:** convergência entre comunicação e administração. Rio de Janeiro: Conceito Editorial, 2008.

MEC-MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. **Diplomação, Retenção e Evasão nos Cursos de Graduação em Instituições de Ensino Superior Públicas**. MEC/SECRETARIA DE EDUCAÇÃO SUPERIOR: Brasília, 1997. Disponível em: <www.udesc.br/arquivos/id_submenu/102/diplomacao.pdf>. Acesso em: ago. 2012.

SOARES, Rômulo Polari. **A Paraíba que podemos ser:** da crítica à ação contra o atraso. João Pessoa: Editora da UFPB, 2012.

UFPB. **PPI – Projeto Pedagógico.** UFPB. João Pessoa: *online*, ago. 2005. Disponível em: <http://www.ufpb.br/prg/content/pdi-projeto-pedagogico-institucional>. Acesso em: 05 jul. 2013.

VIEIRA, Vanessa. **Empregos.** Revista Você S/A. [S.l.]: *online*, março de 2012. Disponível em: <http://exame.abril.com.br/revista-voce-sa/edicoes/165/noticias/a-vaga-e-sua>. Acesso em: 10 jun. 2013.