

## Perspectivas para Relações Públicas: do ensino ao mercado<sup>1</sup>

QUADROS, Claudia<sup>2</sup>  
Universidade Federal do Paraná

### Resumo:

Este artigo destaca os desafios da profissão de Relações Públicas ante a convergência tecnológica. Reflete ainda sobre as transformações provocadas pelas tecnologias nas empresas e sobre o ensino da comunicação na contemporaneidade. Nesta primeira etapa da pesquisa, são observadas as matrizes curriculares de dois cursos de Relações Públicas (UFPR e PUCPR) e as ofertas de serviços de duas agências de comunicação de Curitiba (Lide Multimídia e NQM Comunicação). Pretende-se assim pontuar exigências de mercado e de ensino com as mudanças provocadas pela convergência e destacadas por pesquisadores do campo.

**Palavras-chave:** comunicação; relações públicas; convergência; ensino; mercado.

### 1. Introdução

A convergência entre o setor produtivo e a academia tem sido promovida em diversos países, tanto que pesquisadores da área têm sido consultores de empresas de comunicação. Alguns autores, como Quinn (2005), Quinn e Lamble (2008) Salaverría e Negrodo (2008), Saad (2007), trazem em suas obras como a convergência tecnológica têm transformado o saber e o fazer em vários países: Estados Unidos, Espanha, Brasil, Inglaterra, Austrália e outros. A convergência entre o setor produtivo e o acadêmico, no entanto, é pouco explorada quando se trata de estudar as transformações no campo das Relações Públicas a partir dessa integração.

Em estudos anteriores sobre convergência (QUADROS, QUADROS E MASIP, 2010) apontamos que essa integração de meios é lenta, exige treinamento e depende da cultura organizacional de cada empresa. A diversidade de modelos de convergência estudados no projeto de pesquisa “Jornalismo na Internet: um estudo comparado dos cibermeios Brasil/Espanha” (2008-2012), que teve apoio da CAPES/DGU, também possibilitou conhecer diferentes formas de relacionamento entre o setor acadêmico e o

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Relações Públicas e Comunicação Organizacional. XIV Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Claudia Irene de Quadros tem pós-doutorado em Comunicação Digital pela Universidade Pompeu Fabra, Barcelona, Espanha. Concluiu o doutorado em Comunicação pela Universidade de La Laguna, Espanha. É jornalista e relações públicas pela UFPR. Faz parte do corpo docente do PPGCOM-UFPR. Na graduação, ministra aulas para o curso de Relações Públicas e coordena a Prática, agência experimental de RP. E-mail clauquadros@gmail.com.

produtivo. Por outro lado, o projeto de pesquisa “O ensino do jornalismo ante a convergência tecnológica” (2009-2013), desenvolvido com apoio financeiro do governo brasileiro por meio do Procad/Capes, apontou que muitas instituições de ensino no Brasil não conseguem se adequar às transformações da sociedade contemporânea. Enquanto o público observa e participa das rápidas mudanças que ocorrem em meios de comunicação emergentes de referência, as matrizes curriculares dos cursos, normalmente engessadas, não conseguem atender a demanda do pesquisador, do operacional e do público. E o “crescimento das práticas de relações públicas exige profissionais com novas competências – sob os pontos de vista técnico, estético e ético”. (KUNSCH e outros, 2010, p. 2)

Este artigo faz parte da pesquisa “A comunicação organizacional na Era da Convergência Tecnológica: do ensino ao mercado”, que está em fase inicial. A proposta do projeto é estudar este cenário em contexto local, regional e nacional. Neste artigo, são observadas as matrizes curriculares de dois cursos de Relações Públicas (UFPR e PUCPR) e as ofertas de serviços de duas agências de comunicação de Curitiba (Lide Multimídia e Literal Link). Pretendemos, assim, apontar exigências de mercado e de ensino com as mudanças provocadas pela convergência e destacadas por pesquisadores do campo da Comunicação.

Há muito tempo profissionais com formação distintas trabalham de forma integrada na comunicação (KUNSCH, 2009), mas qual é o lugar do profissional de relações públicas na era da convergência tecnológica? Para a compreensão de novos paradigmas no campo da profissão, há necessidade de estudar as mudanças observadas pela ciência e pelo mercado. A tensão entre mercado e academia não seria uma forma de promover a qualidade do ensino e dos meios de comunicação institucionais? E as instituições de ensino estão preparadas para formar profissionais que atuam nesta era de convergência tecnológica? Essas são algumas das questões que permeiam este artigo.

## **2. Mudanças no ensino de Relações Públicas: contexto nacional e local**

Observamos, num primeiro momento, as matrizes curriculares dos dois cursos mais antigos de Relações Públicas ofertados em Curitiba e reconhecidos pelo Ministério de Educação: UFPR e PUCPR. Por possuir o curso mais recente, a Faculdades Integradas do Brasil (UNIBRASIL), que oferece a habilitação em Relações Públicas desde 2002 e com renovação de reconhecimento aprovada em 2011, ficou fora desta mostra. Na última década, três cursos de Comunicação Social com habilitação em Relações Públicas fecharam na capital do Paraná por problemas financeiros institucionais ou pela baixa procura de

alunos. Por outro lado, surgiram cursos de formação de tecnólogos, Comunicação Empresarial e Comunicação Institucional, ambos oferecidos por duas instituições públicas: UTFPR e UFPR (Setor de Educação Profissional e Tecnológica). A UTFPR também criou um curso de bacharelado em Comunicação Organizacional, que começou a funcionar em 2014 de acordo com o site da própria universidade. O curso também consta no site E-MEC<sup>3</sup>.

Além da convergência tecnológica, que exige mudanças de ensino e de mercado, os cursos de Relações Públicas precisam seguir agora as Diretrizes Curriculares Nacionais (DCNs), homologadas pelo Ministério da Educação em setembro de 2013. A partir de outubro de 2015, Relações Públicas deixará de ser habilitação de Comunicação Social e passará a ter o *status* de curso para os ingressantes. (SIMEONE HENRIQUES, 2014).

As novas matrizes curriculares dos cursos de Relações Públicas devem organizar os conteúdos em 4 eixos, de acordo com as DCNs: 1) Formação Geral, 2) Formação em Comunicação, 3) Formação complementar e 4) Formação em Relações Públicas, como mostra o quadro 1. Estes conteúdos podem ser oferecidos em forma de disciplinas, seminários, oficinas, discussões temáticas, práticas laboratoriais etc. O quadro 1 traz ainda os eixos do curso de Jornalismo, que também ganha autonomia de curso com as Diretrizes Curriculares Nacionais.

Jornalismo	Relações Públicas
Fundamentação humanística	Formação Geral
Fundamentação específica	Formação em Comunicação
Fundamentação contextual	Formação complementar
Formação profissional	Formação em Relações Públicas
Aplicação processual	
Prática laboratorial	
Atividades complementares	Atividades complementares
Estágio Supervisionado	Estágio Supervisionado

Quadro 1. Eixos de Formação. Autor: Simeone Henriques, 2014

De forma resumida, descrevemos os eixos das DCNs de Relações Públicas para observar as matrizes curriculares disponíveis nos sites institucionais da UFPR e PUCPR. No eixo Formação Geral haverá conteúdos de sociologia, antropologia, economia, filosofia, ética, administração, estética e artes, ciência política etc. Este eixo, portanto, deve contemplar “conteúdos de cultura geral e de formação ética e humanística”. (KUNSCH e

<sup>3</sup> <http://emec.mec.gov.br/>

outros, 2010). Dependendo da linha de formação que a instituição escolher para o curso de Relações Públicas, pode haver outros conteúdos, como os exemplos apontados nas novas diretrizes: estatística, ouvidoria, empreendedorismo, cerimonial e protocolo, psicologia social e *lobby* e relações governamentais. Por isso, foi criado o eixo de Formação complementar. O eixo de Formação em Comunicação ficou assim subdividido: a) Fundamentos Teóricos da Comunicação e b) Linguagens, Mídias e Tecnologias. O da Formação em Relações Públicas também foi subdividido: a) Fundamentos Teóricos e Técnicos e b) Práticas Laboratoriais em RP. Há ainda as atividades complementares, que podem incluir projetos de extensão e iniciação científica, publicações e participação em cursos, oficinas, seminários e congressos científicos e profissionais, além de disciplinas em outros cursos de acordo com os critérios adotados no âmbito de cada IES. E o projeto pedagógico também deve incluir o Trabalho de Conclusão de Curso e o Estágio Supervisionado. No quadro 2, Márcio Simeone Henriques (2014) explicita a estrutura curricular com a nova carga horária para o curso de Relações Públicas.

Relações Públicas	C. Horária
Formação Geral	1.400h
Formação em Comunicação	
Formação complementar	
Formação em Relações Públicas	1.250h
Trabalho de Conclusão de Curso	150h
Atividades complementares	200h
Estágio Supervisionado	200h
<b>Total</b>	<b>3.200h</b>

Quadro 2. Carga horária do curso de Relações Públicas. Autor: Simeone Henriques, 2014.

A partir das exigências das DCNs e das transformações provocadas pela convergência tecnológica, procuramos observar as matrizes curriculares dos dois cursos citados anteriormente. Nos interessa saber como o ensino prepara o profissional em contexto de convergência. Por isso, buscamos nelas conteúdos relacionados ao contexto tecnológico.

### 3. Procedimentos metodológicos: passo a passo

Na primeira etapa, buscamos todos os cursos de Comunicação em Curitiba registrados no site do E-MEC. Procuramos observar data de criação e reconhecimento dos cursos. Nesta fase, para o recorte deste estudo optamos apenas pelos dois cursos de Comunicação com habilitação em Relações Públicas mais antigos de Curitiba: UFPR e

PUCPR. A proposta do projeto, no entanto, é mais ampla. A intenção é utilizar os instrumentos de avaliação do projeto PROCAD/Capes mencionado anteriormente, adaptando-os para o universo das Relações Públicas e estudar o seu ensino no Brasil.

Na segunda etapa, coletamos os dados disponibilizados nos sites das instituições. Os projetos pedagógicos serão avaliados posteriormente. Para este artigo, estudamos apenas as matrizes curriculares e as apresentações dos cursos nos sites das instituições UFPR e PUCPR, com o seguinte foco: os cursos trazem conteúdos que formam profissionais aptos a enfrentar as rápidas mudanças que acontecem ante a convergência tecnológica?

Na terceira etapa buscamos encontrar os eixos propostos pelas Diretrizes Curriculares Nacionais, procurando identificá-los nas matrizes curriculares atuais dos dois cursos. Não se pretende aqui indicar qual é o melhor curso, mas compreender como cada instituição se apresenta neste período de mudanças de ensino e de mercado. Muitas das instituições de ensino ainda não implantaram seus projetos pedagógicos a partir das Novas Diretrizes Curriculares Nacionais para Relações Públicas. O procedimento adotado aqui também tem caráter didático para apontar aos alunos e professores as mudanças necessárias para a formação do profissional de Relações Públicas.

Na quarta etapa destacamos os conteúdos relacionados ao contexto tecnológico. Nos baseamos em estudos anteriores (QUADROS e Caetano, 2010) para dar continuidade aos procedimentos metodológicos. Separamos as disciplinas que trazem conteúdos que abordam esses conteúdos tecnológicos em dois eixos: 1) abordagens históricas e teórica-metodológicas, que podem ser visualizadas em disciplinas específicas de Relações Públicas, como “Relações Públicas na Web” ou constituídas de um programa maior, como “Comunicação Digital” ou “Tecnologia e Comunicação” 2) abordagens de caráter mais prático, distribuídas em disciplinas específicas de Relações Públicas ou relacionadas ao universo digital.

Na quinta etapa relacionamos as atividades desenvolvidas por duas agências que atuam na área de Relações Públicas há mais tempo em Curitiba, com a intenção de relacionar o que se exige no mercado e o que se ensina na academia. No projeto de pesquisa, outros espaços de atuação dos Relações Públicas serão estudados, como instituições públicas e privadas que contratam profissionais da área para cuidar da imagem delas e estabelecer relações com os mais variados públicos.

O próximo passo será organizar seminários para reunir professores e profissionais do mercado com a intenção de discutir os novos desafios dos Relações Públicas.

#### 4. Perfis e matrizes curriculares: UFPR e PUCPR

##### 4.1.1. UFPR

O curso de jornalismo foi criado em 1964, mas três anos depois surgia o de Comunicação Social com as habilitações em Jornalismo, Relações Públicas e Publicidade e Propaganda. As três habilitações elaboram os seus projetos pedagógicos atualmente. Apenas duas delas seguem as novas diretrizes homologadas pelo MEC, pois as referentes à Publicidade e Propaganda ainda estão em fase de discussão por professores do campo. O currículo analisado está disponível no site do curso de Comunicação Social da UFPR<sup>4</sup>. É importante frisar, como mostra o quadro 3, que lançamos um olhar a partir dos critérios exigidos pelas DCNs para uma matriz curricular em andamento.

UFPR – Matriz curricular	Quantidade	C/Horária
Formação Geral	5	270h
Formação em Comunicação	10	420h
Formação Suplementar	-	720h
Total dos eixos 1, 2 e 3	-	1.410h
Formação em Relações Públicas	17	905h
Trabalho de Conclusão	2	180h
Estágio Supervisionado	1	180h
Atividades Complementares	-	240h
Total Geral	35	2.915h

Quadro 3. Currículo da UFPR sob o olhar das diretrizes. Autoria: Claudia Quadros, 2014.

No atual currículo da UFPR, os conteúdos de Formação Suplementar são oferecidos pelo próprio curso e por outros da instituição em formas de disciplinas. Os alunos com IRA (Índice de Rendimento Acadêmico) mais alto têm preferência quando a procura é maior que a oferta de vagas das disciplinas, o que muitas vezes impede que a flexibilização do currículo, incentivada nas Novas Diretrizes Curriculares Nacionais para Relações Públicas, alcance o seu objetivo: oferecer conteúdo que contribua para uma formação específica. Segundo Margarida Kunsch (2013, p. 5), os objetivos fundamentais das DCNs é “flexibilizar a estruturação dos cursos de comunicação e estabelecer orientações para obtenção de padrão de qualidade”.

<sup>4</sup> A atual matriz curricular da UFPR está disponível em <http://www.humanas.ufpr.br/portal/comunicacao>.

A construção do perfil do curso e do aluno deve ser orientada tanto para a Formação Suplementar como para as Atividades Complementares. O desafio, portanto, é criar mecanismos para oferecer uma ampla gama de conteúdos que atenda a demanda de forma igualitária e possibilite uma orientação adequada.

As diretrizes apontam mil e quatrocentas horas para os conteúdos de Formação Geral, Formação em Comunicação e Formação Suplementar. O atual currículo da habilitação em Relações Públicas da Universidade Federal do Paraná, na soma destes conteúdos, oferece dez horas a mais. A Formação Geral contempla 5 disciplinas obrigatórias: História Contemporânea, Filosofia, Sociologia e Teoria do Conhecimento. Os alunos, de acordo com suas habilidades, competências e conhecimentos, buscam em outros cursos conteúdos diversos. As disciplinas obrigatórias são ministradas no Departamento, o que supostamente possibilita conteúdos direcionados aos estudantes de Comunicação. Na Formação Suplementar, também são oferecidas pelo Departamento de Comunicação optativas que contemplam conteúdos de Formação em Comunicação e Formação em Relações Públicas.

Há 17 disciplinas obrigatórias de Formação em Relações Públicas, totalizando 905 horas. Essa carga horária é inferior ao valor de mil e duzentas e cinquenta horas, como solicitado pelo MEC nas novas diretrizes. Desse modo, o Núcleo Docente Estruturante (NDE) do curso elenca novos conteúdos a partir do seu novo perfil em discussão.

A apresentação de Comunicação Social – Habilitação em Relações Públicas da UFPR traz um breve histórico do curso e descreve as atividades do profissional. Não especifica um perfil que pretende formar, mas destaca que o profissional de Relações Públicas deve “atuar a partir de uma postura empreendedora com intervenção criativa nos mercados existentes, bem como em relação a novos mercados e produtos, primando pela postura ética”<sup>5</sup>

Ao nos debruçarmos sobre o conteúdo relacionados ao contexto tecnológico, observamos a matriz curricular de duas formas. Primeiro, verificamos a sua distribuição para comparar com as diretrizes curriculares. No Eixo de Formação em Comunicação, das dez disciplinas obrigatórias oferecidas aparece apenas uma (Comunicação e Tecnologia) dentro deste contexto. No eixo da Formação em Relações Públicas, há uma disciplina (Aplicação da Internet nas Relações Públicas) de fundamento teórico e técnico. A disciplina de Mídias Eletrônicas, de caráter teórico e prático, poderia ser classificada como prática laboratorial. Nesta disciplina os alunos também desenvolvem produtos digitais para

---

<sup>5</sup> Curso de Comunicação Social – habilitação em Relações Públicas.  
<http://www.humanas.ufpr.br/portal/comunicacao/habilitacoes/relacoes-publicas/>

públicos variados. A soma da carga horária destas disciplinas dá 120 horas, o que nos parece pouco quando precisamos formar um profissional para a era da convergência. Para Jenkins (2008), a era da convergência é um momento histórico de transformações mercadológicas, sociais, culturais e tecnológicas com consequências irreversíveis para diferentes profissões.

É importante ressaltar que neste momento não analisamos ementas e/ou planos de ensino, que podem nos revelar outros conteúdos dentro do contexto tecnológico. Logo, a nossa interpretação poderia ser diferente diante de novas informações. A nossa intenção neste ponto é mostrar que as diretrizes podem ajudar inclusive na escolha dos nomes das disciplinas, oficinas, seminários etc. Se visível na matriz curricular, a delimitação proposta pelas diretrizes pode, inclusive, facilitar a escolha de conteúdo dos alunos de Relações Públicas.

Agora, numa segunda forma de observação, focamos o conteúdo em contexto de convergência por meio das categorias criadas por estudos anteriores (QUADROS e CAETANO, 2009), conforme relatado neste artigo. O quadro 4 apresentado a seguir mostra esses conteúdos em dois eixos: 1) abordagens históricas e teórica-metodológicas e 2) abordagens de caráter mais prático, distribuídas em disciplinas específicas de Relações Públicas ou relacionadas ao universo digital.

UFPR			
ABORDAGENS HISTÓRICAS E TEÓRICAS METODOLÓGICAS		ABORDAGENS DE CARÁTER MAIS PRÁTICO	
ESPECÍFICA	PARTE DE UM PROGRAMA	ESPECÍFICA	UNIVERSO DIGITAL
APLICAÇÃO DA INTERNET NAS RELAÇÕES PÚBLICAS	COMUNICAÇÃO E TECNOLOGIA	MÍDIAS ELETRÔNICAS	

Quadro 4. Elaborado a partir da matriz curricular da UFPR. Quadros 2014.

Nas análises dos currículos dos cursos de jornalismo do projeto PROCAD/Capes, observamos muitas disciplinas de enfoque teórico-prático, o que nos fez questionar sobre esta estrutura considerada ideal por muitas instituições de ensino.

Na verdade, tais distinções são atravessadas por uma relação mais abstrata que é a do ensino de um “saber sobre” e de um “saber fazer” implicado nos domínios de conhecimento destinados a habilitações para algo: não se faz se não se sabe sobre, não se sabe sobre se não se faz. (CAETANO, 2001, p.752).

Na habilitação em Relações Públicas do curso de Comunicação Social da UFPR também observamos esse enfoque teórico prático em disciplinas do segundo ao sétimo

períodos, mas a maioria das disciplinas são mais teóricas. Das disciplinas de contexto tecnológico, apenas uma é de enfoque teórico prático.

Ao considerar a quantidade de todas as disciplinas da matriz curricular atual observamos que o curso de Relações Públicas da Universidade Federal do Paraná é predominantemente teórico.

#### 4.1.2.PUCPR

O curso de Comunicação Social da PUCPR, fechado na década de 80 logo depois de uma greve de alunos (QUADROS e CAETANO, 2009), foi reaberto no início dos anos 90. Relações Públicas é a única habilitação de Comunicação Social ofertada em apenas um período, funciona no turno da manhã. Em julho de 2014, apenas Relações Públicas disponibilizava a sua matriz curricular no site da PUCPR<sup>6</sup>.

PUCPR – Matriz curricular	Quantidade	C/Horária
Formação Geral	5	324
Formação em Comunicação	9	828
Formação Suplementar	5	248
Total dos eixos 1, 2 e 3	-	1440
Formação em Relações Públicas	22	1620
Trabalho de Conclusão	2	216
Estágio Supervisionado	Não consta	Não Consta
Atividades Complementares	-	432
Total Geral		3708

Quadro 5. Currículo da PUCPR sob o olhar das diretrizes. Autoria: Claudia Quadros, 2014.

A coordenadora do curso de Comunicação Social – habilitação em Relações Públicas, Francieli Mognon (2014), conta que o currículo foi atualizado no ano passado, mas não foi adequado às Diretrizes Curriculares que foram homologadas logo depois da mudança. Por isso, o estágio supervisionado obrigatório não aparece na atual matriz curricular.

As atividades complementares não são contabilizadas na carga horária total da matriz curricular, mas os alunos devem cumprir 72 horas em cada período, com exceção do primeiro. Nas atividades são computadas horas pelas participações em cursos, oficinas, eventos e encontros científicos e profissionais.

São 5 as disciplinas de Formação Geral: Estética e História da Arte, Língua Portuguesa, Filosofia, Cultura Religiosa e Ciências Políticas e Econômicas. Nove

<sup>6</sup> A matriz curricular da PUCPR está disponível em <http://www.pucpr.br/graduacao/relacoespublicas/>.

pertencem ao eixo da Comunicação: Sociologia da Comunicação, Teorias da Comunicação, Comunicação e Cultura, Fotografia e Tratamento de Imagem, Ética, Planejamento Gráfico Avançado, Produção de Textos em Comunicação, Produção Científica e Gestão da Comunicação Digital. E no eixo Suplementar identificamos 5 disciplinas: Fundamentos de Marketing, Pesquisa de Marketing, Análise de Dados Quantitativos em Marketing e 2 disciplinas eletivas. Das mil e quatrocentas horas previstas pelas DCNs, o curso de Relações Públicas da PUCPR oferece quarenta horas a mais.

No eixo específico de Relações Públicas, as DCNs recomendam mil e duzentas e cinquenta horas. A PUCPR, no entanto, oferece mil e seiscentos e vinte horas. Mas qual o perfil que a instituição forma? O site traz que procura “formar um profissional ético, humanista, crítico e reflexivo. Prepara o aluno para a prática da profissão, desenvolve sua capacidade de liderança e negociação. Realiza atividades de pesquisa no campo técnico-científico e faz com que ele esteja a par do mercado de trabalho.”

A proposta para Diretrizes Curriculares para o Curso de Relações Públicas vem sendo debatida há vários anos (KUNSCH, 2013), o que de certo modo contribuiu para as discussões de ensino em diferentes instituições. Na PUCPR, a influência das DCNs está presente inclusive na apresentação do curso de Relações Públicas.

Na apresentação há ainda informações sobre o mercado de Relações Públicas. Aponta que as atividades são bastante diversificadas, como comunicação interna, assessoria de comunicação e de imprensa, gerenciamento de redes sociais, produção de eventos, relações institucionais, gerenciamento de crise, pesquisas institucionais e auditorias de imagens. A PUCPR informa ainda que une teoria e prática. A proposta, segundo o site, é formar profissionais prontos para o mercado de trabalho. No curso, os alunos desenvolvem atividades tradicionais e inovadoras para “o crescente mercado de comunicação digital e integrada”.

No momento de observar o conteúdo relacionado ao contexto tecnológico, seguimos os mesmos passos de análise da instituição anterior. Na matriz curricular do curso de Relações Públicas da PUCPR, há uma disciplina (Gestão da Comunicação Digital) de 36 horas teóricas no 4º período. No eixo da Formação em Relações Públicas há outra disciplina (Relações Públicas na Web) de 72 horas teóricas ofertada no 1º. Período. No total, na matriz curricular são 108 horas aula de conteúdo explícito relacionado ao contexto tecnológico.

Na segunda etapa, como realizado no curso de Relações Públicas de outra instituição, procuramos observar esses conteúdos em dois eixos: 1) abordagens históricas e

teórica-metodológicas e 2) abordagens de caráter mais prático, distribuídas em disciplinas específicas de Relações Públicas ou relacionadas ao universo digital.

PUCPR			
ABORDAGENS HISTÓRICAS E TEÓRICAS METODOLÓGICAS		ABORDAGENS DE CARÁTER MAIS PRÁTICO	
ESPECÍFICA	PARTE DE UM PROGRAMA	ESPECÍFICA	UNIVERSO DIGITAL
RELAÇÕES PÚBLICAS NA WEB	GESTÃO DA COMUNICAÇÃO DIGITAL		

Quadro 6. Elaborado a partir da matriz curricular da PUCPR. Quadros 2014.

Relembramos que não foram analisados as ementas e os planos de ensino, o que pode aumentar as horas dedicadas ao conteúdo contexto tecnológico e de RP 2.0. Para Carolina Terra (2010, p.101), “as Relações Públicas 2.0 se caracterizam pela atividade de mediação e/ou interação por parte das organizações com seus públicos na rede mundial de computadores, especialmente no que diz respeito às expressões e manifestações desses nas mídias.” As definições podem ser divergentes na academia e no mercado, mas é certo que o fenômeno marca um momento de mudanças nos dois setores.

### **5. Exigências do Mercado: agências de comunicação integrada**

O projeto “A comunicação organizacional na Era da Convergência Tecnológica: do ensino ao mercado”, prevê seminários, palestras, entrevistas e pesquisas de campo para conhecer os desafios encontrados pelos profissionais que atuam no país. Essa aproximação com o mercado tem a finalidade de mapear os desafios e as exigências do profissional de Relações Públicas na contemporaneidade, prevendo a possibilidade de desenvolver projetos conjuntos no futuro. Entre as agências existentes em Curitiba, Lide Multimídia e NQM Comunicação foram as escolhidas para a primeira fase do projeto. Ambas também atuam no campo das Relações Públicas. A primeira mostra também incluía a Enfoque Comunicação e Eventos, mas a agência criada em 1978 está fase de fechamento como informado pela sócia-proprietária Christiani Creso (2014). O site da Enfoque, que destaca o evento como principal atividade, não vem sendo atualizado desde 2012.

Iniciamos observando as matrizes curriculares e as apresentações dos cursos de Relações Públicas da UFPR e PUCPR. Para coletar informações das duas agências de comunicação, navegamos nos sites da Lide Multimídia e da NQM para conhecer suas áreas de atuação. Das duas agências selecionadas, fomos até o espaço onde funciona a Lide Multimídia no primeiro semestre de 2014, mas o cronograma do projeto de pesquisa também prevê uma visita técnica à NQM.

### 5.1. Lide Multimídia Ltda.

A Lide Multimídia foi fundada em 1993 por Moema Zuccherelli. A sócia-proprietária da agência de comunicação é formada em Relações Públicas pela Universidade Federal do Paraná. No site da instituição, o perfil traçado destaca que “é uma agência especializada em comunicação empresarial e baseia seu trabalho na visão integrada da comunicação.” A equipe é formada por 8 jornalistas e 1 relações públicas. Oferece serviços de assessoria de imprensa, relações públicas, media training, gerenciamento de crise, editoração, análise de clipping etc. O número de jornalistas contratados mostra que o volume de trabalho de assessoria de imprensa é maior. O jornalista Ricardo Voigt (2014) conta que o relacionamento com a mídia é facilitado, porque seus funcionários já atuaram nas principais redações jornalísticas de Curitiba.



Figura 1. Reprodução do site Lide Multimídia. 2014

Entre as ofertas de trabalho diferentes, estão RP 2.0. É apresentado pela Lide Multimídia como diversos serviços e ferramentas para a web, coletiva on-line e distribuição internacional de releases em inglês e espanhol.

O serviço de Relações Públicas a Lide Multimídia define da seguinte maneira:

Nossa proposta é dar unidade aos esforços de comunicação da sua marca, otimizando cada ação de relacionamento e o investimento nela aplicado. Após um levantamento de informações, definimos uma situação estratégica, objetivos e táticas de implementação de programas e projetos de aproximação como públicos alvo, seja ele interno (colaboradores) ou externo (fornecedores, clientes, governo, comunidade e formadores de opinião em geral). (LIDE MULTIMÍDIA, 2014).

Quando questionado sobre a procura pelo serviço de gerenciamento de crise durante a visita à Lide Multimídia, Ricardo Voigt (2014) comentou que são cada vez menos as instituições que buscam a agência de comunicação de última hora. Para Voigt, a forte concorrência exige que as instituições busquem apoio da comunicação profissional para consolidar a sua imagem perante diferentes públicos, um trabalho que exige planejamento. “E procuramos sempre desenvolvê-lo de forma inovadora”.

## 5.2. NQM Comunicação

A NQM, criada em 1997, se apresenta no site como uma agência especializada em Comunicação Corporativa Integrada. Seus proprietários, Sérgio Wesley e Mônica Santana atuaram como jornalistas em diversos meios de comunicação de Curitiba, São Paulo, Rio de Janeiro, Londrina e Brasília. Wesley é formado em Jornalismo pela UFPR e Santana pela Uniceub/DF. Na equipe da NQM há 11 jornalistas e 2 relações públicas. A equipe multidisciplinar é “para garantir a agilidade, a qualidade e os resultados de todos os serviços oferecidos em seu portfólio.” (NQM, 2014) Wesley (2014) informa que atualmente o serviço de designer é terceirizado.



Figura 2. Site da NQM. 2014.

Entre os serviços oferecidos pela NQM, estão relacionamento com a mídia, relações públicas, comunicação interna, consultoria em comunicação, construção de imagem, gerenciamento de crise, mídia training, eventos, monitoramento de mídias, além de projetos editoriais e de multimídia.

No site da NQM há a seguinte definição sobre o que faz em Relações Públicas: “a atividade realizada pela NQM Comunicação de forma estratégica que permite a marca/cliente/organização se relacionar positivamente com os públicos de interesse, nos níveis que deseja”. As Relações Públicas em contexto de convergência não são mencionadas na apresentação dessa agência de comunicação, mas muitas são as atividades da profissão realizadas nesta agência.

Os projetos multimídia, também oferecidos por outras agências de comunicação, mostram uma das exigências dos profissionais da comunicação. Nas matrizes curriculares analisadas há disciplinas para planejamento gráfico, o que nos reforça a necessidade de verificar ementas e planos de ensino para avaliar como os projetos editoriais multimídia são abordados nas aulas teóricas e/ou nas práticas laboratoriais.

### Considerações

Neste artigo, o nosso foco foi a convergência tecnológica no mercado e no ensino. São os primeiros resultados de uma pesquisa em andamento, que tem como um dos seus

objetivos aproximar esses dois setores para contribuir com o desenvolvimento do campo das Relações Públicas.

As duas instituições em estudo não implantaram os currículos de acordo com as Diretrizes Curriculares Nacionais para os cursos de Relações Públicas, ainda precisam se adaptar às novas exigências do MEC. Quando lançamos o olhar sobre o contexto tecnológico, percebemos que as instituições estão preocupadas em oferecer conteúdo para formar um profissional capaz de desenvolver suas funções ante a era da convergência. Nesta primeira fase da pesquisa, no entanto, percebemos que as duas instituições ainda são tímidas neste quesito. São poucas as disciplinas específicas que abordam essas questões. A segunda fase da pesquisa, que prevê a análise de ementas e planos de ensino, pode nos mostrar que o conteúdo em contexto de convergência tecnológica é trabalhado de forma transversal. De qualquer modo, experiências de pesquisas anteriores nos levam a formular a hipótese de que as instituições terão dificuldades em elaborar um projeto pedagógico que contemplem conteúdos que capacitem o egresso a atuar num cenário de tantas mudanças constantes.

Essa fase inicial do projeto nos ajudou a refletir sobre o novo projeto pedagógico baseado nas Diretrizes Curriculares Nacionais e iniciar uma aproximação mais efetiva do mercado, que também busca oferecer serviços diferenciados, como o de RP 2.0 apresentado no site da Lide e/ou projetos multimídia no da NQM.

É importante ressaltar que a quantidade de jornalistas contratados por ambas as agências de comunicação estudadas é superior ao de relações públicas. Na NQM, há dois jornalistas e na Lide um. O serviço de maior demanda das duas agências de comunicação é o relacionamento com a mídia, que exige a elaboração constante de releases. Ricardo Voigt (2014), observa que a Lide opta por jornalistas porque eles têm mais facilidade no momento de oferecer notícias de interesse da mídia tradicional. Nesse sentido, como propõe as DCNs, há necessidade de explorar mais o ensino da linguagem nos cursos de Relações Públicas. Também observamos a internacionalização das agências de comunicação, o que exige um profissional preparado para interagir em outros idiomas e contextos culturais.

Este artigo não é conclusivo, mas surge como uma proposta de pesquisa conjunta para o grupo de trabalho Relações Públicas e Comunicação Organizacional, para aprimorar instrumentos de pesquisa desenvolvidos e para conhecer como ensino e mercado atuam ante a convergência tecnológica.

## Referências

- CAETANO, K. Linguagens e Cidadanias: usos e abusos nos discursos das políticas linguísticas. In **Anais do 10º. Encontro Compós**, Brasília, junho de 2001, págs 746-757.
- HENRIQUES SIMEONE, M. Novas diretrizes curriculares dos outros cursos de Relações Públicas. **I Fórum dos professores de Relações Públicas e Comunicação Organizacional**, Londrina, 2014.
- JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.
- KUNSCH, M. M. K. (Org.). **Comunicação Organizacional: histórico, fundamentos e processos**, volume 1. São Paulo: Saraiva, 2009.
- KUNSCH, M. M. K; MOURA, C; FAGUNDES, E; HENRIQUES SIMEONE, M; FERRAZ, M; OLIVEIRA, P. R, FREITAS. Proposta de Diretrizes Curriculares Nacionais para os cursos de Relações Públicas, Brasília: MEC, 2010.
- KUNSCH, M. Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Relações Públicas, São Paulo, Conrerp. 2013. Disponível em no site do Conrerp.  
[http://www.conrerp4.org.br/download\\_anexo/Diretrizes\\_Curriculares\\_Nacionais\\_do\\_Curso\\_de\\_Graduacao\\_e\\_m\\_Relacoes\\_Publicas.pdf](http://www.conrerp4.org.br/download_anexo/Diretrizes_Curriculares_Nacionais_do_Curso_de_Graduacao_e_m_Relacoes_Publicas.pdf). Acessado em 1 de julho 2014.
- LIDE MULTIMÍDIA. Site institucional da agência de Comunicação. Curitiba, 2014. Disponível em <http://www.lidemultimedia.com.br/>
- MOGNON, F. Informações repassadas por e-mail à Claudia Quadros, 17 de julho de 2014.
- NQM COMUNICAÇÃO. Site institucional da agência de Comunicação. Curitiba, 2014. Disponível em <http://www.nqm.com.br/>
- QUADROS, C.; QUADROS JR. I.; MASIP, P. Webjornalismo: da forma ao sentido. Os casos de Gazeta do Povo e La Vanguardia. Revista Galáxia, São Paulo, n. 20, dez. 2010, p. 161-177.
- QUADROS, C.; CAETANO, K. Da convergência de meios: reflexões sobre o seu ensino. In Barbosa, Marialva, Fernandes, Marcio, Morais, Osvando. **Comunicação, educação e cultura na era digital**, São Paulo: Intercom, 2009.
- QUADROS, C. I.; CAETANO, Kati; LARANGEIRA, A. (Organizadores). **Jornalismo e Convergência: ensino e práticas profissionais**. 1. ed. Covilhã, Portugal: Labcom Books, 2011.
- QUINN, Stephen. **Convergent Journalism**, New York, Lang, 2005.
- QUINN, Stephen; LAMBLE, Stephen. **Online newsgathering: research and reporting for journalism**. Burlington, MA: Elsevier, 2008.
- SAAD CORRÊA, E. **Estratégias 2.0 para a mídia digital: internet, informação e comunicação**, São Paulo, Senac, 2007.
- SALAVERRÍA, R.; NEGREDO, S. **Periodismo Integrado: convergencia de medios y reorganización de redacciones**, Barcelona, editorial Sol 90, 2008.
- TERRA, C. Relações Públicas 2.0: Novo campo de atuação para a área. In Chamusca, M; Carvalhal, M. **Relações Públicas Digitais: o pensamento nacional**. Salvador: Edições VNI, 2010, p.100-134.
- VOIGT, R. Informações coletadas durante visita à Lide Multimídia, em Curitiba, no dia 28 de março de 2014.
- WESLEY, S. Informações coletadas por troca de mensagens via Facebook. 19 de julho de 2014.