



Relações Públicas no Nordeste: proposta de estudo da atuação e empregabilidade dos profissionais formados pela UFPB¹

Josilene Ribeiro de Oliveira²
Jamile Miriã Fernandes Paiva³
Universidade Federal da Paraíba

Resumo

Este trabalho apresenta dados preliminares do estudo em andamento sobre a atuação do profissional de relações públicas formado pela Universidade Federal da Paraíba, na primeira década do século XXI. A pesquisa de caráter descritivo e abordagens qualitativa e quantitativa, enfoca a relação entre o contexto regional, a formação acadêmica e o mercado de trabalho, tendo como ponto de partida uma revisão bibliográfica sobre o ensino de relações públicas no Brasil e na região Nordeste. A partir de uma investigação embasada em procedimentos metodológicos rigorosos, pretende-se promover uma reflexão sobre a adequação da oferta formativa em relações públicas às necessidades do mercado, tendo por base o levantamento da trajetória do curso da UFPB e das percepções dos seus alunos egressos.

Palavras-chave: ensino; relações públicas; perfil do egresso; mercado de trabalho; UFPB.

1 INTRODUÇÃO

Apesar dos mais de 40 anos de história da atividade de relações públicas no Nordeste, ainda é freqüente ouvir queixas de profissionais e alunos da região quanto a dois problemas antigos: a falta de reconhecimento da profissão e as poucas oportunidades para os relações públicas atuarem no mercado de trabalho. Entre os estudantes do curso de relações públicas no estado da Paraíba, há uma crença generalizada de que após formados os relações públicas não têm onde trabalhar, o que gera desmotivação e desinteresse e faz com que muitos abandonem a graduação em andamento ou comecem uma nova carreira após seu término. Logo, a taxa de evasão, abandono e retenção do curso da UFPB é alta.

Além disso, alguns estudiosos apontam que:

O curso de Relações Públicas no Nordeste passa por uma grande crise. Fechamento de curso e baixíssima demanda nas intuições privadas e

¹ Trabalho apresentado no DT 3 – Relações Públicas e Comunicação Organizacional do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 14 a 16 de junho de 2012.

² Professora Assistente do Curso de Comunicação Social da UFPB. Coordenadora da pesquisa "Atuação dos RPs formados pela UFPB". E-mail: josilene@cchla.ufpb.br

³ Professora Assistente do Curso de Comunicação Social da UFPB. Vice-coordenadora da pesquisa "Atuação dos RPs formados pela UFPB". E-mail: jamilepaiva@ig.com.br



uma diminuição substancial no número de candidatos nos vestibulares das instituições públicas deixa em alerta a comunidade acadêmica nordestina quanto ao futuro do curso na região (DANTAS, 2008, p. 1).

Ademais, é fato que realmente ainda são poucas as vagas abertas para o cargo de relações públicas, não só na Paraíba como em todo Nordeste. Possivelmente, isso se deva ao atraso no desenvolvimento da região, onde há poucas indústrias e uma cultura de fazer negócios baseada na intuição, isto é, sem planejamento ou pesquisa de mercado e sem considerar a opinião dos públicos, além da prática de gestão ser essencialmente familiar, focada na tradição e em obter resultados imediatos.

As estatísticas e estudos apontam índices de maior empregabilidade não só para os profissionais de comunicação, mas para todos os trabalhadores do eixo Sul e Sudeste, regiões consideradas mais desenvolvidas, graças a forte industrialização e a melhor distribuição da renda. Segundo Franco Jr. e Massuquetti (2009) existe uma diferença entre a participação do Produto Interno Bruto (PIB) das Regiões Sul e Nordeste no Brasil, porém, a maior densidade demográfica do Nordeste aumenta a diferença entre as regiões no que se refere ao PIB per capita. Segundo os autores os dados de desenvolvimento e a concentração de renda dessas regiões também seguem essa mesma tendência, de modo que a renda é mais concentrada no Nordeste e seus indicadores de desenvolvimento são inferiores aos da Região Sul e Sudeste.

Particularmente na última década, algumas medidas tomadas pelo governo repercutiram em várias áreas e resultaram em alguns avanços para a região quanto ao crescimento econômico. Segundo Unger (2009) o Nordeste de hoje é detentor de iniciativas empreendedoras e culturais, com grandes obras de infraestrutura em andamento, cujos resultados dependem de uma estratégia abrangente de desenvolvimento, de mudanças nas estruturas das instituições e nas capacitações das pessoas.

Além disso, os estudos recentes atestam o bom resultado da economia nordestina, a exemplo daqueles desenvolvidos e apresentados por alunos do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional Sustentável (PRODER) do Campus da Universidade Federal do Ceará no Cariri, que noticia em seu *blog*:

A economia nordestina teve em 2009 um dinamismo mais acentuado do que o nacional. A estrutura regional, menos suscetível aos impactos da crise mundial, registrou um crescimento do PIB significativamente superiores à registrada no país, atingindo 1,7% na Bahia 3,1%, no Ceará e 3,8% em Pernambuco. Os PIBs dos estados mencionados registraram crescimentos respectivos de 7,2%, 3,8% e 5,4% no quarto trimestre de 2009, em relação ao mesmo período de



2008. Além disso, a evolução dos principais indicadores relacionados à indústria, ao comércio varejista e aos mercados de trabalho e de crédito, segue em trajetória de expansão.

É inegável que na última década a região avançou, particularmente com o desenvolvimento da indústria de serviços, impulsionada pelos setores do turismo, lazer e cultura, com investimentos privados e, sobretudo, públicos, com destaque para os aportes do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) e Banco do Nordeste (BNB). Os desembolsos dessas instituições têm contribuído para diversificação da estrutura da indústria local, apresentando uma taxa média anual de crescimento de 19,5% no período 2004/2008, passando para 132% em 2009 (PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO REGIONAL SUSTENTÁVEL, 2012).

Nesse panorama também destaca-se o empreendedorismo das micro e pequenas empresas, cujos expoentes são o artesanato e a tecnologia, evidenciados particularmente na economia paraibana da última década. Em razão disso, cremos que vem se ampliando de forma significativa o campo de atuação para os profissionais de comunicação, tanto em nível local quanto regional. Por outro lado, à medida que se abrem mais oportunidades de trabalho no segundo (organizações lucrativas) e no terceiro setor (entidades de caráter não-lucrativo e organizações não-governamentais) supostamente aumenta a demanda pela profissionalização da comunicação, posto que esta tem sido cada vez mais compreendida como uma ferramenta estratégica para o êxito empresarial.

Ainda assim, contraditoriamente, a última década é apontada como crítica para os cursos de relações públicas no Nordeste, com registro de fechamento de alguns cursos e a diminuição da procura dos jovens pela profissão, como discutiremos mais adiante. Desse modo, é compreensível que sobre iniquetações por parte dos estudantes sobre as perspectivas do mercado para profissão e que surjam questionamentos de ordem prática entre os educadores e docentes envolvidos na definição e planejamento da oferta formativa.

Tentamos contemplar e trazer respostas a alguns desses questionamento através da proposta de estudo ora apresentada, abrangendo as seguintes questões como problemas de pesquisa: Qual o índice de empregabilidade dos profissionais de relações públicas formados pela UFPB? Como ocorre a inserção dos egressos no mercado de trabalho? Para estes profissionais, sua formação acadêmica atende as exigências dos



empregadores? Quais as perspectivas para os cursos de relações públicas e seus egressos no contexto nordestino?

Considerando o exposto, nosso objetivo principal com a pesquisa é analisar a relação entre a formação acadêmica e a empregabilidade dos Relações Públicas formados pela UFPB, entre os anos 2000 e 2009. Nossos objetivos específicos incluem: a) identificar a inserção dos egressos no mercado de trabalho; b) levantar as percepções dos egressos sobre o mercado de trabalho para relações públicas; c) traçar um perfil socioeconômico e demográfico dos egressos; d) verificar a contribuição da formação acadêmica para empregabilidade dos Relações Públicas formados pela UFPB.

Neste artigo nos restringimos a discutir as condições do ensino de relações públicas no Brasil, no Nordeste e mais especificamente na UFPB. Apresentamos nossas hipóteses de pesquisa, fruto da observação participante das autoras na relação com alunos em formação e egressos, e os procedimentos metodológicos adotados na investigação, que se encontra na fase de elaboração dos instrumentos de coleta de dados. Concluímos descrevendo e debatendo os resultados esperados com a pesquisa.

2 PROBLEMÁTICA DA PESQUISA

2.1 Ensino e diretrizes curriculares para os cursos de relações públicas no Brasil

A atividade de relações públicas chegou ao Brasil no início do século XX, seguindo definições e modelos prontos, oriundas de países desenvolvidos e já com tradição no seu uso, como os Estados Unidos e a Inglaterra, que não foram adaptados para nossa cultura. Inicialmente as relações públicas começaram a ser praticadas empiricamente e só com o decorrer do tempo, seu posicionamento profissional foi se estruturando (FRANÇA, 2003). Alguns marcos desse processo são: a criação do primeiro⁴ departamento de relações públicas, em 1914; a fundação da Associação Brasileira de Relações Públicas (ABRP); a realização de cursos no Instituto de Administração da Universidade de São Paulo, na Fundação Getúlio Vargas (FGV), no Instituto de Organização Racional do Trabalho (Idort) e na PUC/RJ, nas décadas de 1940, 1950 e 1960; e a regulamentação legal da profissão em 1967.

⁴ O primeiro Departamento de Relações Públicas no Brasil foi criado em 30 de janeiro de 1914 pela "Light" (*The Light and Power Co. Ltda.*), companhia canadense estabelecida no Brasil e concessionária da iluminação pública e do transporte coletivo da cidade de São Paulo (SP).



O Brasil foi o primeiro país a regulamentar a profissão de relações públicas, através da Lei Nº 5.377, de 11/12/67, do Decreto-Lei Nº 860, de 11/09/69 e do Decreto 63.283, de 26/09/68. De acordo com essa legislação, o exercício das atividades de relações públicas tornou-se privativo dos bacharéis em Comunicação Social com habilitação em Relações Públicas, devidamente registrados nos Conselhos Regionais da categoria. Consequentemente, o exercício dessas atividades por pessoas não qualificadas e entidades não registradas desde então é ilegal e passível de sanções (CONFERP, 2011), ou seja, a regulamentação estabeleceu uma reserva de mercado para os profissionais devidamente habilitados.

Muitas críticas são feitas até hoje a regulamentação prematura da profissão, que se deu sob a influência militar, que tinha propósito claro de censurar a livre manifestação de opinião e de colocar sob seu controle todo o setor de comunicação e das artes. De acordo com França (2003):

A grande duração do regime foi ainda mais prejudicial ao exercício da atividade, porque esta foi assumida pelo governo como bandeira para fazer sua promoção sistematizada na sociedade e impedir o seu livre exercício como atividade democrática.

Nesse contexto, é a partir da década de 1960 que começaram a surgir as primeiras faculdades oferecendo o curso de relações públicas (FRANÇA, 2003). Ao tentar fazer uma revisão bibliográfica sobre o tema ensino de relações públicas no Brasil ainda encontramos pouca literatura e/ou estudos, sobretudo referente a região Nordeste.

Constatamos que a atual Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (LDB) - nº. 9.394/96 dá certa autonomia para as instituições de ensino na elaboração de sua estrutura curricular, permitindo que cada instituição conduza seus cursos dentro de um perfil mais próximo de suas áreas de atuação no mercado local e regional, ao mesmo tempo em que deve propiciar ao aluno uma formação mais adequada a um mundo em transformação (TONDATO; FRANÇA, 2002). Essa flexibilidade permite que o ensino de relações públicas leve em consideração o contexto e a demanda social, contemplando as necessidades da região onde os cursos estão inseridos, sem perder de vista a perspectiva dos centros regionais e, obviamente, da globalização. Diante disso, o ensino de Relações Públicas requer:

[...] uma formação humanística que permita a construção do conhecimento por parte do aluno, ao mesmo tempo que o insere no mercado de trabalho, (além de) um corpo docente acadêmico conhecedor das exigências do mercado nas disciplinas de formação geral, e profissionais que traduzam seu conhecimento prático dentro



das expectativas de uma formação universitária (TONDATO; FRANÇA, 2002, p. 9).

Porém, parece existir um descompasso entre o processo de ensino-aprendizagem, especialmente, nas instituições de ensino superior públicas brasileiras frente a demanda do mercado, que exige profissionais capazes de lidar com uma realidade dinâmica, permeada pela Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC), enquanto as universidades estão submersas na burocracia. Nesse sentido, observamos que na atualidade há uma série de discussões entre pesquisadores e professores de relações públicas sobre como adequar as diretrizes curriculares que regem os cursos de modo que a formação profissional possa está em consonância com a realidade.

Segundo Moura (2009), as diretrizes curriculares “orientam a elaboração dos projetos pedagógicos, com conteúdos abrangentes, conhecimentos específicos e de áreas afins”, sendo essenciais para garantir as relações entre as áreas do saber. Ainda segundo a autora, a estrutura curricular garante a identidade de cada curso, por conseguinte deve-se evitar que tal identidade sofra deturpações devido a possíveis desencontros entre diretrizes/currículos e demandas sociais.

De forma geral, a grande questão para a área de comunicação (assim como em outras áreas) é como adequar os currículos às tendências mercadológicas e científicas. Isso tem sido tema de muita discussão, visto que pensar na prática profissional requer repensar a teoria, os modelos de ensino e os conteúdos lecionados. Mas, segundo Freitas (2006, p.697), já que não há mais um modelo pré-determinado por um currículo mínimo para a formação do comunicador, “a universidade [...] está mais livre para criar”. Isso quer dizer que as diretrizes curriculares guiam as IES quanto à criação dos currículos, mas estas instituições têm autonomia para adequarem os programas e conteúdos ao que julgam ser mais importante ou mais pertinente para a formação acadêmica.

2.2 Ensino e mercado de trabalho em Relações Públicas no Nordeste: a trajetória do curso da UFPB

Para Dantas (2008), a atividade de Relações Públicas se vê diante de uma profunda crise de legitimidade no Nordeste, diante do fechamento de algumas escolas e cursos e a baixa demanda pelas vagas ofertadas nos vestibulares. O autor cita vários exemplos, tais como a Universidade Potiguar - maior instituição privada do Rio Grande do Norte, que fechou o único curso de relações públicas que funcionava no estado, e



também a situação da Universidade Católica de Pernambuco (Unicap), onde há vários semestres sobram vagas.

Desde a fundação da Escola Superior de Relações Públicas (Esurp), em 1967, ao final do século XX muitos foram os percalços, mas a primeira década do século XXI parece ser o período mais crítico para as instituições ensino superior que ofertam a formação em relações públicas (DANTAS, 2008). E, segundo as investigações feitas por Dantas (2008), essa situação não se restringe as faculdades privadas, posto que a Universidade Federal de Alagoas apresentou uma queda muito grande na demanda de alunos por seu curso de Relações Públicas (noturno) desde 2004.

Contudo, um olhar mais abrangente sobre a trajetória do curso de relações públicas da UFPB nos revela um cenário complexo, permeado por fluxo e influxos, em que crises, momentos em que o fechamento do curso beirou as portas, foram sucedidas por reestruturações e crescimento. Explicamos como isso deu a seguir.

O atual Curso de Relações Públicas da Universidade Federal da Paraíba iniciou suas atividades no ano de 1977⁵, como uma das habilitações do Curso de Comunicação Social, que também oferecia a de jornalismo, sendo ambas na modalidade bacharelado e ofertadas no turno da manhã. O reconhecimento do curso ocorreu através da portaria nº 68 de 15/01/1980, quando formou-se a primeira turma.

O número de concluintes em relações públicas na turma pioneira foi de apenas quatro (04) e essa média perdurou durante toda a década de 1980, na qual se formaram o total 79 alunos. O baixo número de egressos no decênio, segundo os coordenadores da época⁶, se deve ao fato do ingresso na graduação ocorrer através de vestibular para o Curso de Comunicação Social, sem distinção de candidatos por habilitação, e a escolha desta ser feita apenas alguns semestres depois que os alunos já estavam estudando na universidade, sendo que a maioria deles optavam pela habilitação em jornalismo, supostamente por ser uma profissão mais promissora e reconhecida socialmente.

Nesse sentido, França (2003) afirma:

Os primeiros cursos obtiveram maior reconhecimento, mas o surgimento acelerado, nas décadas seguintes, de diversos cursos de relações públicas, tornaram-nos desqualificados se comparados aos cursos de publicidade e propaganda e de jornalismo, que sempre mereceram maior investimentos das mantenedoras.

⁵ O Curso de Comunicação Social foi aprovado em 24/03/1977, pela resolução nº 24 do Conselho Universitário (CONSUNI).

⁶ Informação fornecida por José David Fernandes, professor doutor do Departamento de Comunicação Social coordenador de curso entre 1991 a 1993.



Acreditamos que o curso de relações públicas da UFPB não fugiu a essa regra, haja vista que em todo país havia pouquíssimos docentes capacitados em relações públicas, principalmente concentrados no eixo Rio-São Paulo.

No plano político, vale destacar que de 1979 a 1985, as limitações políticas impostas pela ditadura militar começaram a diminuir, num lento processo de retomada da democracia, que culminou no fim da censura à imprensa, na reconstituição dos direitos constitucionais e na reorganização sindical, partidária e dos movimentos sociais no país. Impulsionada por esse fato, registra-se que, ainda na década de 1980, as relações públicas começaram a ultrapassar a visão antes limitada as questões de harmonização, compreensão mútua, unilateralidade e o caráter tático-operacional, e adquirir novas referências conceituais e práticas para lidar com a nova realidade.

Segundo Almeida e Paula (2004), as empresas, que até então mantinham-se fechadas à opinião pública, tiveram que mudar a sua relação com a sociedade que começava a se organizar em sindicatos, partidos políticos, movimentos comunitários e ecológicos. Esse processo provocou uma mudança progressiva na forma das organizações lidarem com a sociedade e, conseqüentemente, na concepção de comunicação neste espaço, com reflexo não só para a prática e a produção acadêmica de relações públicas, mas também para as demais especialidades da comunicação.

Dentro desse panorama, mais precisamente 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 ingressar na universidade; b) a habilitação de relações públicas passou a ser ofertada em período noturno.

Essa reestruturação representou um momento crítico face ao risco de levar ao fechamento do curso por falta de candidatos no vestibular. Porém, a mudança resultou em maior procura e na abertura de mais vagas para a habilitação em relações públicas e, conseqüentemente, no aumento do número de formandos nos semestres seguintes. Como consequência, entre os períodos 1990.1 e 1999.2 formou-se praticamente o dobro de alunos, saindo da UFPB o total 140 profissionais de relações públicas durante tal década.

Nessa mesma época, no contexto nacional, observa-se a criação de novos espaços de pesquisa e ensino no país e a realização de um maior número de seminários e congressos, que possibilitaram a difusão da produção científica e interação entre mercado e academia (KUNSCH, 1997).



Assim, na primeira década do século XXI, compreendendo o período entre 2000.1 a 2009.2, a habilitação de relações públicas passou a ter uma procura ainda maior no vestibular, se constituindo na maior parcela de alunos do curso de Comunicação Social da UFPB, chegando a mais de 300 alunos ativos por semestre. Consequentemente, nesta década formou-se o maior número de relações públicas da história da UFPB, com uma média de 20,35 alunos por semestre e o total de 407 profissionais formados no período.

Décadas:	1980 - 1989	1990 - 1999	2000 - 2009
Total de formandos:	79	140	407
Média por semestre	3,95	7,0	20,35

Quadro 1: Total e média de egressos por década (Fonte: Coordenação de Com. Social/UFPB).

Esse crescimento não é suficiente para invalidar as conclusões de Dantas (2008) sobre a situação do ensino de relações públicas no Nordeste. Para ele:

O curso de Relações Públicas no Nordeste passa por um momento muito delicado no que diz respeito ao seu reconhecimento e valorização, sobretudo, pelos jovens, que darão continuidade (ou não) à tradição desta área de conhecimento na região. É eminente o risco dele se extinguir oficialmente em pouco tempo, se não já se extinguiu em sua essência nas salas de aulas. Por isso, faz-se necessário que todos aqueles que pertencem à academia nordestina façam uma *mea culpa*, sobretudo aqueles que pecam por omissão e insistem em apontar o empresariado local como responsável pelo estado deprimente que se encontra esta habilitação da Comunicação Social [...] (DANTAS, 2008, p. 12-13)

Recentemente o curso de relações públicas da UFPB sofreu uma nova reestruturação, gestada entre os anos 2009 e 2011, que contempla dois aspectos: a) a transformação da habilitação em um curso, nascendo assim o curso de bacharelado em Relações Públicas, cuja primeira turma ingressou em 2012.1; b) a implantação do novo projeto pedagógico e estrutura curricular, que permitem a atualização das disciplinas e conteúdos, para atender as demandas do mercado de trabalho e acompanhar as mudanças deste século.

A reestruturação compreende um verdadeiro esforço da academia e de seus docentes para acompanhar e responder as novas exigências do empresariado e também pode ser entendida como uma reação tardia a sentença determinística (ou apocalíptica) da extinção dos cursos de relações públicas no Nordeste. A nova estrutura curricular pretende adequar a formação acadêmica a perspectiva contemporânea, passando pelo reposicionamento da profissão e seu reconhecimento como função estratégica de gestão



da comunicação e incorporação das TICs ao processo de ensino-aprendizagem, sem abandonar o foco da atividade na promoção do diálogo da organização com seus *stakeholders* e no trabalho contínuo e de longo prazo.

2.3 Hipóteses da pesquisa

Nossas hipóteses partem do pressuposto que o índice de 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, etapa em que contam como indicadores a competência na execução de tarefas, relacionamento interpessoal, além da disposição para continuar se qualificando.

Além disso, para definir hipóteses válidas, também temos que considerar a defasagem do currículo⁷ do curso de relações públicas da UFPB na década em estudo, face as mudanças no mercado empresarial, bem como as limitações do desenvolvimento da região Nordeste. Dessa forma, chegamos as seguintes hipóteses:

- A maior parte dos egressos de relações públicas da UFPB estão empregados, porém não exercem funções inerentes a profissão em que se formaram.
- 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.
- As oportunidades de atuação para os egressos de relações públicas da UFPB se ampliaram na última década em função do aumento do número de indústrias, organizações não governamentais e do setor de serviços, isto é, do maior desenvolvimento da região Nordeste.

⁷ O currículo do curso de relações públicas da UFPB passou mais de 30 anos sem alterações, tornando-se muito defasado em relação aos avanços tecnológicos e conceituais da profissão. Em 2007 iniciou-se um processo de discussão para reestruturação de tal currículo, que foi modificado formalmente recentemente, em função do novo Projeto Pedagógico, que entrará em vigor a partir de março de 2012. A nova estrutura será implantada gradualmente, período por período, com previsão da conclusão do processo de implantação do novo currículo em 2016.



3 METODOLOGIA

3.1 MÉTODO OU ABORDAGEM DA PESQUISA

Estamos adotando uma dupla abordagem:

- Qualitativa - primeira etapa e momento atual da investigação, em que estamos procedendo a revisão bibliográfica, a pesquisa documental no bando de dados da coordenação do Curso de Comunicação Social da UFPB, em busca de número e nomes dos alunos formados no período definido, e durante a qual pretendemos realizar um grupo focal com ex-alunos, com o objetivo de aplicar um pré-teste do instrumento de coleta de dados, aprofundar e validar as hipóteses e discutir 'formas de sensibilizar'⁸, encontrar e motivar outros egressos a participarem da pesquisa.
- Quantitativa - esta etapa refere-se a aplicação e execução da pesquisa de campo, via questionário eletrônico com os egressos, com uma amostra predefinida segundo cálculos estatísticos.

Acreditamos que tais abordagens se complementam, dando condições para que o pesquisador faça uma análise mais acurada da realidade, minimizando os vieses e ampliando as chances de alcançar os objetivos e apresentar resultados mais confiáveis.

Em ambas as fases utilizaremos o método hipotético-dedutivo, que segundo Lakatos (2001, 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”.

3.2 TIPO DE PESQUISA

Trata-se de uma pesquisa descritivo-explicativa.

Adotaremos a descrição como procedimento principal da fase quantitativa da investigação, considerando que, 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”.

⁸ Alunos voluntários do Laboratório de Relações Públicas - LARP da UFPB estão envolvidos no planejamento de uma campanha de sensibilização e mobilização dos egressos para que participem e respondam o questionário eletrônico. Trata-se de um planejamento de comunicação que inclui estratégias e ações em mídia digital e canais alternativos, de baixo custo e de rápida disseminação pelos próprios egressos, incluindo vídeo para internet, página no *facebook*, *newsletter* e mala direta eletrônica, dentre outras peças de comunicação.



A pesquisa explicativa se adéqua melhor para identificar os fatores que contribuem para ocorrência dos fenômenos, no nosso caso, quando já vamos estar de posse de dados socioeconômicos e demográficos dos egressos, além de suas percepções sobre o objeto de estudo - o profissional de relações públicas e sua relação com mercado de trabalho.

3.3 TIPO DE AMOSTRAGEM

Iremos trabalhar com os dois tipos de amostragem: não probabilística, quando faremos um grupo focal com indivíduos previamente selecionados segundo critérios de julgamento estabelecido pelas pesquisadoras; e probabilística, na segunda fase, em que definiremos uma amostra segundo critérios estatísticos, com chances iguais e diferente de zero de que todos os egressos participem da pesquisa.

3.4 UNIVERSO E AMOSTRA

O universo pesquisado corresponde a todos os alunos de Relações Públicas formados pela UFPB entre os anos 2000 e 2009, totalizando 407 egressos. Tentaremos entrar em contato com todos estes através da internet. Porém, adotaremos uma amostra mínima para validar a pesquisa quantitativa, a partir do seguinte cálculo:

Quadro 2: Determinação do tamanho da amostra

N= tamanho da população (407)
n= tamanho da amostra
e = valor de tolerância em relação aos resultados da pesquisa (erro amostral tolerável) de 5% (e = 0,05)
Z = desvio-padrão relacionado ao índice de confiança
S² = variância da amostra - é uma medida de dispersão, ou seja, o grau de diferença entre um indivíduo e outro em relação a sua atitude quanto ao tema de interesse. A variância baseia-se no quanto uma resposta difere da média da população (AAKER et alii apud PINHEIRO, 2005).

$$n = (S^2 \times Z^2 \times N) / (S^2 \times Z^2 + e^2 \times (N-1))$$
$$n = (0,25 \times 1,96^2 \times 407) / (0,25 \times 1,96^2 + 0,05^2 \times (407-1))$$
$$n = (0,25 \times 3,8416 \times 407) / (0,25 \times 3,8416 + 0,0025 \times (406))$$
$$n = (0,25 \times 3,8416 \times 407) / (0,25 \times 3,8416 + 0,0025 \times (406))$$
$$n = (0,9604 \times 407) / (0,9604 + 1,015)$$
$$n = 390,8828 / 1,9754$$

n = 197, 875 = 198 egressos

Fonte: Baseado na fórmula apresentada por Pinheiro et all (2005, p. 103)



3.5 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

Definimos um roteiro básico para discussão no grupo focal, que será realizado nas dependências da UFPB, com horário de início e término e um previsão de duração de um hora e meia. Os objetivos do grupo focal são: fazer o pré-teste do questionário, observando as dificuldades de respondê-lo e; discutir as hipóteses da pesquisa.

Baseando-se no problema, nas hipóteses e nos objetivos da pesquisa, estamos na fase de elaboração de um questionário estruturado com conteúdo não-disfarçado, que será composto por perguntas de múltipla escolha, dicotômicas e com gradação de opinião, a partir dos objetivos e hipóteses já descritos. O questionário será aplicado via internet, enviado direto ao email dos egressos, através de formulário do *google docs*⁹.

Após a conclusão da coleta, os dados serão codificados e tabulados, em seguida analisados. O resultado da pesquisa será divulgado no relatório final, submetido a apreciação do Departamento e a Coordenação do Curso de Relações Públicas, encerrando assim o processo.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os dados preliminares coletados sobre a história do curso de relações públicas da UFPB nos permitiram visualizar quão complexa é a trajetória das relações públicas no estado da Paraíba, e compreender que a situação atual dos cursos relações públicas no Nordeste não é produto apenas de uma circunstância regional peculiar, mas de um emaranhado de fatos que se relacionam com o contexto nacional de desenvolvimento da atividade no país. Assim, predições pessimista não podem ser tomadas como verdades, posto que é preciso lançar um olhar mais abrangente, não restrito apenas a história recente, o que pressupõe voltar ao início, as origens e a chegada das relações públicas e seu desenvolvimento no país, para entender o presente e poder antecipar alguma tendência, seguindo procedimentos rigorosos, baseados não apenas na análise de números.

Nossa pesquisa ainda está em andamento, logo, cremos que muitos mais dados e fatos poderão ser esclarecidos, ao coletarmos e identificarmos o perfil do egresso e suas percepções a cerca do mercado de trabalho, considerando que é o profissional de relações públicas o personagem principal e mais apto a falar sobre os desafios da profissão diante do mercado.

⁹ O pacote de aplicativos do Google funciona totalmente *online*, como um "HD virtual", diretamente no navegador de Internet, é compatível com sistemas operacionais diversos e atualmente compõe-se de um processador de texto, um editor de apresentações, um editor de planilhas e um editor de formulários (GOOGLE, 2011; RC, 2011).



Acreditamos também que os resultados da pesquisa propiciarão aos gestores da instituição de ensino, ao coordenador e os professores do curso, um conhecimento mais preciso acerca da realidade dos egressos, o que efetivamente contribuirá na elaboração de um planejamento mais adequando das disciplinas, aulas e atividades acadêmicas. Assim, o conhecimento sobre a inserção do egresso no mercado de trabalho possibilitará a melhoria e a adequação das estratégias didático-pedagógicas ao perfil do profissional requerido atualmente, além de auxiliar na integração entre ensino, pesquisa e extensão.

Certamente o relatório final da pesquisa se tornará um parâmetro para estudantes e sua famílias no momento de escolherem o curso superior e uma profissão a seguir. O processo de levantamento e análise de informação sobre o índice de empregabilidade dos graduados em relações públicas representa portanto um dos instrumentos fundamentais para a Universidade refletir, de forma fundamentada, sobre a adequação da sua oferta formativa às necessidades do mercado de trabalho.

Outro aspecto relevante da pesquisa é fornecer subsídios para vencer o desafio de formar profissionais capacitados a mediar o relacionamento das organizações com seus diversos públicos, com visão administrativa, estratégica e empreendedora. Sabemos que isso somente será possível através de uma formação acadêmica que permita aos egressos atuar como gestores de processos comunicacionais, considerando os aspectos social, político, cultural e econômico em que se inserem as organizações.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Ana Luísa de Castro; PAULA, Maria Aparecida de. **Relações públicas com comunidades: importância e programas de ação**. In: Obtendo resultados com relações públicas . KUNSCH, Margarida Maria Krohling (org.). São Paulo: Pioneira, 2004.

CONSELHO FEDERAL DE PROFISSIONAIS DE RELAÇÕES PÚBLICAS. **Resolução Normativa** Nº 43, de 24 de agosto de 2002. Disponível em: <<http://www.conferp.org.br/?p=407>>. Acesso em: 12 dez 2011.

DANTAS, José Guibson. A Miopia no Ensino das Relações Públicas no Nordeste e o Eminente Risco de Extinção do Curso na Região. In: **Anais do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação** – Natal, RN – 2 a 6 de setembro de 2008. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-0140-3.pdf>> Acesso em: 02 abr 2012.

FRANÇA, Fábio. Subsídios para o estudo do conceito de relações públicas no Brasil. In: **Revista Comunicação & Sociedade**. São Bernardo do Campo: Póscom-Umesp, a. 24, n. 39, p.127-154, 1º. sem. 2003. Disponível em: <www.revistas.univerciencia.org/index.php/.../101>. Acesso em: 30 mai 2011.

FRANÇA, Fábio; TONDATO, Márcia Perencin. **O Ensino e a Prática de Relações Públicas no Brasil**. VI Congresso Latinoamericano de Ciências de la Comunicación. Santa Cruz de la



Sierra, Bolívia - 5 a 8 de junio - 2002. Disponível em: <www.uel.br/grupo-estudo/gecorp/>. Acesso em: 30 mai 2011.

FRANCO JR. Manoel Carlos Rivas; MASSUQUETTI, Angélica. Disparidades regionais: análise comparada de desenvolvimento entre regiões do Brasil nos anos noventa – Sul e Nordeste. In: **Revista Perspectiva Econômica** v. 5, n. 2:68-91, jul/dez 2009. Disponível em: <www.perspectivaeconomica.unisinos.br/pdfs/92.pdf> Acesso em 05 abr 2012.

FREITAS, Ricardo Ferreira; LUCAS, Luciane. **Desafios Contemporâneos da Comunicação: Perspectivas de Relações Públicas**. São Paulo: Summus Editorial, 2002.

FREITAS (H.), JANISSEK-MUNIZ (R.) e MOSCAROLA (J.). **Dinâmica do processo de coleta e análise de dados via web**. CIBRAPEQ-1ª Conferência internacional do Brasil de Pesquisa Qualitativa, 24 a 27 de março, Taubaté/SP, 2004a. Colóquio. 10 pág. Anais em CD-ROM.

FREITAS H.; JANISSEK-MUNIZ (R.); Andriotti, Fernando Kuhn; FREITAS P.; COSTA, Ricardo Simm. **Pesquisa via Internet**. Disponível em:

<http://www.ea.ufrgs.br/professores/hfreitas/files/artigos/2004/2004_140_rev_eGIANTI.pdf> Acesso em: 21 de junho 2011.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Relações Públicas e modernidade: novos paradigmas na comunicação organizacional**. São Paulo: Summus, 1997.

LILIANA VASCONCELLOS; LUIS FERNANDO ASCENÇÃO GUEDES. **E-Surveys: Vantagens e Limitações dos Questionários Eletrônicos via Internet no Contexto da Pesquisa Científica**

MARCONI, Marina de Andrade e LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de Pesquisa: Planejamento e execução de pesquisas. Amostragens e técnicas de pesquisa. Elaboração, análise e interpretação de dados**. 7ª Ed. São Paulo: Atlas, 2008.

OLIVEIRA R., Josilene; OLIVEIRA P., Maria Lívia. Ensino de Relações Públicas e Novas Tecnologias: um estudo de caso sobre a utilização da plataforma Moodle. In: **Anais do XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste – Campina Grande – PB – 10 a 12 de Junho 2010**. Anais em CD-ROM.

PINHEIRO, Roberto Meireles et all. **Comportamento do consumidor e pesquisa de mercado**. Rio de Janeiro; Editora FGV, 2005.

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO REGIONAL SUSTENTÁVEL. **Desenvolvimento Regional Sustentável. BC: NE registra aumento de PIB superior ao do Brasil em 2009. Disponível em:** <<http://desenvolvimento-regional-sustentavel.blogspot.com.br/2010/05/sobre-o-crescimento-economico-da-regiao.html>>

_____. **Blog - Bancos públicos favorecem indústrias no Nordeste**. Publicado em 25 de maio de 2010. Disponível em: <<http://desenvolvimento-regional-sustentavel.blogspot.com.br/>> Acesso em: 19 abr 2012.

RC. **TUTORIAL SOBRE O Google Docs: Para Professores!** Disponível em:<<http://pt.scribd.com/doc/6060057/Tutorial-Google-Docs>> Acesso em 11 julho de 2011.

UNGER, Roberto Mangabeira. **O desenvolvimento do Nordeste como projeto nacional - Um esboço**. Secretaria de Assuntos Estratégicos Presidência da República. Brasília, maio de 2009. Disponível em: <http://www.law.harvard.edu/faculty/unger/portuguese/pdfs/04_Projeto_Nordeste1.pdf> Acesso em: 03 mar 2012.