

# mercado de trabalho em relações públicas

MARTHA ALVES d'AZEVEDO, professora do  
Departamento de Comunicação da FABICO/UFRGS;  
Doutora em Comunicação pela ECA/USP.

Num país de dimensões continentais como o Brasil, o estudo do Mercado de Trabalho de qualquer profissão torna-se bastante difícil. Esta dificuldade aumenta ao se tratar de uma profissão nova como Relações Públicas, regulamentada antes de ter conquistado um espaço definitivo no mercado de trabalho, através do desempenho profissional daqueles que a praticam. Esta regulamentação prematura garantiu aos profissionais da área um pequeno espaço mas permitiu ao mesmo tempo uma indefinição quanto às atribuições do cargo, fazendo com que o mercado de trabalho reservado para a profissão de Relações Públicas, seja periódica e sistematicamente invadido por outros profissionais de áreas afins.

Assim tem acontecido com as Assessorias de Relações Públicas, que transformadas em Assessorias de Comunicação, são assumidas por jornalistas, que passam a dirigi-las, atribuindo-se todas as funções a elas inerentes, inclusive aquelas exclusivas do profissional de Relações Públicas. Assim tem acontecido com a área social e a área política, invadida pelos profissionais de marketing, que passaram a defini-la como marketing social, apropriando-se de uma importante fatia do mercado de trabalho de Relações Públicas, talvez a área profissional em maior expansão. O próprio Philip Kotler, o papa do marketing nos Estados Unidos, afirma que o marketing social é relações públicas, e nós aceitamos passivamente esta invasão maciça num mercado de trabalho, que nos é reservado pela lei que regulamentou a profissão, e pela lei que criou o Conselho Profissional para protegê-la. Assim aconteceu com a Pesquisa de Opinião, que é definida, na Lei Federal n. 5.377\*, de 11 de novembro de 1967, que regulamentou a profissão de Relações Públicas, como atividade específica do profissional da área. Entretanto, esta pesquisa está sendo realizada por cientistas sociais, ou profissionais de marketing, com especialização em pesquisa de mercado. Assim aconteceu com as publicações da empresa, desde seu "house-organ" até publicações especializadas, que deveriam refletir sua política (política esta a ser definida pelo assessor de Relações Públicas junto com sua direção), mas que na verdade, dirigidas por jornalistas e planejadas por publicitários, divergem muitas vezes da política da organização.

— \*BRASIL. Lei n. 5.377, de 11 de dezembro, de 1967 (Disciplina a Profissão de Relações Públicas e dá outras providências) In: AZEVEDO, Martha Alves d'. *Relações Públicas; teoria e processo*. Porto Alegre, Sulina, 1971.

E o que fazem os profissionais de Relações Públicas diante destas invasões periódicas do seu mercado de trabalho específico? Nada. Ou, quase nada. Reclamam em alguns casos. Mas não adotam uma atitude agressiva de reserva, ou de reconquista destes mercados.

O que conhecemos do mercado de trabalho de Relações Públicas no Brasil? Muito pouco. Algumas pesquisas têm sido realizadas em alguns pontos do país, mas refletem uma realidade isolada, que de forma alguma poderia ser estendida aos demais estados brasileiros.

Em 1972, durante o II semestre letivo, a professora Regina Helena Viotto Monteiro PACHECO (4), da Faculdade de Comunicação Social Anhembi (SP), realizou uma pesquisa de opinião do corpo discente quanto às perspectivas do curso em relação ao Mercado de Trabalho. Os 49 alunos de Relações Públicas (20 do sexo masculino e 29 do sexo feminino) do curso, respondendo questões sobre o mercado de trabalho opinaram:

- 35% dos alunos do sexo masculino, que cursavam Relações Públicas, considerou boas as perspectivas quanto ao mercado de trabalho;
- a tendência feminina, no curso de Relações Públicas, foi considerar o mercado de trabalho com muito poucas perspectivas, constando 10% dos entrevistados na qualificação razoável, e avolumando-se esta tendência com percentagem de 21%, na qualificação más perspectivas. Fazendo-se uma comparação entre os sexos, nota-se maior otimismo no público masculino quanto às perspectivas do mercado de trabalho.

Nas conclusões do relatório de sua pesquisa, a professora Regina PACHECO(4, p.) faz uma recomendação: "*Seria necessário tornar conhecida a profissão de Relações Públicas.*" (grifo nosso).

Em 1972, também no II semestre, a mesma professora Regina PACHECO (5) realizou uma pesquisa na Universidade de São Paulo (USP): Caracterização e Perspectiva do Curso de Comunicação da Universidade de São Paulo em Relação ao Mercado de Trabalho. Esta pesquisa foi realizada junto ao corpo discente e docente da Escola de Comunicações e Artes (ECA/USP).

A amostra pesquisa do corpo discente abrangeu os alunos que cursavam os 6º e 8º semestres em 1972/II. O total de alunos relativo aos cursos e semestres fixados era de 144. Do total de 39 alunos matriculados em RP, foram pesquisados 27, o que representou 69%. Também nesta pesquisa foi assinalada a preponderância de estudantes do sexo feminino (73%) na população escolar na área de comunicação.

Afirma a pesquisadora que: "Como os alunos que trabalham não representam a maioria (46,2%) e destes, menos da metade (47,6%) estão desenvolvendo atividades afins às suas áreas de formação profissional, torna-se difícil estabelecer maiores inferências a respeito do mercado de trabalho para os estudantes de comunicações." (5, p.7) Quanto às perspectivas de sucesso no campo profissional, afirma a professora Regina PACHECO: "... não são muito alentadoras para a maioria desses estudantes. "... (sic) cerca de 20% dos alunos pesquisados afirmou serem *más* as perspectivas de trabalho após a sua formação. 71,9% julgou as perspectivas como razoáveis. Somente 7,9% dos entrevistados afirmou serem as perspectivas *boas*." (5, p.11).

A pesquisa realizada junto ao corpo docente da ECA/USP constituído por 83 professores, selecionou uma amostra de 46 professores, dos quais 13, pertencentes ao Departamento de Relações Públicas e Publicidade e Propaganda, o que constituía 28,3% do total da amostra. A pesquisa revelou uma preocupação dos professores no sentido de se adequar os padrões de ensino da ECA aos padrões exigidos pelo mercado de trabalho.

Foi solicitado aos entrevistados que apresentassem sugestões práticas e viáveis financeiramente para a integração das diferentes áreas e sua adaptação ao mercado de trabalho. Entre as sugestões apresentadas na época pelos docentes, algumas poderiam ser hoje ainda sugeridas como bastante inovadoras: Integração das disciplinas, de acordo com a afinidade de áreas semelhantes; Intercomplementariedade das disciplinas, para a realização de trabalhos práticos; Ajustamento teórico-prático dos diversos cursos, enfocando o aspecto profissionalizante específico

a cada área; Maior integração Escola-Empresa; Realização de pesquisas para caracterizar o mercado de trabalho relativo a cada área específica, tanto do ponto de vista da demanda de profissionais em comunicações como da oferta dos mesmos.

Em 1974, durante o Seminário de Relações Públicas de Brasília, realizado de 09 a 16 de setembro, a equipe do Departamento de Comunicação da Universidade de Brasília (UNB, composta pelos professores Sérgio Dayrell PORTO, Dionéia Lustosa de SOUZA e Maria das Mercês Torres PARENTE apresentou um trabalho intitulado: *Relações Públicas: nova profissão ou novo enfoque na área de Comunicação?* O trabalho foi apresentado como resultado de um projeto de pesquisa de mercado de trabalho para uma tentativa de "...conceituação da atividade de Relações Públicas, praticada segundo um modelo brasileiro." (6, p.2) Foi recebida colaboração das principais agências de Relações Públicas do país, de algumas instituições ligadas ao Governo em Brasília e o testemunho de universidades brasileiras.

Justificando o estudo do Mercado de Trabalho em Relações Públicas, afirmavam os autores: "Se existem pesquisas do Mercado de Trabalho de Relações Públicas num modelo brasileiro, elas ainda permanecem como um verdadeiro segredo das jóias." (6.p.7)

Para a realização da pesquisa, que, segundo esclarecimento dos autores, não teve preocupação com um caráter eminentemente científico, foram buscadas as informações contidas na Tabela abaixo:

TABELA

Informações em: Estados	RJ	SP	MG	PE	RS	MA	SE	PR	PI	Total
Agências de RRPP	2	6	2	—	2	—	—	1	1	14
Universidade (corpo docente)	10	19	3	5	2	2	1	3	—	45
Assessorias de Imprensa e RRPP das Universidades	—	—	—	—	—	—	—	—	—	5
Entrevistas Pessoais	—	—	—	—	—	—	—	—	—	7

Fonte: PORTO; SOUZA; PARENTE, 1974.

Uma das questões feitas às Agências de RRPP foi: "Como consideram a oferta no mercado de trabalho para técnicos em RR.PP.?" A maior Agência de R.P. na época respondeu: "*Bom, para os bons profissionais, que são poucos.*" (6, p.22) (Grifo nosso) Outra respondeu: "Acho excelentes as perspectivas do mercado de trabalho para técnicos em Relações Públicas, em futuro próximo. Aliás, acho que esse futuro é bem próximo?" O problema é que "... não é fácil encontrarmos gente boa nesse campo, hoje." (6, p.23) (grifo nosso)

Entre as entrevistas pessoais constava como entrevistada a TELEBRÁS. A resposta dada à questão: "Como consideram a oferta no mercado de trabalho para técnicos em RR.PP.?" (6, p.22), foi muito significativa:

"Todos os órgãos públicos e empresas privadas já perceberam a importância do setor de Relações Públicas e já o fizeram constar de seus organogramas. Entretanto, poucos são os elementos capacitados para o exercício da função, o que abre grandes perspectivas aos técnicos e profissionais em Relações Públicas. A cada dia que passa, novas exigências vêm sendo feitas neste setor, obrigando a uma constante especialização dos homens de RR.PP.

“Nós acreditamos, sobretudo, que para o bom profissional sempre há campo. (grifo nosso) Num setor novo, onde muito há para se fazer e poucos realmente interessados, o profissional de Relações Públicas encontra a porta aberta. “O pleno conhecimento de seu universo de trabalho, um planejamento sério e minucioso da problemática existente, dos objetivos pretendidos e das medidas a serem tomadas e o constante atendimento ao público interno e externo no relacionamento Empresa/Público, baseado em técnicas e diretrizes adequadas permitirão ao profissional de Relações Públicas desempenhar perfeitamente a sua função.” (6, p.23)

Em 1983 a revista LEOPOLDIANUM, das Faculdades Católicas de Santos, publicou: Quadro Real de Relações Públicas no Brasil, pesquisa realizada por José Gomes LAGE (3), que parece ser o trabalho mais completo até hoje realizado no Brasil.

Tendo como base a listagem com nome e endereço dos Profissionais de Relações Públicas da revista *Briefing*, através do seu Catálogo de Profissionais, do qual constavam quatro mil nomes, o autor distribuiu questionários para as cinco (5) Regiões em que está dividido o Conselho de Profissionais de Relações Públicas do Brasil, na seguinte proporção:

Rio de Janeiro (1ª Região) – 1.500 questionários;  
São Paulo/Paraná (2ª Região) – 900 questionários;  
Minas Gerais (3ª Região) – 520 questionários;  
RGS/Sta. Catarina (4ª Região) – 310 questionários;  
Pernambuco (5ª Região) – 450 questionários.

Entre as quase 800 respostas obtidas, o autor registrou a seguinte proporção por região:

1ª Região – Rio de Janeiro – 28%;  
2ª Região – S. Paulo/Paraná – 31%;  
3ª Região – Minas Gerais – 16%;  
4ª Região – RGS/S. Catarina – 10%;  
5ª Região – Pernambuco – 15%.

Segundo os resultados da pesquisa, com relação ao nível de empregos, a profissão de Relações Públicas não se diferencia de tantas outras no país, pois, foi constatado que das 742 respostas, somente 411, ou seja, 55% estavam trabalhando na profissão, enquanto 331, ou seja, 45%, não estavam atuando na área.

Os motivos alegados para a não-atuação dos Profissionais registrados no Conselho são:

- Falta de mercado de trabalho – 22%;
- Atuam em outras atividades – 21%;
- Falta de oportunidade na área de trabalho – 14%;
- Salários não satisfatórios na área – 7%;
- Aposentados – 7%;
- Abandono da profissão pelas mulheres devido ao casamento – 5%;
- Outros – 24%.

A pesquisa constatou, com surpresa, que 10% dos Profissionais exercem uma segunda atividade, formando o seguinte quadro:

- Empresa Pública e Magistério;
- Empresa Pública e Assessoria;
- Empresa Privada e Magistério;
- Empresa Privada e Assessoria;
- Assessoria e Magistério;
- Consultoria e Magistério;
- Consultoria e Assessoria.

José Gomes LAGE (3) observou igualmente, que os Profissionais, em sua grande maioria, não prosseguem seus estudos após graduarem-se, ou que os provisionados, após adquirirem prática, não procuram cursos de especialização. Esta observação torna-se de real importância ao analisarmos o Mercado de Trabalho, pois um profissional que deve atuar junto a mais Alta Administração da Organização, deverá ter, no mínimo, os mesmos conhecimentos que a mesma, conhecimentos estes que deverão ser maiores do que os da Direção, se o profissional deseja ou pretende prestar-lhe uma assessoria competente e eficiente.

Concluindo o relatório, diz o pesquisador: — “ O profissional de Relações Públicas tem como instrumental a Pesquisa mas, em nosso entender, pouco faz com relação a si mesmo em termos de pesquisar sua Profissão. Atualmente poucos trabalhos estão voltados para essa interessante fatia do conhecimento.” (3, p.69)

Em seus comentários finais José Gomes LAGE (3, p.70) conclui:

“Analisando a História da Profissão observamos que já foi feito um avanço muito grande e as especializações do setor aumentaram consideravelmente. Os Profissionais podem atuar em todos os segmentos da sociedade, desde as empresas governamentais, multinacionais, assessorias, entidades etc. Essa atividade pode ser desenvolvida em todos os setores, dos mais simples aos mais complexos. O sentido do trabalho é o de estabelecer e manter a compreensão mútua entre a Empresa, ou Entidade, e seus diversos Públicos, tendo sempre à vista o compromisso com a verdade.”

O que mais poderíamos acrescentar sobre o Mercado de Trabalho de Relações Públicas? Uma tentativa de levantamento de dados feita pelo Conselho Regional de Profissionais de Relações Públicas (CONRERP), (2, f.1) resultou de 700 questionários enviados, somente 105 retornaram respondidos, o que representa 15% do total pesquisado. Este número, embora não possa representar o Mercado de Trabalho dos dois estados do sul do país, nos fornece alguns dados interessantes.

Apesar de o Governo do Estado do Rio Grande do Sul ter uma assessoria de Relações Públicas, só quatro Prefeituras do Estado (Porto Alegre, Bom Princípio, Caxias do Sul e Taquara) e uma de Santa Catarina (Joinville), confirmaram ter assessor de Relações Públicas. Se só o estado do Rio Grande do Sul tem mais de 244 municípios, e o Brasil conta com quatro mil municípios, podemos visualizar o imenso mercado de trabalho em potencial, pronto para absorver os profissionais de Relações Públicas. É importante, contudo, trabalhar este mercado para que cada Prefeitura de nossos estados saiba a importância de *estabelecer e manter compreensão mútua com os diversos públicos que a ela estejam direta ou indiretamente ligados*. Quem e como vai trabalhar este mercado? Quem vai tornar conhecida a profissão de Relações Públicas e demonstrar a sua necessidade? Os seus órgãos de classe, e o trabalho executado pelos profissionais, que já atuam no mercado de trabalho, atividade esta que deverá ser adequadamente divulgada pelos Conselhos Profissionais das regiões em que está dividido o Brasil e pelas Associações de Relações Públicas espalhadas pelo nosso imenso país.

Outro dado significativo levantado pelo CONRERP (1, f.2) é de que somente um (1) Hospital de Porto Alegre mantém uma assessoria de Relações Públicas. Se imaginarmos o grande número de hospitais espalhados pelos estados do Rio Grande do Sul e Santa Catarina, veremos um grande mercado de trabalho em potencial para os profissionais de Relações Públicas. Existem no Brasil 96 Hospitais Universitários, 36 dos quais ligados a Universidades Federais. Destes 36, quatro (4) estão localizados no Rio Grande do Sul (Porto Alegre, Santa Maria, Pelotas e Rio Grande), contando Porto Alegre ainda com o Hospital Universitário da Pontifícia Universidade Católica do RGS. Alguma vez nos perguntamos por que estes hospitais não matêm uma assessoria especializada de Relações Públicas?

A doença é considerada por todos nós uma situação de perigo. E, este perigo aumenta no momento em que é necessário hospitalizar o doente. Uma eficiente assessoria de Relações

Públicas nos hospitais poderá dar ao doente e a seus familiares a assistência tão necessária nestes momentos difíceis, permitindo-lhes enfrentá-los e superá-los da melhor forma possível. Estabelecer e manter compreensão mútua entre o hospital e os diversos públicos que a ele estejam direta ou indiretamente ligados, é de grande importância para toda a comunidade. Mais uma vez perguntaríamos, quem vai mostrar à direção dos hospitais a importância e a necessidade de uma assessoria competente de Relações Públicas? Ainda uma vez responderíamos que isto caberia ao órgão de classe, divulgando o trabalho dos profissionais que atuam nesta área, e os resultados já obtidos.

Estes dois exemplos poderiam ser multiplicados por bancos, clubes, escolas, museus, indústrias, organizações comerciais, de serviço, não lucrativas, etc. A divulgação do trabalho dos profissionais atuantes reforçaria a sua posição no mercado de trabalho, e abriria novos espaços neste mesmo mercado.

Quem deve divulgar a profissão, buscando abrir estes novos espaços no mercado de trabalho? Além dos órgãos de classe, as universidades que têm cursos de Relações Públicas deveriam empreender um esforço comum com os profissionais já vitoriosos no mercado de trabalho para divulgar adequadamente a profissão, abrindo caminho para os que estão saindo dos cursos superiores, e permitindo-lhes uma realização profissional, que é sua justa aspiração.

No Congresso de Educadores em Relações Públicas realizado em outubro de 1983, em Punta del Este, Uruguai, Mr. Anand Akerkar, Presidente da Comissão de Pesquisa e Educação da International Public Relations Association (IPRA) levantou uma questão bastante importante para a preparação universitária dos futuros profissionais: "Qual deve ser o *equipamento* de um profissional, capaz de prepará-lo adequadamente para enfrentar situações que mudam em toda parte?" E respondeu:

"Se desejamos continuar sendo, ou virmos a ser, uma parte essencial do processo de tomada de decisões, devemos incrementar nossa competência profissional para que ela se harmonize com nossos desejos e expectativas de sermos aceitos como participantes ativos das equipes responsáveis pelas tomadas de decisões. Assim, enquanto procuramos determinar o padrão para a fixação de um nível de status organizacional, devemos assegurar que os praticantes contribuam crescentemente para as atividades de interesse público. Não devemos permitir que os pecados de comissão ou omissão de alguns sejam considerados como característicos de todos. Desse modo, teremos ajudado a construir o corpo perdurável de uma profissão com base em algo mais do que apenas solicitações. *Quer nos países desenvolvidos ou nós em desenvolvimento, o reconhecimento da profissão ocorrerá não por afirmarem os praticantes enfaticamente que são profissionais, e sim. por estarem capacitados para a atribuição desse status.*" (Grifo nosso)

#### BIBLIOGRAFIA CITADA

- 1 BOLETIM INFORMATIVO CONRERP, Porto Alegre, Conselho de Profissionais de Relações Públicas, 4a. Região, RS/SC, 1987. 3f. Número especial.
- 2 CONRERP INFORMA, Porto Alegre, Conselho de Profissionais de Relações Públicas, 4a. Região, RS/SC, n.5, set., 1986. 4f.
- 3 LAGE, José Gomes. Quadro real de Relações Públicas no Brasil. *Leopoldianum*, Santos, 10 (28):65-70, ago., 1983.
- 4 PACHECO, Regina Helena Viotto Monteiro. *Caracterização da opinião do corpo discente da Faculdade de Comunicação Social Anhembi quanto às perspectivas do curso em relação ao Mercado de Trabalho*. São Paulo, Fac. de Comunicação Social Anhembi, 1972. n.p.

- 5 \_\_\_\_\_, coord. *Caracterização e perspectivas do Curso de Comunicação da Universidade de São Paulo em relação ao Mercado de Trabalho*. São Paulo, ECA/USP, 1972. 40f.
- 6 PORTO, Sérgio Dayrell; SOUZA, Dionéia Lustosa de; PARENTE, Maria das Mercês Torres. *Relações Públicas: nova profissão ou novo enfoque na área de comunicação?* Brasília, 1974. 54f. Trab. apres. no Seminário de Relações Públicas de Brasília, 9 a 16 set. 1974.