

O mercado de trabalho das Relações Públicas na Fronteira Oeste do Estado do RS

¹Adriana dos Santos PIRES

²Marcela Guimarães e SILVA

Introdução

O mercado de trabalho das Relações Públicas é vasto porém pouco explorado em algumas regiões, sendo está uma das justificativas para a implantação do curso de Relações Públicas- ênfase em Produção Cultural na Universidade Federal do Pampa (UNIPAMPA). Frente a este contexto o projeto de pesquisa “ O mercado de trabalho das Relações Públicas na Fronteira Oeste do Estado RS”, teve por objetivo mapear a realidade destes profissionais na referida região, mais especificamente nos municípios de abrangência da Delegacia Regional do Conselho Regional de Relações Públicas (CONRERP) RS/SC 4ª Região, localizada no município de São Borja e que compreende também os municípios de Garruchos, Santo Antônio das Missões, Itaqui, Itacurubi e Unistalda. Sendo que para a pesquisa de campo se deu destaque aos municípios com maior número de empresas São Borja e Itaqui. Além disso o projeto visou identificar oportunidades de estágio não obrigatório para os alunos do curso de Relações Públicas- ênfase em Produção Cultural e também apresentar a profissão aos empresários dos municípios pesquisados.

Material e métodos

Primeiramente foi realizada uma pesquisa bibliográfica e documental sobre a história e a legislação que rege a profissão, suas principais funções e atribuições, seguida pela caracterização dos municípios de abrangência do CONRERP RS/SC 4ª região, logo após foi realizada uma pesquisa de levantamento com as empresas associadas às Associações Comerciais e Industriais (ACI) de Itaqui e São Borja para identificar o perfil das empresas, o grau de conhecimento sobre a profissão e suas atividades, quais empresas manifestavam interesse em ter um estagiário da área e quais demonstravam interesse em se tornar em um espaço para que os alunos do curso de Relações Públicas- ênfase em Produção Cultural desenvolvam práticas acadêmicas de acordo com os componentes curriculares do curso. A aplicação dos questionários ocorreu em outubro de 2012, através de visita às empresas. O questionário era composto por dez questões fechadas e foi aplicado em 76 empresas que se disponibilizaram espontaneamente a responder.

Resultados e discussão

É possível constatar que apesar de muitos empresários afirmarem conhecer a profissão de Relações Públicas, predomina um desconhecimento quanto as funções e atribuições desse profissional no âmbito da comunicação organizacional, e muitos ainda confundem Relações Públicas com as outras áreas da comunicação (Jornalismo, Publicidade e Propaganda, etc.) A partir das respostas observou-se também que a maioria não dispõe de um departamento ou setor de comunicação; que dentre as que possuem algumas contratam agências para cuidar da sua imagem; que grande parte das empresas utilizam o jornal e a rádio para se comunicarem com os seus públicos; e outras, no entanto não utilizam nenhum meio de comunicação com os seus públicos. Apesar desse desconhecimento, contatou-se uma pré-disposição dos empresários em tornar as suas empresas em um espaço para o desenvolvimento das atividades pedagógicas pelos alunos do curso de Relações Públicas, até como forma de conhecer a profissão e também oportunidade de estágio para os acadêmicos.

Conclusões

Diante desta conjuntura, pode-se afirmar que o curso de Relações Públicas-ênfase em Produção Cultural da UNIPAMPA tem dois caminhos a percorrer, primeiro apresentar a profissão, suas funções e atribuições no contexto da comunicação organizacional para as empresas dos municípios pesquisados e segundo formar parcerias para que os acadêmicos do curso possam ter oportunidade de estágio não obrigatório, ampliando assim o campo de atuação desse profissional na região estudada. Com os resultados deste estudo foi elaborado o projeto de uma cartilha sobre a atividade do profissional de Relações Públicas com um conteúdo explicativo direcionado para a comunidade em geral, em que se aborda as funções e atribuições do profissional nas empresas, já que é um profissional capacitado para trabalhar com vários públicos; para cuidar da imagem; administrar eventuais crises; e assim, gerenciar a comunicação interna e externa das organizações. E também através da pesquisa desenvolvida em 2012 sentiu-se a necessidade de uma pesquisa mais abrangente sobre Comunicação Organizacional, sendo assim neste ano estamos desenvolvendo o Projeto de Pesquisa “As percepções e perspectivas da Comunicação Organizacional na Fronteira Oeste do Estado do RS”.



Referências

- KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada**. São Paulo: Summus, 2003.
- LATTIMORE, Dan; BASKIN, Otis, HEIMAN Suzet T; TOTH, Elizabeth L. **Relações Públicas Profissão e Prática**. São Paulo: Mc Graw Hill, 2012.
- FARIAS, Luis Alberto de. **Relações Públicas: técnicas, conceitos e instrumentos**. São Paulo: Summus, 2001
- FORTES, Waldyr Gutierrez. **Relações Públicas- processo, funções, tecnologia e estratégias**. São Paulo: Summus, 2003.

¹ Autora: Graduanda em Relações Públicas - ênfase em produção cultural da Unipampa.

² Orientadora: Docente do curso de Relações Públicas- ênfase em produção cultural da Unipampa.