O advento das mídias sociais digitais e o mercado de trabalho para o profissional de relações públicas

Julie Caroline de Alcântara
Universidade do Sagrado Coração, Bauru/SP
E-mail: juliealcantara.31@gmail.com

Rafaela de Campos Coelho
Universidade do Sagrado Coração, Bauru/SP
E-mail: rafacampos0@gmail.com

Sonia Aparecida Cabestré (orientadora)
Universidade Sagrado Coração, Bauru/SP
e-mail: scabestre@uol.com.br

Comunicação Oral – Eixo Temático 1 - Práticas educativas, comunicação e tecnologia

Pesquisa concluída

INTRODUÇÃO – O presente estudo buscou compreender a atuação dos profissionais de Relações Públicas no contexto das mídias sociais digitais. Procurou-se levantar informações referentes aos desafios, oportunidades e nível de preparação que o profissional deve ter para gerir de forma estratégica esta ferramenta. Para tanto, realizou-se uma pesquisa bibliográfica que fundamentou o contexto histórico da Internet, das mídias sociais digitais e do profissional de relações públicas. Também, desenvolveu-se uma pesquisa de caráter qualitativo com profissionais graduados em relações públicas a fim de obter conhecimentos específicos a respeito do tema.

Palavras-chave: Pesquisa de opinião, Mercado de trabalho, Relações Públicas, Mídias sociais digitais.

METODOLOGIA – Para a elaboração da fundamentação teórica desenvolveu-se uma pesquisa bibliográfica priorizando fundamentos pertinentes ao tema. Também, para aprofundamento do presente estudo realizou-se uma pesquisa de opinião de caráter qualitativo, utilizando como técnica os princípios da entrevista em profundidade. Foram selecionados para o processo de entrevista

oito profissionais com formação superior em relações públicas, sendo cinco com atuação no mercado de trabalho e três com experiência e vivência como docentes em universidades. Aos profissionais que concordaram em participar da entrevista foi enviada uma carta convite e um roteiro de questões, previamente elaborado e corrigido. As entrevistas foram agendadas de acordo com a disponibilidade de cada entrevistado: após a realização de todas as entrevistas, as respostas dos profissionais foram transcritas em quadros específicos. Esse procedimento possibilitou às pesquisadoras refletir e estabelecer comparações entre os aspectos convergentes e divergentes das opiniões dos entrevistados.

DISCUSSÕES/RESULTADOS DA PESQUISA – Para fundamentação do estudo desenvolvido a **pesquisa bibliográfica** foi fundamental: as informações e conceitos de interesse do tema foram extraídos da literatura e artigos científicos da área de comunicação, principalmente de relações-públicas. Destaca-se que a globalização foi um assunto explorado, visto que este processo possibilitou a democratização do processo informacional colaborando para que houvesse mudanças na forma de se comunicar. É importante ressaltar que o advento da Internet colaborou com a globalização na medida que aproximou pessoas, países e organizações. Uma informação que antes demoraria muito para chegar ao seu destinatário tornou-se instantânea. Esse meio de comunicação centralizou todas as atividades, que antes eram produzidas por jornais, revistas, TV e rádio. Segundo Ijuim e Tellaroli (2008, p. 2):

> O ciberespaço abre caminhos para a cibercultura, pela qual a produção e a disseminação de informações são pautadas pelo dispositivo comunicacional todos-todos.

No que tange ao desenvolvimento da *WEB* construiu-se uma linha histórica abordando o surgimento da Internet para fins militares em meio à Guerra Fria até a fase contemporânea do conceito de *WEB 2.0*.

> [...] A Web 2.0 permite que qualquer um seja criador, colaborador, e não mais limita isso a um pequeno grupo de empresas e/ou profissionais. (FAVARIN, 2010, p.241)

Após a contextualização da Internet abordou-se o conceito de Mídias Sociais Digitais, enfatizando suas especificidades como parte constituinte da rede.

Para Ciribeli e Paiva (2011, p.59) confunde-se muito redes sociais digitais com mídias sociais digitais, que, apesar de estarem no mesmo universo, são coisas distintas. Mídia social digital é o meio que determina a rede social digital utilizada para se comunicar. No que se refere a nova configuração de mundo através do uso das mídias sociais digitais, é possível considerar que essa ferramenta aproximou pessoas possibilitando que elas partilhem valores e objetivos comuns na Internet. “Essas mídias dispõem de ferramentas que facilitam a comunicação entre os usuários, inteirando-os do conteúdo gerado por eles mesmos, com postagens de mensagens instantâneas e textos, compartilhando vídeos, áudios e imagens” (CIRIBELI; PAIVA, 2011, p.59). Especificamente no que concerne ao papel do Profissional de Relações Públicas no contexto das Mídias Sociais Digitais considerou-se sua atuação antes e depois do surgimento dessa ferramenta, estabelecendo quais são as exigências para atuar gerindo estrategicamente relacionamentos formados por intermédio das mídias sociais digitais. Após a elaboração dos elementos teóricos foi possível realizar a pesquisa qualitativa para aprofundar as reflexões acerca do tema. As informações mais relevantes obtidas na pesquisa estão contextualizadas na sequência. Foi possível constatar na **pesquisa qualitativa** que os profissionais entrevistados se posicionaram de maneira positiva quanto a trajetória da profissão de relações públicas: destacaram que houve um evidente crescimento, porém a maioria afirma que ainda falta muito para que a profissão seja reconhecida no Brasil como uma atividade estratégica. Por isso, mesmo as empresas reconhecendo que precisam estar presentes nas mídias sociais digitais, seja por questões mercadológicas ou por acreditar ser uma oportunidade de relacionamento com os públicos, a comunicação não vem sendo trabalhada de forma estratégica. Outro ponto levantado é que existe resistência por parte das organizações quanto ao uso das mídias sociais digitais, principalmente quando se trata de pequenas empresas que, na maioria das vezes, não têm como investir em todo o ferramental, ou seja, uma boa internet, programas, softwares, profissional capacitado, entre outros investimentos. Quanto à maneira de se comunicar nas mídias sociais digitais, os entrevistados consideram que o profissional de relações públicas tem capacidade para fazer um diagnóstico e entender a cultura organizacional, o que possibilita que os relacionamentos com os

públicos sejam estabelecidos de maneira estratégica. Portanto o profissional tem o perfil correto para gerir esta ferramenta. No entanto, constatou-se que, para capacitar os graduandos a atuarem nas mídias sociais digitais é preciso que as grades curriculares nas universidades sejam revistas adequando algumas disciplinas à realidade digital. Porém, isto não é suficiente, é preciso que os profissionais se preparem após sua formação acadêmica, realizando cursos de pequena duração ou uma especialização na área. Pôde-se também questionar na pesquisa a respeito das expectativas que os entrevistados possuem quanto ao futuro da profissão: todos os profissionais entrevistados manifestaram expectativas positivas, alguns destacaram que, com o advento das mídias sociais digitais e com a globalização o mercado está acirrado. Por isso, as empresas precisam de um profissional capaz de gerir situações adversas com os públicos e esse profissional é o relações públicas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS – Este trabalho possibilitou, através de pesquisas bibliográfica e qualitativa, uma reflexão acerca do cenário da profissão de relações públicas em sua trajetória de cem anos. Foi possível compreender que atualmente as organizações passam por uma adaptação às novas demandas do mercado, com consumidores mais exigentes e utilização das mídias sociais digitais. Existem novas oportunidades que se abrem ao relações públicas que tem em sua formação acadêmica um perfil adequado para gerenciar essas novas mídias. A partir deste contexto, este profissional precisa se adequar e buscar conhecimentos específicos sobre a área digital. Quando comparada a sua atuação a de outros profissionais do campo da comunicação nota-se que cada um possui um papel importante dentro desse meio, porém de forma distinta. A grande maioria das empresas ainda não trabalha de forma estratégica com essa ferramenta, mas já considera a necessidade de estar presente neste meio. Mas, ainda falta a percepção de que há profissionais especializados em realizar este tipo de trabalho e que o relações públicas é fundamental no gerenciamento de relacionamentos, inclusive nas mídias sociais digitais.

Referências

CIRIBELLI, João Paulo; PAIVA Victor Hugo Pereira. **Redes e mídias sociais na internet: realidades e perspectivas de um mundo conectado.** Disponível em:<http://www.fumec.br/revistas/index.php/mediacao/article/view/509/504>. Acesso em: 24 set.2013.

FAVARIN, Aurélio. "Comunicação dialógica da era 2.0 como oportunidade para as relações públicas". In: CARVALHAL, Márcia; CHAMUSCA, Marcelo. (Orgs). **Relações Públicas digitais: O pensamento nacional sobre o processo de relações públicas interfaceado pelas tecnologias digitais**. Disponível em: <http://www.rp-bahia.com.br/biblioteca/e-books/rpdigitais-chamusca-carvalhal.pdf>. Acesso em: 15 mar. 2013.

IJUIM, Jorge Kanehide; TELLAROLI, Taís Marina. **Comunicação no mundo globalizado – Tendências no século XXI**, Revista Ciberlegenda/UFF, Ano 10, jun/2008, Disponível em: <http://www.uff.br/ciberlegenda/artigoijuimetellaroli.pdf > Acesso em: 01 jun. 2012.