

Educação em Relações Públicas: Competências valorizadas pelos profissionais em Portugal

Evandro Samuel Oliveira

(Universidade Autónoma de Lisboa Luís de Camões e LabCom)

(eoliveira@autonoma.pt)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8974-4214>

Nuno Correia de Brito

(Escola Superior de Educação e Ciências Sociais do Instituto Politécnico de Leiria e ICNOVA)

(nuno.brito@ipleiria.pt)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2639-5832>

Evandro Samuel Oliveira: Investigador Associado do LabCom, Professor Auxiliar na UAL e Professor Convidado na Universidade de Mannheim (Alemanha). Presidente reeleito da secção de Comunicação Organizacional e Estratégica da ECREA. Doutor em Ciências Políticas e Sociais pela Universidade de Leipzig, Alemanha (Dr. rer. pol.); em Ciências da Comunicação pela Universidade do Minho, Portugal (Dr. phil.); e em Comunicação Estratégica pela Universidade Autónoma de Barcelona, Espanha. Recebeu prémios de Investigação atribuídos pela EUPRERA em 2019 e pela AIRP em 2023. As suas principais áreas de investigação são Comunicação Estratégica, Comunicação de grupos da sociedade civil, Comunicação e Diversidade, e Relações Públicas.

Nuno Correia de Brito: Professor Adjunto na ESECS do Instituto Politécnico de Leiria. Colabora com a UAL, no âmbito do ensino pós-graduado (Autónoma Academy). Concluiu o mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias de Informação no ISCTE, em 2011, e o doutoramento em Ciências da Comunicação pela mesma universidade, em 2017. Atua na área das Ciências da Comunicação e desenvolve a sua pesquisa em Comunicação Estratégica, Comunicação Política e Movimentos Sociais. É Investigador Integrado do ICNOVA da FCSH da Universidade Nova de Lisboa. Conta ainda com mais de dez anos de experiência profissional na área da Consultoria de Comunicação e Relações Públicas.

Submissão: 5/09/2023

Aceitação: 16/04/2024

Educação em Relações Públicas: Competências valorizadas pelos profissionais em Portugal

Resumo (PT): Tendo em consideração as mudanças potenciadas pela transformação digital e pelas redes sociais, juntamente com as diferenças geracionais na formação pré-universitária, este estudo visa identificar e analisar as competências valorizadas pelos profissionais em Portugal, especificamente as referentes a recém-formados. Através da análise de conteúdo de 87 entrevistas, identificam-se as competências que são predominantemente valorizadas no país, em comparação com as mencionadas na literatura existente. Os resultados enfatizam a predominância de competências de âmbito geral, dando destaque a capacidades comunicacionais e às que se referem a competências relacionadas com conteúdos digitais. Nestes ecoam as reflexões de Margarida Kunsch, Kate Fitch e Jacquie L'Etang, sugerindo que, embora o estudo seja local, os resultados estão alinhados com tendências globais na área. Este quadro de referência pode orientar o desenvolvimento curricular e estimular reflexões sobre a educação em Relações Públicas.

Palavras-chave: Relações Públicas, Competências Profissionais, Educação em RP, Ensino Superior.

PR Education: valued skills by Portuguese professionals

Abstract (EN): Taking into account the changes brought about by digital transformation and social networks, as well as the generational differences in pre-university education, this study aims to identify and analyze the competences valued by professionals in Portugal, especially those related to recent graduates. Through a content analysis of 87 interviews, the existing and predominant competences in the country were identified and compared with those mentioned in the existing literature. The results highlight the predominance of general competences, with an emphasis on those related to communication and digital content. These echo the reflections of Margarida Kunsch, Kate Fitch and Jacquie L'Etang, suggesting that in spite of the local dimension of the study, it is in line with global trends in the field. This frame of reference can guide *curriculum* development and stimulate reflection on public relations education.

Keywords: Public Relations, Professional Skill, PR Education, Higher Education.

Introdução

Enquanto as competências e os conhecimentos relevantes na área de Comunicação Estratégica e Relações Públicas (RP) têm sido estudados por vários trabalhos acadêmicos que se dedicaram ao âmbito nacional e internacional — como, por exemplo, Krishna, Wright & Kotcher, 2020; Flynn, 2014; Todd, 2014; Verhoeven, Zerfass & Tench, 2011; Shaw & White, 2004; Combs & Rybacki, 1999; L’Etang, 1999; Gonçalves, 2009 —, para o caso português, a área da comunicação permanece em constante mudança e as profissões associadas apresentam metamorfoses sucessivas. Tradicionalmente, e como área de conhecimento e de estudo no âmbito aplicado a uma profissão, as RP estiveram ligadas a conhecimentos e enquadramentos teóricos das Ciências da Comunicação e/ou da Gestão, por um lado, mas, também, a uma série de competências aplicadas das mesmas áreas, por outro (Cornelissen, 2023). Com a evolução da digitalização e as transformações nos cenários mediáticos, observamos uma mudança nas competências requeridas ou valorizadas pelo mercado ou, pelo menos, uma reorganização na hierarquia das competências identificadas. Além disso, diante dos novos meios de comunicação e das oportunidades para o desenvolvimento de meios de comunicação próprios das organizações — conhecidos como *owned media* (Baetzgen & Tropp, 2013) —, torna-se cada vez mais crucial possuir uma ampla gama de competências para a gestão das relações mediadas por estes meios, bem como para criar conteúdos adaptados às diversas plataformas e canais. Conseqüentemente, os profissionais recém-formados em RP são agora confrontados com a necessidade de possuir competências mais específicas para a área em questão, bem como competências transversais que lhes permitam lidar com a constante transmutação do entorno social, ou seja, dos ecossistemas mediáticos, e as circunstâncias dos processos comunicativos. Por outro lado, uma revisão sistemática da literatura realizada por Flynn (2014) mostrou existir uma lacuna na investigação no que diz respeito às competências, aptidões e conhecimentos para profissionais que estão a dar os primeiros passos na profissão. Todd (2014), por sua vez, destaca a importância da adaptação dos *curriculae* dos cursos superiores na área das RP, no sentido de desenvolver competências específicas para a prática profissional.

No estudo do *State of the Profession* (CIPR, 2022), um inquérito do *Chartered Institute of Public Relations* (CIPR) do Reino Unido a mais de 700 profissionais, foi identificada a falta de competências como um desafio na profissão (indicado por 27 por cento), enquanto um em cada cinco sinalizava o leque crescente de competências e dez por cento

notavam a falta de competências analíticas. O leque de competências crescente tem estado presente nos estudos recentes, sendo que, entre 2017 e 2019, ocupou sempre uma posição do top 5. Porém, os estudos do CIPR não mencionam a que tipo de competências se referiam, com exceção das analíticas. Por outro lado, o *Omnibus survey* 2016 da Commission on Public Relations Education (CPRE) concluía que “as KSAs¹ mais procuradas não são da abrangência do conhecimento, mas sim de competências” (Commission, 2018, p. 53). Neste artigo, a análise permite concluir que, no contexto português e conforme a Agência de Avaliação e Acreditação do Ensino Superior A3ES (2023), as competências abrangem várias dimensões, incluindo o uso de aptidões. Desta forma, competência é definida como “capacidade comprovada para utilizar saberes, aptidões e capacidades pessoais de que se é detentor” (A3ES, s.d.).² Assim, devido à natureza eminentemente aplicada e prática do ensino das RP, as aptidões são estimuladas e desenvolvidas na sua aplicação à área específica, ou seja, a capacidade de resolver é aplicada aos desafios comunicacionais. Consequentemente, é possível empregar o termo “competência” de forma ampla. Nos estudos de RP não há consenso sobre as distinções entre competências, aptidões e capacidades (Flynn, 2014). Chappell, Hawke, Rhodes e Solomon (2003) argumentam que, na economia moderna, as fronteiras entre estes termos estão menos definidas e que as diferenças estão a diminuir. Por outro lado, Finegold e Notabartolo (2010) defendem que os mesmos termos são semelhantes e podem ser considerados sinónimos.

Neste estudo, procura-se identificar as competências mais valorizadas pelos profissionais portugueses principiantes de RP. Após uma revisão teórica e a análise de vários estudos de competências e ensino em RP (1), são exploradas propostas recentes de académicos (2). Em seguida, é detalhada a metodologia da recolha de dados (3), seguida da descrição e interpretação dos mesmos (4). Finalmente, será realizada uma reflexão crítica comparativa com as ideias principais da literatura e o contexto português, seguida de reflexões sobre o ensino universitário em RP (5).

¹ KSAs é uma sigla da língua inglesa para *Knowledge, Skills and Abilities* (Conhecimento, competências e capacidades).

² Apesar desta definição, que julgamos ser uma adaptação da palavra *lato sensu*, o mesmo glossário menciona nos resultados de aprendizagem a divisão entre conhecimentos, aptidões e competências.

1. Enquadramento Teórico

Apesar de estudos anteriores terem tematizado a questão da educação em RP, como o de Coombs e Rybacky (1999), o primeiro estudo de grande dimensão que se debruçou sobre a questão das competências necessárias ao mercado foi feito pela *Commission on Public Relations Education* (CPRE), em 2006, denominado *Professional Bond — Public Relations Education and Practice*. Este estudo revelou que, nos temas centrais abordados, tanto professores quanto profissionais concordavam quanto ao que os estudantes da graduação deveriam aprender para ingressar na profissão. Dessa forma, foram identificadas as seguintes competências: escrita (1); pensamento crítico (2); resolução de problemas (3); boa atitude (4); capacidade de comunicar em público (5); e iniciativa (6). Estas competências deveriam ser adquiridas por meio de estágios ou experiência de trabalho, e os programas deveriam incluir unidades curriculares de outras disciplinas, como Gestão, Ciências Sociais e Ciências do Comportamento. Além disso, os programas deveriam abordar conteúdos sobre ética em RP e educação para a diversidade. Para mais, era esperada uma afinidade com a tecnologia, bem como uma compreensão do contexto social e das implicações da globalização da profissão, ou seja, estar preparado para diferentes culturas, leis e políticas públicas.

Flynn (2014) propõe uma lista de competências transversais para toda a carreira de um profissional de RP no século XXI, embora estas não sejam especificamente delineadas para o início da atividade: a) processamento e análise de informação; b) capacidades de comunicação; c) colaboração e trabalho de equipa; d) competências de TIC/informática/ambiente digital; e) inovação; f) adaptação/flexibilidade; g) resolução de problemas; h) pensamento crítico.

Em 2018, a CPRE publicou um relatório sobre o estado da educação em RP intitulado *Fast forward: Foundations and future state. Educators and practitioners*. O estudo identifica as categorias mais valorizadas pelos profissionais. Assim, como competências necessárias para o início na profissão, foram destacadas: pesquisa e análise (1), escrita (2), assessoria de imprensa (3), gestão de redes sociais (4), edição (5), falar em público (6), *storytelling* (7) e competências comunicacionais (8) (p. 49). Como capacidades, destacaram-se o pensamento criativo (1), a solução de problemas (2) e o pensamento crítico (3), entre outras (p.50).

A estas junta-se uma lista de características como a curiosidade (1), a criatividade (2), a colaboração (3), a iniciativa (4) e a gestão do tempo (5) (p. 51).

Por outro lado, a análise de mil ofertas de emprego na área das RP identificou que, além das competências tradicionais, como a escrita, a procura de competências de comunicação digital e redes sociais está a tornar-se cada vez mais relevante (Meganck, Smith & Guidry, 2020). Mais ainda, identificou competências pessoais, tais como a capacidade de organização, liderança e trabalho em equipa, como uma tendência clara. Esta propensão já havia sido identificada em estudos anteriores, estando presente desde sempre; no entanto, estas competências têm vindo a ganhar cada vez mais relevância. Enquanto Auger e Cho (2016) identificaram escrita, estratégia e planificação, comunicação verbal, assessoria de imprensa e redes sociais como mais relevantes, Brunner, Zarkin e Yates (2018) destacaram a importância das *soft skills*, como ser-se colaborativo, colegial e organizado, além de competências como redação para as diversas plataformas, gestão de redes sociais e de projetos. Por outro lado ainda, o estudo da *National Association of Colleges and Employers*, em 2019, revela que os empregadores procuram jovens capazes de comunicar eficazmente tanto na escrita quanto na oralidade, demonstrando competências analíticas e de resolução de problemas; espera-se também que tenham iniciativa, capacidade de trabalho em equipa e liderança, além de uma ética de trabalho sólida (Doyle, 2019).

Abordagens académicas recentes à questão do ensino surgiram nos últimos anos. Margarida Kunsch (2017) avança com uma sistematização teórica das exigências e dos desafios da sociedade contemporânea, que influenciam o perfil do ensino em RP, como sejam a necessidade de se conviver e se integrar na era digital global (1), um novo mundo do trabalho com ambiguidade e paradoxos (2), assim como a postura de aprendizagem constante (3) e o desenvolvimento de competências para enfrentar a infodemia (4). Por outro lado, Kate Fitch e Jacquie L'Etang (2020) abordam, na conferência de Bournemouth, em 2018, a história das RP. Defendem um equilíbrio entre prática e competências técnicas, com uma perspectiva que valoriza o entendimento histórico das RP na formação. Segundo as autoras, esta abordagem tem o potencial de promover o desenvolvimento de capacidades de análise, interpretação e pensamento crítico. Betekke van Ruler, em 2005, já preconizava no seu estudo a necessidade de os académicos reconhecerem que a transmissão de conhecimento deve ser complementada com o “conhecimento emocional”, que está relacionado com as competências atualmente

conhecidas como *soft skills*, apelando à integração das necessidades profissionais identificadas na prática acadêmica.

No contexto português, destaca-se um estudo que identificou competências técnicas e características pessoais de um perfil ideal de um licenciado em RP, após a revisão da literatura (Gonçalves, 2008). Nesse estudo, foram destacadas capacidades como o domínio da língua, comunicação interpessoal e eficiência na produção de mensagens como as três mais valorizadas pelos profissionais. Em seguida, foram mencionadas as capacidades de planejar estratégias de comunicação, resolver problemas, apresentar e comunicar com facilidade, fluência em língua estrangeira, liderança, pensamento crítico, e técnicas de análise e segmentação de audiências. Um outro trabalho da mesma autora, procurou avaliar as disciplinas mais relevantes para profissionais e educadores (Gonçalves, 2009). Embora não tenham sido mencionadas competências explicitamente, observou-se que disciplinas técnicas como produção de conteúdos e novas tecnologias eram consideradas menos prioritárias (Gonçalves, 2009). Contudo, estes resultados devem ser interpretados à luz do período em que o estudo foi realizado. Desde então, não foram identificados estudos acadêmicos sobre a importância de conteúdos no ensino superior de RP ou sobre competências esperadas ou necessárias para a prática profissional em Portugal.

2. Metodologia

Devido à ausência de estudos recentes em Portugal sobre este tema e com o objetivo de de um estudo exploratório, optou-se por uma abordagem de investigação que permitisse identificar as competências mencionadas pelos profissionais como centrais, em vez de ser recorrer categorias pré-definidas. Além disso, o propósito era entender que competências são valorizadas e procuradas naqueles que iniciam a carreira no contexto atual português. Para alcançar esse objetivo, foram entrevistados 87 profissionais portugueses da área da Comunicação e das RP. A recolha de dados ocorreu em novembro e dezembro de 2022, num processo de amostragem aleatória e de conveniência. Os profissionais foram contactados por *email* ou telefone, e as entrevistas (presenciais e por videochamada) foram gravadas e transcritas integralmente. As questões abordavam as competências mais valorizadas e procuradas nos recém-licenciados em início de carreira, de acordo com um guião composto de questões abertas.

A análise de conteúdo (Bardin, 1977) foi realizada ao mesmo tempo que o desenvolvimento de categorias de forma indutiva, com apoio do *software* informático MaxQDA; “Constructing categories inductively refers to developing categories directly using the data, meaning that the categories are not derived on the basis of theories” (Kuckartz, 2014, p. 58). As unidades de análise consistiram em excertos das entrevistas, transcritos e recortados em segmentos para tratamento. Este procedimento permitiu identificar, separar e circunscrever os temas. Foram identificadas unidades de contexto, tendo em conta as respostas sobre as competências mais valorizadas num recém-licenciado em Comunicação e RP. Neste sentido, o recorte foi realizado tendo por base o “Tema”. Assim, a unidade de registo é temática, com o objetivo de identificar nexos e sentidos nos segmentos de texto; “Fazer uma análise temática consiste em descobrir os núcleos de sentido que compõem a comunicação cuja presença, ou frequência de aparição podem significar alguma coisa para o objetivo analítico escolhido” (Bardin, 1977, p. 105). Este processo permitiu a codificação por categorias e, com essas, obter resultados de um estudo empírico exploratório. As categorias e procedimentos de codificação serão descritos na seção seguinte deste artigo.

3. Resultados

Da análise de conteúdo resulta a codificação de 308 segmentos de texto reduzidos a 24 categorias. A Tabela 1 apresenta a frequência absoluta dos segmentos codificados. Para um melhor entendimento dos sentidos atribuídos a cada categoria, explicamos de seguida a sua referência principal: capacidades comunicativas entendem-se como a interpretação, análise de textos e escrita e também incluem as competências de apresentação e exposição de ideias (1); capacidade de aprendizagem, adaptação e inovação diz respeito à adequação constante aos novos desafios do mercado e às situações impostas pelo contexto económico, social, cultural e tecnológico (2); criatividade faz alusão à capacidade de procura de soluções inovadoras para responder aos problemas (3); pró-atividade representa uma atitude de intervenção que resulta em iniciativa e dinamismo na ação (4); trabalho de equipa compreende a capacidade de desenvolver e gerir processos em grupo orientados para objetivos comuns (5); competências digitais apontam para todos os conhecimentos e aptidões acerca da criação, análise e desenvolvimento de técnicas e processos de intervenção em contextos e plataformas digitais (6); responsabilidade e ética

correspondem aos valores intrínsecos, à atitude e ao comportamento no domínio profissional (7); versatilidade e flexibilidade referem-se à capacidade de adaptação a situações com alto nível de imprevisibilidade e incerteza (8); sociabilidade, contactos e empatia denotam a capacidade de criar laços sociais, criar uma rede e estabelecer cumplicidades num determinado grupo (9); conhecimento da organização e capacidade de análise incluem as atividades de recolha, tratamento e análise da informação sobre a organização e a sua envolvente (10); capacidade de organização compreende conhecimento de técnicas e ações para tornar os processos mais eficazes (11); sentido crítico e capacidade de reflexão reportam à forma de acrescentar valor através da análise da situação de maneira crítica e racional sistematicamente (12); conhecimento da comunicação social e dos profissionais compreende a experiência e o conhecimento sobre o setor da comunicação social e os seus atores (13); investigação e pesquisa estão associadas aos processos de elaboração de estudos e sua metodologia (14);

Tabela 1 — Categorias e frequências nos segmentos

Categorias	Seg.
Capacidades comunicativas	57
Capacidade de aprendizagem, adaptação e inovação	48
Criatividade	25
Pró-atividade	23
Trabalho de equipa	18
Competências digitais	17
Responsabilidade e ética	14
Versatilidade e flexibilidade	13
Conhecimento sobre a organização e capacidade de análise	10
Sociabilidade, contatos e empatia	10
Conhecimento da comunicação social e dos profissionais	9
Sentido crítico e capacidade de reflexão	9
Capacidade de organização	9
Investigação e pesquisa	8
Disponibilidade	7
Cultura geral	7
Horário, pontualidade e assiduidade, e gestão do tempo	6
Conhecimento de programas para edição	5
Estratégia	4

Línguas estrangeiras	3
Autonomia	2
Atenção ao pormenor e rigor técnico	2
Gestão do <i>stress</i>	1
Boa apresentação e imagem	1

Fonte: Elaboração própria

cultura geral implica conhecimentos de várias áreas (15); disponibilidade refere-se à atitude positiva e à disposição para colaborar (16); horário, pontualidade e assiduidade, e gestão de tempo incluem atitudes de preocupação em assumir os compromissos atendendo aos prazos e à capacidade de gestão do tempo (17); conhecimento de programas para edição diz respeito ao conhecimento e à capacidade de manipulação e operação de ferramentas de imagem, som, vídeo e edição digital de texto (18); estratégia compreende um conjunto de conhecimentos e aptidões de planificação estratégica para atingir resultados (19); línguas estrangeiras reportam-se ao conhecimento e capacidade de utilização de idiomas (20); autonomia é referente à capacidade de gerir processos com elevado grau de independência (21); atenção ao pormenor e rigor técnico sugerem processos de elaboração de tarefas com preocupação com a sua qualidade final (22); gestão do *stress* representa a capacidade de gerir processos em contextos adversos e com pressão multifator (23); boa apresentação e imagem compreendem a preocupação em adequar o vestuário e o comportamento às situações (24).

Apenas 6 em 24 categorias estão relacionadas com conteúdos específicos da área das RP: capacidades comunicativas, competências digitais, responsabilidade e ética, conhecimento da comunicação social e dos profissionais, programas de edição, e estratégia. A categoria capacidades de comunicação é a mais relevante. Competências como a capacidade de redação de textos e de transmissão de ideias de forma clara e concisa continuam a constituir a base do perfil dos profissionais da área das RP, como é evidenciado neste excerto: “Para além de competências básicas ao nível da comunicação, tanto orais como escritas, é essencial ser objetivo, claro e conciso, para ir direto ao assunto, sem rodeios que façam que a transmissão da mensagem se perca” (citação retirada da análise das entrevistas, não editada). Outro aspecto é a menção em 14 segmentos de questões éticas aplicadas à profissão. Por fim, evidencia-se a comunicação digital, a assessoria de imprensa e a produção de conteúdos em vídeo como as especialidades das RP mais presentes.

Criatividade e estratégia podem ser consideradas dois polos do trabalho de RP, sendo comparáveis com os dois perfis de RP: o perfil de gestor e o perfil de técnico. Ambas as categorias surgem, mas criatividade foi bastante mais mencionada e fundamentada, especialmente na sua dimensão aplicada à solução de problemas tanto de gestão e organização, como de comunicação, como é evidenciado nestes excertos: “a natureza do trabalho em comunicação é colaborativa e cheia de alterações que precisam de ser solucionadas com criatividade”; “o processo criativo está sempre em funcionamento e é inspirado pelo tal conhecimento sobre a sociedade”; “a criatividade é a peça-chave para alavancar a comunicação” (citações retiradas da análise das entrevistas).

Para comparar as categorias indutivas de análise de conteúdo com as mencionadas no estudo mais recente (Comission, 2018), foi elaborada uma tabela de equivalência entre as categorias (Tabela 2).

Tabela 2 — Categorias indutivas de análise de conteúdo e comparação com as categorias do estudo de 2018

Categorias	Competências
Capacidades comunicativas	C1, C2, C6, C8
Capacidade de aprendizagem, adaptação e inovação	C1, H1, H2, CT1, CT2, CT3, CT4
Criatividade	H1, CT1
Pró-atividade	H1, H2, H3, CT4
Trabalho de equipa	CT3, CT4, CT5
Competências digitais	C4, C7, H1, CT2
Responsabilidade e ética	H3
Versatilidade e flexibilidade	H2, CT3, CT5
Conhecimento sobre a organização e capacidade de análise	C1, CA3, CT4
Sociabilidade, contatos e empatia	C8, CT3
Conhecimento da comunicação social e dos profissionais	C3, CT1, CT4
Sentido crítico e capacidade de reflexão	C1, CA3, CT4
Capacidade de organização	CA2, CT4 e CT5
Investigação e pesquisa	C1
Disponibilidade	CT1, CT3, CT4
Cultura geral	-
Horário, pontualidade e assiduidade, e gestão do tempo	CA2, CT5

Conhecimento de programas para edição	C5
Estratégia	C1, CA1, CA2, CA3, CT1, CT2
Línguas estrangeiras	-
Autonomia	C1, CA2, CA3, CT1, CT2, CT4, CT5
Atenção ao pormenor e rigor técnico	CA2, CA3, CT1
Gestão do <i>stress</i>	CA2, CT5
Boa apresentação e imagem	C3, C6, CT4

Fonte: Elaboração própria. Códigos: Competência de análise (C1), escrita (C2), assessoria de imprensa (C3), gestão de redes sociais (C4), edição (C5), falar em público (C6), *storytelling* (C7) e competências comunicacionais (C8); capacidade de pensamento criativo (CA1), a solução de problemas (CA2) e o pensamento crítico (CA3). Característica de Curiosidade (CT1), criatividade (CT2), colaboração (CT3), iniciativa (CT4) e gestão do tempo (CT5).

Após a comparação das categorias indutivas com as do estudo, foram calculadas as frequências das categorias (ver tabela 3). Nas 24 categorias identificadas, foram atribuídas 70 menções por inferência a todas as 16 categorias. Dessas, 46 por cento são características, 30 por cento competências e 20 por cento capacidades.³

Tabela 3 — Códigos e frequências por inferência às categorias

Competência	Frequência
C1	7
C2	1
C3	2
C4	1
C5	1
C6	2
C7	1
C8	2
CA1	5
CA2	9
CA3	7
CT1	7
CT2	4
CT3	5

³ Considerando a classificação proposta pelo estudo referido.

CT4	10
CT5	6

Fonte: elaboração própria.

A competência mais relevante encontrada implicitamente em dez categorias avançadas pelos profissionais portugueses foi a característica da iniciativa. A segunda foi a capacidade da solução de problemas, em nove categorias. Além disso, com igual intensidade de referência, sete categorias foram encontradas: a competência de análise, a capacidade do pensamento crítico e a característica da curiosidade.

Discussão e conclusão

Este estudo procurou identificar quais as competências, *lato sensu*, que são mais valorizadas pelos profissionais de RP quando procuram recém-licenciados para iniciar a profissão. Após abordar brevemente a definição de competências no contexto profissional e uma análise de vários estudos sobre competências, foi realizada uma investigação empírica de orientação exploratória, com o intuito principal de identificar as competências mais relevantes para os profissionais, no caso de recém-licenciados e iniciantes na profissão. No topo das categorias mencionadas estão as competências de expressão e comunicação. Apesar de competências de comunicação *online* e edição de conteúdo em vídeo e ética também terem sido identificadas, a maioria das competências apontadas são transversais e incluem características esperadas. Comparando com os resultados do estudo conduzido por Gisela Gonçalves em 2008, constata-se que as capacidades comunicacionais continuam a ser as mais valorizadas. Além disso, observa-se que todas as competências técnicas e características pessoais propostas nesse estudo estão refletidas nas mencionadas pelos profissionais atualmente. Todas as categorias mencionadas no estudo *Professional Bond* (2018) estão incluídas nas categorias dos profissionais portugueses.

Tendo em conta os resultados do *State of the Profession* do CIPR (CIPR, 2022), que indica falta de competências, um leque crescente de competências e falta de capacidade de análise, os resultados do presente estudo denotam essas tendências também presentes em Portugal. Considera-se que estes resultados apontam para uma predominância de competências, conhecimentos e aptidões que enfatizam a adaptação dos profissionais aos contextos de grande variabilidade e incerteza, com a exigência de altos níveis de

performance em contextos altamente tecnológicos e digitais. Além disso, um conjunto de aspetos associados à ética e responsabilidade é cada vez mais tido em consideração pelo mercado e pelos empregadores. Estas características vão ao encontro das avançadas por Kunsch (2017), quando se refere aos novos desafios que enfrentam os profissionais de comunicação e RP num mundo altamente tecnológico, mas também às preocupações crescentes relativamente a uma atitude ética e responsável das organizações e dos seus profissionais. Neste sentido, a revisão do perfil do *Professional Bond* tem em linha de conta a inclusão de Ética nos cinco cursos ou áreas sobre os quais deverão incidir os *curriculae* escolares dos cursos de Comunicação e de RP. Adicionalmente, as capacidades solução de problemas e pensamento crítico, presentes em 16 categorias, reforçam a sugestão da inclusão de história das RP e teorias, em equilíbrio com a formação técnica, para fomentar estas competências, avançada por Kate Fitch e Jacquie L'Etang em Bournemouth (2020).

Este estudo, pelo seu cariz exploratório, apresenta algumas limitações, nomeadamente no que diz respeito ao tipo de amostra e ao método de amostragem. Recomenda-se em futuros estudos a amostragem estratificada ou representativa, eventualmente com um estudo quantitativo confirmatório, incluindo uma variedade de profissionais por diferentes perfis profissionais e setor, com segmentação da amostra. Ademais, pode ser desenvolvido primeiro um quadro ou mais de competências com base nos resultados deste estudo, e de outros disponíveis, para indagar diferenças e tendências entre tipo de profissionais de comunicação e até mesmo de área de atividade. Antevemos diferenças entre profissionais de agência ou *in house*, entre profissionais do setor público e de setores específicos, como o financeiro. Seria, ainda, conveniente incluir nos próximos estudos realizados em Portugal dados e análises sobre a utilização de ferramentas específicas de Inteligência Artificial neste setor.

Concluindo, os dados disponíveis sugerem que o mercado e os profissionais pedem recém-licenciados com competências mais diversas e generalistas, como a iniciativa, a solução de problemas, a análise, o pensamento crítico e a curiosidade. Neste sentido, questiona-se se a tendência de uniformização dos cursos entre os vários estabelecimentos do ensino superior (universitário e politécnico), bem como a tradição do ensino de Ciências da Comunicação em conjunto, não estarão a limitar o próprio ensino superior, impedindo-o de estimular e desenvolver as competências mais necessárias. Além disso, fazemos considerações sobre a especificidade da formação em Relações Públicas,

sugerindo a necessidade de mais licenciaturas dedicadas a esta área, com currículos centrados na preparação efetiva de graduados para a profissão, um modelo já adotado amplamente em países europeus, como a vizinha Espanha⁴. Outro aspecto a considerar é de que forma os currículos muito específicos ou certificados por vários anos não se tornam obsoletos. Ainda existem cursos de Ciências da Comunicação em que o Jornalismo continua a ser a dominante, enquanto as RP são tratadas como uma área secundária. Nestes casos, por vezes as únicas componentes de RP abordadas são a Teoria dos *Media* e Assessoria de Imprensa. O mais preocupante é o facto de em Portugal não existir um código para a área científica específica para a formação em RP⁵. Surge então a questão: dever-se-á atribuir um grau a estudantes que não estejam preparados para responder a nenhuma das competências mais procuradas pelo mercado, que não seja para o prosseguimento de estudos (investigação)?

Pertinente seria um estudo futuro que questionasse os profissionais, com um a dois anos de experiência, sobre o real contributo das competências adquiridas durante a licenciatura para a sua prática profissional e que, dessas competências, se pudesse avaliar aquelas que foram mais relevantes para a profissão. A estes profissionais poderia também ser proposta uma apreciação dos currículos vigentes que integram a oferta de cursos desta área no ensino superior. Com base nestes dados, talvez seja possível avançar com um quadro de competências e uma matriz a ser seguida pela A3ES (Agência de Avaliação e Acreditação do Ensino Superior). Esta poderia facilitar uma alteração dos programas de formação e, consequentemente, uma melhoria da qualidade das práticas das RP em Portugal.

⁴ Atualmente existem seis licenciaturas específicas em Relações Públicas em Portugal, apenas uma das quais no ensino universitário público, na Universidade dos Açores (<https://cnaef.dgeec.medu.pt>, recuperado em 2024).

⁵ Em Portugal, não existe um código para a área de relações públicas, comunicação estratégica ou comunicação organizacional. Todos os programas são codificados em áreas que cientificamente estão erradas. Ou seja, apenas se prevê na Classificação Nacional Áreas de Educação e Formação (CNAEF) as áreas 0321 (Jornalismo e reportagem) e 0414 (Marketing e Publicidade).

REFERÊNCIAS

- A3ES. (s.d.). Glossário. <https://www.a3es.pt/pt/documentos/documentos/glossario>.
- Auger, G. A. & Cho, M. (2016). A comprehensive analysis of public relations curricula: Does it matter where you go to school, and is academia meeting the needs of the practice? *Journalism & Mass Communication Educator*, 71, 50–68. <https://doi.org/10.1177/1077695814551830>.
- Baetzgen, A. & Tropp, J. (2013). Owned media: Developing a theory from the buzzword. *Studies in Media and Communication*, 1(2), 1–10. Redfame Publishing. <https://doi.org/10.11114/smc.v1i2.172>.
- Bardin, L. (1977). *Análise de conteúdo*. Edições 70.
- Brunner, B., Zarkin, K. & Yates, B. (2018). What do employers want? What should faculty teach? A content analysis of entry-level employment ads in public relations. *Journal of Public Relations Education*, 4(2), 21–50.
- Chappell, C., Hawke, G., Rhodes, C. & Solomon, N. (2003). High level review of training packages: Phase 1 report: An analysis of the current and future context in which training packages will need to operate. Australian National Training Authority.
- Chartered Institute of Public Relations. (2022, s.d.). State of the Profession 2022 report. https://cipr.co.uk/CIPR/CIPR/Our_work/Policy/PR_research.aspx
- Commission on Public Relations Education. (2018, April n.d). Fast forward: Foundations and future states. Educators and practitioners. <http://www.commissionpred.org/wp-content/uploads/2018/04/report6-full.pdf>.
- Coombs, W. T. & Rybacki, K. (1999). Public relations education: Where is pedagogy? *Public Relations Review*, 25(1), 55–63. [https://doi.org/10.1016/s0363-8111\(99\)80127-1](https://doi.org/10.1016/s0363-8111(99)80127-1).
- Cornelissen, J. (2023). *Corporate communication* (7th ed.). SAGE Publications.
- Doyle, A. (2019). Top skills employers seek in college graduates. *The Balance*. <https://www.thebalance.com/top-skills-employers-seek-in-college-grads-4030755>.
- Fitch, K. and L'Etang, J. (2020), Problematizing history in the public relations curriculum. *Corporate Communications: An International Journal*, 25(4), 703-716. <https://doi.org/10.1108/CCIJ-11-2019-0122>
- Finegold, D. & Notabartolo, A. S. (2010). 21st-century competencies and their impact: An interdisciplinary literature review. William and Flora Hewlett Foundation. http://www.hewlett.org/uploads/21st%20Century_Compencies_Impact.pdf.
- Flynn, T. (2014). Do they have what it takes? A review of the literature on knowledge, competencies, and skills necessary for twenty-first-century public relations practitioners in Canada. *Canadian Journal of Communication*, 39, 361–384.
- Gonçalves, G. (2008). *As Relações Públicas em Portugal. Um aviso da profissão através do currículo do ensino superior*. M. (orgs) Comunicação e Cidadania. Atas do 5º Congresso da Associação Portuguesa de Comunicação. 192-201.
- Gonçalves, G. (2009). Public relations in Portugal. An analysis of the profession through the undergraduate curriculum. *Public Relations Review*, 35(3). <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2009.05.003>.
- Krishna, A., Wright, D. & Kotcher, R. L. (2020). Curriculum rebuilding in public relations: Understanding what early career, mid-career, and senior PR/communications professionals expect from PR graduates. *Journal of Public Relations Education*, 6(1), 33–57.
- Kuckartz, U. (2014). *Qualitative text analysis: A guide to methods, practice & using software*. SAGE.

Kunsch, M. (2017). A formação universitária em Relações Públicas: novas demandas e desafios da sociedade contemporânea. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, 14(VII), 5-22. <http://dx.doi.org/10.5783/RIRP-14-2017-02-05-22>

Meganck, S., Smith, J. & Guidry, J. P. D. (2020). The skills required for entry-level public relations: An analysis of skills required in 1,000 PR job ads. *Public Relations Review*, 46(5). <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2020.101973>.

Todd, V. (2014). Public relations supervisors and Millennial entry-level practitioners rate entry-level job skills and professional characteristics. *Public Relations Review*, 40(5), 789–797. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2014.05.002>.

Van Ruler, B. (2005). Commentary: Professionals are from Venus, scholars are from Mars. *Public Relations Review*, 31, 159–173. <https://doi.org/10.10106/j.pubrev.2005.02.022>.

Verhoeven, P., Zerfass, A. & Tench, R. (2011). Strategic orientation of communication professionals in Europe. *International Journal of Strategic Communication*, 5(2), 95–117. <https://doi.org/10.1080/1553118X.2011.561080>.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos aos alunos do 3.º Ano da Licenciatura em Ciências da Comunicação da Universidade Autónoma de Lisboa, na Unidade Curricular Assessoria de Imprensa, Protocolo e Eventos, pela participação na recolha de dados em 2022, no âmbito do processo pedagógico dos conteúdos relacionados com o perfil profissional do RP.