



UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA

“JÚLIO DE MESQUITA FILHO”

FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO

DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

Larissa Sanches

**Competências requeridas para cargos de comunicação exigidas
pelas empresas no site Vagas.com**

Bauru

2019

Larissa Sanches

**Competências requeridas para cargos de comunicação exigidas
pelas empresas no site Vagas.com**

Trabalho de conclusão de curso apresentado como requisito parcial à conclusão do curso de Comunicação Social: Relações Públicas da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, da Universidade Estadual Paulista – UNESP/ Bauru, para a obtenção do grau de bacharel em Relações Públicas.

Orientadora: Prof^a Dr^a Maria Eugênia Porém

Bauru

2019

Larissa Sanches

**Competências requeridas para cargos de comunicação exigidas
pelas empresas no site Vagas.com**

Trabalho de conclusão de curso apresentado como requisito parcial à conclusão do curso de Comunicação Social: Relações Públicas da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, da Universidade Estadual Paulista – UNESP/ Bauru, para a obtenção do grau de bacharel em Relações Públicas.

Banca examinadora:

Prof^a Dr^a Maria Eugênia Porém
Orientadora

Prof^a. Dr^a.Roseane Andrelo

Prof^a. Ms^a Tainah Schuindt Ferrari Veras

Bauru

2019

*“Você nunca sabe que resultados virão da sua
ação. Mas se você não fizer nada, não existirão
resultados” – Mahatma Gandhi*

AGRADECIMENTOS

Com muito amor e saudades, minha mãe, Robélia, que incessantemente se mostrou um exemplo de força e determinação, que sempre se esforçou para que eu tivesse a melhor educação possível, fosse a primeira da família a cursar uma faculdade e estudasse em uma universidade pública. Serei eternamente grata por toda a jornada que me acompanhou, todo o carinho e todo o amor.

Minhas irmãs, Cássia e Vanessa, por serem meu alicerce em confiança e foco para nunca desistir dos meus objetivos.

Meu companheiro, Paulo, por me levantar todas às vezes em que pensei em desistir, por sempre me mostrar o lado bom da vida.

Meus melhores amigos Bárbara e Felipe, por terem me ensinado o verdadeiro sentido de amizade.

Minha orientadora, Maria Eugênia, por nunca deixar de se expressar e mostrar sua essência, e por ter feito com que esta experiência com o trabalho de conclusão de curso fosse a mais tranquila possível, além de dar os melhores conselhos sobre a juventude e a vida profissional.

RESUMO

O profissional de comunicação que está em busca de uma vaga de emprego nas principais cidades do Brasil, por inúmeras vezes se depara com os termos "criatividade", "boa relação interpessoal" e muitos outros, como pré-requisitos para diversos cargos. O objetivo deste estudo é identificar as competências pré-requisitadas para vagas de comunicação que são divulgadas através do site Vagas.com, entre os meses de junho e agosto de 2019. Este estudo busca valorizar se as competências exigidas para os cargos de comunicação vão além de uma atuação técnica e se possuem um caráter transformador para o profissional. Seu caráter é descritivo e exploratório, e para tal, utilizou-se de forma compendiada, o método de análise de conteúdo. Como principais resultados, a criatividade, flexibilidade, trabalho em equipe, liderança, bom relacionamento interpessoal e proatividade, apresentam-se como as 6 competências identificadas que o profissional de comunicação mais deve se atentar ao entrar no mercado de trabalho. Por fim, foi-se possível compreender que as organizações encontram-se em meio um mundo dinâmico e globalizado, e por conta disto, se atentam às mudanças e estratégias que melhor se encaixam em seu cenário, apostando em competências que julgam ser as mais assertivas para o seu negócio, das quais este estudo identificou como sendo de caráter comportamental.

PALAVRAS-CHAVE: Competência, comunicação, Vagas.com, CBO, profissional.

ABSTRACT

The communication professional who is looking for a job vacancy in the main cities of Brazil, repeatedly comes across the terms "creativity", "good interpersonal relationship" and many others as prerequisites for various positions. The purpose of this study is to identify the prerequisite skills for communication vacancies that are released through the Vagas.com website between June and August 2019. This study seeks to value whether the skills required for communication positions go beyond of a technical performance and have a transforming character for the professional. Its character is descriptive and exploratory, and for such, the content analysis method was used in a compendiated way. As main results, creativity, flexibility, teamwork, leadership, good interpersonal relationship and proactivity, are the 6 identified skills that the communication professional should pay attention to when entering the job market. Finally, it was possible to understand that organizations are in a dynamic and globalized world, and because of this, they pay attention to the changes and strategies that best fit their scenario, betting on skills that they think are the most assertive. for your business, which this study identified as being behavioral in nature.

KEY-WORDS: Competence, communication, Vagas.com, CBO, professional.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	9
2. COMPETÊNCIAS E O MUNDO DO TRABALHO.....	11
2.1 As mudanças no mundo do trabalho: breve histórico sobre as competências.....	11
3. COMPETÊNCIAS: CONCEITOS E DEFINIÇÕES	22
3.1. Competências: Algumas definições	22
4. O PROFISSIONAL DE COMUNICAÇÃO: MERCADO E COMPETÊNCIAS	30
4.1 O perfil do profissional de comunicação na contemporaneidade.....	30
4.2 As competências significativas para o perfil do profissional de comunicação	32
4.3 O profissional de comunicação na CBO - Classificação Brasileira de Ocupações	35
5. PESQUISA APLICADA	43
5.1 Resultados e discussões	43
5.2 Competências gerais do profissional do século XXI.....	46
5.3 Competências específicas do profissional de comunicação.....	48
5.4 Panorama geral das vagas anunciadas por empresas através do site Vagas.com	53
5.5 Vagas em geral.....	53
5.6 Cidades em geral	54
5.6.1 Cidades X Vagas	56
5.7 Média salarial.....	57
5.8 Competências requeridas por empresas para cargos de comunicação através do site Vagas.com	59
5.9 Competências gerais, específicas, CBO e Vagas.com.....	63
5.10 Chamada das competências entre as vagas anunciadas	64
CONSIDERAÇÕES FINAIS	67
REFERÊNCIAS.....	69
ANEXOS.....	74

1. INTRODUÇÃO

Certamente você já deve ter ouvido o termo “competência” em algum momento de sua vida. Segundo Fleury e Fleury (2001), a competência pode ser descrita como um,

Conjunto de conhecimentos, habilidades e atitudes (isto é, conjunto de capacidades humanas) que justificam um alto desempenho, acreditando-se que os melhores desempenhos estão fundamentados na inteligência e personalidade das pessoas. Em outras palavras, a competência é percebida como estoque de recursos, que o indivíduo detém”. (FLEURY e FLEURY, 2001, p.185)

Ao longo dos últimos anos, as empresas têm ressignificado o uso deste “estoque de recursos” de seus funcionários. Esta ressignificação torna-se evidente a partir do momento em que a organização busca englobar suas estratégias com as singularidades dos indivíduos, gerando assim, valor social e econômico para uma empresa, segundo Brandão (2007). Os modelos de negócio foram ressignificados nas últimas décadas, onde houve,

"Uma ruptura radical entre dois objetos: o “trabalho”, definido como um conjunto de operações elementares passível de descrição objetiva e racionalização e o “trabalhador”, definido como uma força de trabalho, dotado de uma certa energia e de uma certa habilidade, capaz de assumir a realização dessas operações". (LIMA, SOUZA e ARAÚJO, 2015, p. 1225),

Mediante este novo cenário do mundo do trabalho e o comportamento das organizações, este estudo possui como objeto, as competências requeridas para cargos de comunicação apresentadas em um determinado site que desenvolve soluções tecnológicas com o intuito de encontrar e selecionar profissionais para diversas empresas no território nacional, denominado Vagas.com. A fim de valorizar se as competências exigidas para os cargos de comunicação vão além de uma atuação técnica e se possuem um caráter transformador para o profissional, apresenta-se como o problema deste estudo, a identificação das competências que as empresas vinculadas ao site Vagas.com buscam em um profissional de comunicação.

Desta forma, seu objetivo geral procura identificar as competências requeridas por empresas para vagas da área de comunicação, que contenham a palavra chave “comunicação” na identificação da vaga, através do site Vagas.com durante os meses de julho, julho e agosto de 2019, e atrelá-los ao referencial teórico apresentado neste trabalho. E como objetivos específicos, o estudo busca compreender conhecer as mudanças no mundo do trabalho que perpetuaram a exigência de competências no cenário trabalhista, seus conceitos e definições, e observar àquelas que são consideradas pelos autores apontados no referencial teórico. Para tal,

escolheu-se a análise de conteúdo como método de investigação que melhor se encaixaria ao problema proposto.

Logo, a relevância desta, contribui diretamente para revelar as mudanças e estratégias propostas por empresas em meio um mundo dinâmico e globalizado, além de reconhecer as competências que são exigidas aos profissionais de comunicação na atualidade.

Suas limitações fundamentam-se na não classificação das competências encontradas em quadros sociais, comportamentais, técnicas, emocionais, pessoais ou até mesmo físicos, que podem ser encontradas e debatidas a partir da literatura, uma vez que seu objetivo é apenas identificá-las. Além de não utilizar apenas vagas que contenham o termo “Relações Públicas” em seu título, por conta de sua baixa quantidade numérica, quando comparada às vagas que contém o termo “Comunicação”.

Por fim, ao longo do estudo, o leitor se deparará com diversas seções no referencial teórico, que fazem alusão às competências e o mundo do trabalho, as mudanças no mundo do trabalho e um breve histórico sobre as competências, os conceitos e definições das competências, o perfil do profissional de comunicação na contemporaneidade, as competências significativas para o perfil do profissional de comunicação, e o profissional de comunicação na CBO - Classificação Brasileira de Ocupações. Logo após esta discussão teórica, o leitor se deparará com a análise de conteúdo do site Vagas.com, que faz alusão à pesquisa aplicada, as competências gerais do profissional do século XXI, as competências específicas do profissional de comunicação, o panorama geral das vagas anunciadas por empresas através do site Vagas.com, contendo outras subseções referentes às vagas em geral, cidades, média salarial, as competências requeridas por empresas para cargos de comunicação através do site, a intersecção entre as competências gerais, específicas, do CBO e do Vagas.com, além das chamadas das competências entre as vagas anunciadas.

2. COMPETÊNCIAS E O MUNDO DO TRABALHO

O objetivo deste capítulo é apresentar as transformações do mundo do trabalho que culminaram para a mudança de perfil dos trabalhadores. Esta mudança do profissional se pauta na necessidade de novas competências, que busquem atender novas demandas. Além destes, também serão discutidas as ideias das três correntes mais comumente referenciadas quando o assunto é competência, a corrente francesa, inglesa e norte-americana. Por fim, o capítulo apresenta indagações que contestam o requerimento de tais competências.

2.1 As mudanças no mundo do trabalho: breve histórico sobre as competências

Os novos modelos de organização do trabalho passam a requerer competências técnicas e comportamentais dos profissionais, com o intuito de inseri-los cada vez mais em seus projetos, processos e valores (MACHADO, 2007). Com a extinção da bipolarização, junto à queda do Muro de Berlim, agora nos encontramos em meio a uma nova prática geopolítica, onde observa-se a disputa econômica entre os Estados Unidos, União Europeia e Japão, em paralelo ao desequilíbrio econômico e social entre países (KUNSCH, 2016). Graças à revolução tecnológica pudemos imergir em um mundo globalizado, que se constitui em meio a uma sociedade da informação. A globalização não se limita apenas aos mercados, é necessário pensar em privatizações, desregulamentações e em todas as demais transformações econômicas, sociais e políticas que sucederam este fenômeno (KUNSCH, 2016). Esta era globalizada trouxe implicações para o profissional de comunicação, que agora deve,

Ir em busca da fonte para localizar e transmitir a informação instantaneamente. Com isso, nossa era transforma-se em era do conhecimento, representada pelo poder e pela riqueza daquele que o retém, de acordo com Alvin Toffler. Quer dizer, quanto mais informação tivermos, mais chances teremos de acertar e vencer. (KUNSCH, 2016, p.1)

A partir da reestruturação produtiva e da revolução tecnológica que afeta as organizações desde o fim da Guerra Fria (1974-1991), as organizações passam a modificar suas perspectivas em relação ao mundo do trabalho, e cabe às elas,

Exercer uma influência muito grande na sociedade globalizada. As organizações têm muito mais consciência do seu papel. Porque, com a redução do estado nacional, são elas que vão ditar as regras, por meio de grupos supranacionais. Então, as empresas passam a ter uma nova postura institucional, a assumir um compromisso público muito maior e a operar em

consonância com novas exigências no que se refere à competição, qualidade, preço etc. (KUNSCH, 2016, p.2)

Com esta nova postura, as organizações passam a providenciar remunerações mais gratificantes aos funcionários, melhorias estruturais do ambiente de trabalho, além de exigir qualificações para a ocupação de cargos, e até mesmo a escolaridade dos trabalhadores passa a tomar diferentes magnitudes, sendo esta última, de extrema importância para o início da vida qualificada do funcionário (MACHADO, 2007). Desta forma, cabe aos trabalhadores,

Desaprender hábitos, comportamentos e valores antes demandados e agora considerados inadequados; buscar elevar suas capacidades pessoais de identificar, entender e antecipar problemas em situações concretas, reais e imprevistas; saber identificar, encontrar, integrar e aplicar informações e conhecimentos na busca de soluções novas; estar em condições de avaliar as formas de enfrentamento da realidade, de mobilizar e transferir conhecimentos de uma situação a outra; agir na execução das tarefas com perícia, eficácia, rapidez e segurança (MACHADO, 2007, p.5)

Estas novas características do trabalhador implicam numa maior disponibilidade pessoal e disposição para enfrentar transformações em diferentes ritmos, e em modelos de trabalho flexíveis. Agora, o conhecimento não se limita apenas às ocasiões concretas, ele também passa a ser utilizado em ocasiões práticas. Estes contextos práticos também implicam em mais mudanças ao profissional, como a exigência de autonomia, onde o trabalhador pode efetuar seu trabalho sem o monitoramento de um superior, sendo o próprio trabalhador responsável pela gestão das suas atividades (MACHADO, 2007). Diversas competências têm sido demandadas aos profissionais, como a capacidade de iniciativa, de decisão, a abertura para novos aprendizados e tantos outros que mostram que os indivíduos precisam se,

Acostumar a contar consigo próprios, desenvolver uma identidade autônoma, cultivar um projeto de vida aberto a incertezas, responder à indeterminação e ao imprevisto, adaptar-se às situações de trabalho em contínua transformação, se diferenciar na oferta de sua força de trabalho ou de seus produtos, corresponder às expectativas do mercado, interagir e conviver com diferentes contextos, culturas e pessoas, saber fazer negociações e evitar custos subjetivos e objetivos. Em síntese, aprender e ser capaz de competir com sucesso e de contribuir para o êxito das organizações de que participam. Tais apelos estão na base do que atualmente se entende por atributos e requerimentos de competência. (MACHADO, 2007, p.5)

O termo competência passou a ser discutido no mundo a partir da década de 1970, por conta das ressignificações dos sistemas de trabalho. Por mais que o modelo *Just-in-time* focasse no fluxo de produção, já verificava-se que havia uma preocupação com as pessoas que alinhavam os processos organizacionais, o que acabou por contribuir em melhorias para o fluxo produtivo, além da qualidade do trabalho executado pelos operários. E na década de 1980, a crise do taylorismo-fordismo em conjunto com as transfigurações nos modelos burocráticos gerenciais, implicaram em mudanças administrativas e organizacionais, que

acarretaram em novos modelos de trabalho, assim como a imposição de um novo tipo de trabalhador, que deveria executar suas tarefas do dia a dia assumindo responsabilidades e tomando iniciativa diante diferentes situações (MORAIS; MELO e BIANCO, 2015). Logo, as competências passam a ser referenciadas diante três correntes: a francesa, a inglesa e a norte-americana.

Na França, as questões relacionadas à competência passaram a ser discutidas em meados dos anos 1970, por conta do debate que tencionava a qualificação de um profissional à sua formação acadêmica, desta forma, percebeu-se que era preciso entrelaçar as necessidades das organizações com o aumento da capacitação dos trabalhadores, de acordo com Fleury e Fleury (2001). Para Moraes, Melo e Bianco (2015), a abordagem francesa de competências se alinha à um modelo construtivista, onde a aprendizagem se mostra como o mecanismo principal de desenvolvimento de competências, tendenciando os olhares para o desenvolvimento do trabalhador, por meio de planos que visassem qualificações e formações profissionais. Sendo assim, a corrente francesa une trabalho e educação, onde a competência de um indivíduo não se mostra como um atributo pessoal, mas sim como suas produções mediante um certo contexto de trabalho.

A abordagem inglesa busca implementar um padrão de competência reconhecido, alegando que os padrões de competências nacionais gerariam práticas de desenvolvimento para os demais ambientes de trabalho. Desta forma, esta corrente passou a ser atribuída à proatividade dos governos nacionais da Inglaterra. Esta abordagem pode ser considerada como funcionalista, uma vez sua análise de formação e avaliação de competência busca reconhecer os princípios das competências que são exigidos para diferentes cargos organizacionais (MORAIS; MELO e BIANCO, 2015).

Por volta de 1973 o tema vêm à tona nos Estados Unidos (EUA). Foi quando o psicólogo norte-americano, David McClelland publicou um artigo denominado *"Testing for competence rather than for intelligence"*, onde julgava negativamente a prática de testes de aptidão e inteligência para a avaliação de discentes em situações externas às escolas e no âmbito profissional, uma vez que não haveria correlação entre o resultado dos testes e o desempenho real no mercado de trabalho de um determinado indivíduo. O psicólogo defendeu a substituição destes testes de inteligência por testes de competência, (FLEURY e FLEURY, 2004). Para Moraes, Melo e Bianco (2015), a abordagem americana de competências se alinha às versões modernas do modelo taylorista-fordista, pois neste caso, percebeu-se que a competência era associada ao mercado de trabalho, uma vez que os índices de desempenho desejados pelas organizações permitiriam com que o indivíduo realizasse certa tarefa ou

lidasse com certas situações. Desta forma, as competências apareciam como características implícitas do sujeito.

Na época do *taylorismo*, as empresas buscavam capacitar o funcionário e explorar suas habilidades apenas para atividades específicas, de forma com que o indivíduo aprendesse apenas sobre seu cargo e questões técnicas, segundo Brandão e Guimarães (2001). Além disso, por conta de pressões sociais e melhores condições físicas e mentais no mercado de trabalho, as empresas passaram a apostar no desenvolvimento profissional e pessoal de seus funcionários, não focando apenas em questões técnicas, mas também, em questões sociais e comportamentais, retoma Brandão e Guimarães.

Logo, a autonomia passou a ser vista como algo fascinante e prestigiada, e a responsabilidade a seguia, em virtude de serem critérios novos para época (ZARIFIAN, 2002). Sendo assim, o sujeito passa a ser visto como qualificado,

Quanto mais é autônomo no seu trabalho, definindo por si mesmo as regras (leis) de sua própria ação. É uma verdadeira inversão de valores em relação à tradição *taylorista*. A diminuição das normas se torna algo benéfico, o que mostra, indiretamente, que os empregos com muitas normas são, se não um mal, pelo menos uma situação pouco desejável e valorizada. (LIMA; SOUZA; ARAÚJO, 2015, p. 1231)

A fim de transformar esta situação indesejável, o acordo criado pela União das Indústrias Metalúrgicas e Mineiras gerou dois resultados notáveis pelas empresas que o compunham, segundo Zarifian (2002). Primeiro, os empregos haviam se enquadrado aos critérios de classificação, necessitando apenas de um reposicionamento das profissões, e segundo, a autonomia passara a ser utilizada com mais frequência por grandes empresas, sendo necessário uma modificação entre os papéis dos membros de uma equipe e seu espaço no mercado. Mesmo com a autonomia, o poder de decisão ainda se restringia aos níveis mais altos do poder.

A autonomia, podia ser vista como “o ditar de regras de sua própria ação, alinhada à condução individual de uma tarefa ou cargo a ser executado”, (ZARIFIAN, 2002, p.54). Com este novo pensamento, o sujeito passa a ser visto como único, o mesmo já não era mais visto como uma forma homogênea da empresa, e suas habilidades e vontades também já não eram mais rejeitadas. A partir das afirmações feitas por Zarifian (2002), pôde-se observar a ascensão da individualidade. Tais afirmações sustentam as concepções de Helal (2006, p. 4), já que, “a qualificação passou, assim, a depender menos de um saber-fazer técnico e mais da atitude, da comunicação e de traços de personalidade do trabalhador”.

Ainda que o termo “competência” não estivesse no vocabulário da época, seus traços já se mostravam em formação, pois os trabalhadores passaram a ter abertura para exibir suas

personalidades e autonomia. O que se mostra como um marco inicial importante para a história das competências, já que, para desenvolver uma competência dentro da empresa, é preciso que a princípio, se desenvolva uma competência individual da pessoa, (FLEURY e FLEURY, 2001).

Mesmo com as mudanças sociais de percepção do indivíduo no mundo do trabalho, vale-se ressaltar que o clima era de crise econômica, e quando associado aos altos índices de desemprego, as mudanças de reconhecimento do indivíduo passaram a se desenvolver de maneira lenta nas grandes empresas, e de maneira mais lenta ainda nas demais, segundo Zarifian (2002). Então, mesmo que um sujeito tivesse autonomia para exercer determinadas tarefas, outras aberturas ainda não haviam lhe sido concedidas. Isto se deve ao fato de que as empresas estavam mais preocupadas em se reestruturar e se manter, do que focar na individualidade e desenvolvimento do funcionário. A crise econômica, que se intensificou na segunda metade dos anos 1970, se sucedeu até meados de 1983.

Por volta dos anos 1984 e 1985, a trama das competências se tornou mais evidente, pois as empresas buscavam explorar suas capacidades para se sobressair perante suas concorrências, segundo Zarifian (2002). Para complementar esta linha de raciocínio, pode-se afirmar que, “competências essenciais organizacionais são aquelas que conferem vantagem competitiva, geram valor distintivo percebido pelos clientes e são difíceis de serem imitadas pela concorrência” (BRANDÃO e GUIMARÃES, 2001, p.10).

Ao voltar os olhares para o valor distintivo tanto almejado pelas empresas, Zarifian (2002) destaca dois elementos chave que marcaram a época. O primeiro elemento chave se pauta no aumento da qualidade de produtos, melhoria de prazos, preços, inovações, e personalização do atendimento ao cliente. Neste momento, o desenvolvimento de competências se aproxima da realidade dos trabalhadores. Nesta época, as equipes de base também passaram a ter poder de decisão, diferente dos anos 70, onde o poder decisivo se restringia aos altos níveis hierárquicos da organização. Isto surgiu em decorrência da busca por melhorias de serviços e atenção à flexibilidade do mercado. Já o segundo elemento chave que marcou a época, se manifesta no grau de instabilidade do mercado, ou seja, no seio da incerteza. A incerteza podia ser remetida à prazos, preços dos concorrentes, demandas dos clientes, modificações de costumes, dentre outros. Sendo assim, a consciência de autonomia crescia cada vez mais, já que agora os indivíduos e equipes passam a ter uma postura flexível e um olhar holístico do mercado, onde suas decisões e ações passaram a gerar grandes impactos para a empresa, que recém saíra de uma crise econômica. Para Markert (2002), pode-se,

Substituir o conceito tradicional de conhecimentos e de saberes pela visão de competência, que não deverá ter somente uma conotação funcionalista em relação às mudanças sociais e laborais, mas, por ser “essencialmente política”, orientar-se-á pela capacidade subjetiva de poder intervir e transformar estruturas tradicionais no trabalho e na vida social. (WERNER MARKERT, p. 190, 2002)

Desde então, a mescla de atitudes e habilidades começa a ser vista com mais clareza, pois um indivíduo ou uma equipe passa a reconhecer sua responsabilidade para tomar decisões em curtos espaços de tempo, pois impactariam fortemente seu local de trabalho. Sendo assim, “a natureza deste tipo de trabalho reveste-se da imprevisibilidade das situações, nas quais o trabalhador ou o coletivo de trabalhadores tem que fazer escolhas e opções todo o tempo, ampliando-se as operações mentais e cognitivas envolvidas nas atividades” (DELUIZ, 2001a, p.9).

Aqui se pode observar um contato inicial, do que mais para frente será explicado nos capítulos relacionados à competência, como uma das composições para o desenvolvimento de uma competência, a questão situacional.

Após buscas por mudanças e melhoria em produtos e serviços, nos anos 90, as empresas deixam as inovações de lado e voltam os olhares para a diminuição de custos e aumento da rentabilidade, o que fez com este período se tornasse um pouco estagnado em relação aos demais, pois as empresas estariam “correndo atrás do prejuízo”, segundo Zarifian (2002). Para Deluiz (2001a),

A crise energética dos anos 1970, a resistência dos trabalhadores organizados à produção fordista e as mudanças no mercado consumidor de bens e serviços – com demandas cada vez mais exigentes e segmentadas – acirraram a concorrência intercapitalista, fazendo com que as empresas se reestruturassem, adotando estratégias de racionalização e diminuição de custos e de aumento da produtividade e qualidade de seus produtos e serviços. (DELUIZ, 2001a, p.8)

Depois dos esforços realizados para não fechar as portas nas últimas duas décadas (anos 70 e 80), as empresas tiveram impactos que seriam observados anos depois, como a reengenharia (*reengineering*), que substituiu a organização por processos, o *benchmarking*, sendo este a valorização da troca de experiências entre indivíduos, e até mesmo a visão que a empresa tinha sobre si mesma, deixando de se reconhecer apenas como qualificante, para se tornar um elo entre seu caráter qualificante e a aprendizagem, segundo Zarifian (2002). Para Deluiz (2001a), quando uma empresa desempenha seu papel de ensinar o funcionário, são empregadas possibilidades para que o indivíduo possa intervir na gestão do trabalho e tomar decisões que possam interferir em seu processo produtivo, além de criar espaços de participação, estimulando sua autonomia e poder de decisão. Mas, a reflexão e preocupação

em possuir um papel de aprendizagem por parte da empresa, com o funcionário, não era o foco deste período.

Além da diminuição da preocupação exacerbada que as empresas tinham com os produtos, serviços e funcionários, a questão das competências também teve seu desenvolvimento afetado, segundo Zarifian (2002). Reconhecer o vínculo entre o avanço dos resultados financeiros e as competências desenvolvidas pelos assalariados não era um processo evidente, já que não haviam ferramentas de gestão e apresentação de resultados, de acordo com o autor, e ainda assim,

É certo que se poderiam aumentar as competências dos assalariados, mesmo que fosse apenas para desenvolver sua polivalência dentro das pequenas equipes, mas não se instauram assim as condições para que o assalariado tome iniciativa quanto à sua atividade. A iniciativa é “forçada”, é necessário enfrentar a falta de efetivos. (ZARIFIAN, 2002, p. 71)

Logo, infere-se que foi criado um clima de desconforto entre os funcionários das empresas, já que os mesmos não se sentiam cómodos em serem forçados a desempenhar determinadas tarefas, sem ter um objetivo de futuramente desenvolver alguma competência. Por fim, a falta de comprovações numéricas de que o desenvolvimento individual dos funcionários e grupos estavam gerando impacto à organização, quando atrelada às tarefas forçadas que os indivíduos precisavam desempenhar, podem ter causado desmotivação e até mesmo uma queda na produtividade do funcionário.

Zarifian (2002) afirma que mais do que as tecnologias e as novas estruturas organizacionais, é o desenvolvimento de competências que realizará diferenças para o ambiente competitivo. O autor ainda ressalta que o tema das competências é economicista, e isto gerou discernimento sobre dados de produtividade para os estudiosos da época, já que o tema emergiu em meio uma reintegração econômica. Para Deluiz (2001a),

As exigências crescentes de produtividade e de qualidade e um contexto de mercado de trabalho instável e flexível ampliam os requisitos de qualificação dos trabalhadores e tornam cada vez mais generalizada a implantação de modelos de formação e de gestão da força de trabalho baseados em competências profissionais. (DELUIZ, 2001a, p.7)

Logo, as inquietações dos estudiosos eram relacionadas às novas definições de produtividade e aos desafios diários que cercavam os funcionários em uma organização, partindo da inconsistência do mercado, atrelado ao cargo e tarefas a serem realizadas pelo funcionário. Tais excitações não se manifestaram apenas nesta época. No bloco a seguir, poderá ser visto que esta é uma ligação com o qual experienciamos até os tempos atuais.

Condensando as informações que nos guiaram até aqui, é pertinente lembrar que a questão da competência pode estar diretamente vinculada à crise nos modelos de negócio das organizações, surgindo primeiramente nas empresas que se esforçaram para sair da crise

econômica, atrelada à ascensão da qualidade e diversidade de produtos e serviços, além da busca por inovações. Após passar por todas essas mudanças que cercaram as organizações a partir dos anos 70, pode-se dizer que, em meados dos anos 2000, houve uma transformação na dinâmica do capitalismo internacional (DELUIZ, 2001a), resultando em marcos importantes para o desenvolvimento da globalização econômica. Estes marcos podem ser ilustrados a partir da,

Tendência à formação de blocos regionais para o intercâmbio industrial e comercial, a fusão de empresas que formam grandes conglomerados, e o deslocamento de plantas industriais e de empresas de serviços para distintas regiões do mundo em busca de maiores lucros, menores custos de produção e de mão-de-obra barata com fraco poder de organização sindical. (DELUIZ, 2001a, p.8)

Com esta nova reconfiguração no mundo do trabalho, pode-se dizer que as exigências de produtividade e qualidade num contexto flexível, instável, competitivo e cambiante, faz com que os requerimentos das competências dos trabalhadores se tornem cada vez mais generalizados, segundo Deluiz (2001a). Tal generalização pode ser vista como algo um tanto quanto desfavorável às organizações, quando analisada a definição de competência, seu conteúdo, prática e articulação mediante uma situação. Este desfavorecimento só será percebido caso a empresa não tenha o mínimo de compreensão e suporte possível para requerir uma competência de um indivíduo, analisá-la e desenvolvê-la dentro do âmbito organizacional.

Em busca de superar os adversários, “diversas empresas têm recorrido à utilização de modelos de gestão de competências, objetivando planejar, selecionar e desenvolver as competências necessárias ao respectivo negócio.” (BRANDÃO e GUIMARÃES, 2001, p.10). Então, mesmo que uma organização não tenha todo o suporte necessário para gerir competências, pensando no quesito: funcionário, estratégia, negócios, dentre outros; a mesma ainda tentará utilizar as competências diante o meio organizacional para aperfeiçoar suas ocupações. Para os mesmos autores, pode-se afirmar que o desafio das organizações,

Está relacionado à utilização de instrumentos associados a práticas de aprendizagem coletiva, desenvolvimento de equipes e gestão do conhecimento, dentre outras, que ofereçam múltiplas oportunidades de crescimento profissional e estimulem as pessoas não apenas a desenvolver coletivamente competências mas também a compartilhá-las. (BRANDÃO E GUIMARÃES, 2001, p.15)

Quando tomadas medidas de forma assertiva, exprimem-se resultados que podem ser positivos às organizações, logo, sua gestão organizacional poderá ser vista como um meio eficiente para a busca pelo sucesso. Para Brandão e Guimarães (2001), a gestão organizacional se encontra em meio à gestão de competências, já que hoje em dia as empresas voltam os

olhares para o recrutamento e seleção, treinamentos, plano de carreira, e outros aspectos que possam influenciar no desenvolvimento de competências dos funcionários que alavanquem seus objetivos e resultados.

Mas afinal, quais competências as empresas estão exigindo dos trabalhadores no momento atual de mudanças na natureza e processo de trabalho? Para Deluiz (2001a), as organizações estão em busca de profissionais que contenham, “capacidades de diagnóstico e de solução de problemas, e aptidões para tomar decisões, trabalhar em equipe, enfrentar situações em constantes mudanças e intervir no trabalho para melhoria da qualidade dos processos, produtos e serviços” (DELUIZ, 2001a, p.10)

Ainda para a mesma autora, em sua obra “*O Modelo das Competências Profissionais no Mundo do Trabalho e na Educação: Implicações para o Currículo*”, pode-se afirmar que as organizações buscam por,

Trabalhadores flexíveis para lidar com as mudanças no processo produtivo, enfrentar imprevistos (incidentes/eventos) e passíveis de serem transferidos de uma função a outra dentro da empresa requerendo-se, para tanto, a polivalência e a constante atualização de suas competências, o que lhes dá a medida correta de sua "empregabilidade". (DELUIZ, 2001b, p. 2)

Ora, as organizações também buscam em um profissional, características empreendedoras, que podem ser tidas como imprescindíveis, assim como uma visão multidisciplinar, além de habilidades de aprendizado, adaptação, tomada de decisões em meio incertezas, autodomínio e capacidade de se inter-relacionar, Ronsoni (2018, apud, BORTOLON et al, 2018, p.6). E não obstante, a obra “*Competências profissionais e modernidade: coerência ou contradição?*” indica que as empresas buscam por um profissional que possa demonstrar,

Domínio de novos conhecimentos técnicos associados ao exercício do cargo ou função ocupada; capacidade de aprender rapidamente novos conceitos e tecnologias; criatividade; capacidade de inovação; capacidade de comunicação; capacidade de relacionamento interpessoal; capacidade de trabalhar em equipes; autocontrole emocional; visão de mundo ampla e global; capacidade de lidar com situações novas e inusitadas; capacidade de lidar com incertezas e ambigüidades; iniciativa de ação e decisão; capacidade de comprometer-se com os objetivos da organização; capacidade de gerar resultados efetivos e capacidade empreendedora. (KILIMNIK ET AL, 2004, p.13)

Esta incessante busca por profissionais que estejam cada vez mais a par dos negócios de uma empresa, sua inquietação, trabalho em grupo, flexibilidade, criatividade, relacionamento interpessoal, dentre outras, pode ser ostentada nos resquícios das épocas de crise econômica. Este pensamento pode ser levado em consideração pela forma em como os requisitos exigidos para os profissionais foram ressignificados, passando da qualificação às

competências em um espaço temporal de 30 anos (anos 70 aos 2000). Ademais, uma observação que também pode ser pertinente, é: No momento de eclosão da crise econômica, muitas empresas, inclusive as que utilizavam o modelo taylorista, não souberam como se portar, se sobressair às demais e até mesmo garantir sua sobrevivência, por conta do fato de que os funcionários eram alocados para realizar poucas, se não, uma função dentro da organização.

Sendo assim, questiona-se, se as aptidões para solucionar problemas, trabalho em equipe, capacidade de enfrentar e se adaptar à momentos de mudança, e até mesmo possíveis realocações de um mesmo funcionário para diferentes áreas e funções na mesma empresa, não seria uma forma de preparar a organização para futuras crises, possuindo esperança, cada vez mais, no assalariado. Por conta disto, as empresas estariam em busca de pessoas que sejam capazes de desenvolver diferentes funções em uma ou mais áreas de uma mesma empresa, além de estarem preparados para possíveis transições econômicas, sociais e culturais.

Markert (2002) indaga as fundamentações teórico-metodológicas e prático pedagógicas das competências no trabalho e na vida, e questiona se,

Estas mudanças determinam apenas uma instrumentalização das novas qualificações adquiridas no capitalismo tecnologicamente avançado, conformando a subjetividade dos trabalhadores ao novo nível de acumulação e modelando o homem laboral para ajustar sua consciência à nova ideologia progressista do capital, ou trata-se de uma mudança que avança tendencialmente para a superação das limitações do homem na produção capitalista? (MARKERT, 2002, p.191)

Este questionamento de Markert referente às exigências de tais competências, quando atrelado à produção capitalista, também assola Deluiz (2001), que afirma que "trata-se da opção por um modelo de desenvolvimento pautado exclusivamente pela ótica econômica, sem preocupação com o indivíduo ou com as comunidades e sociedades" (DELUIZ, 2001, p.9). A autora afirma que a internacionalização da economia, competição entre empresas, uso intensivo de tecnologias, desemprego estrutural, exclusão social e intensificação das diferenças sociais entre os países ricos e os pobres, só aumenta. Logo, a escritora ratifica que este modelo de competências é pautado exclusivamente na ótica econômica, sem preocupação com o indivíduo ou com as comunidades e sociedades.

Estas afirmações de Deluiz fazem-se pensar se as exigências destas competências possuem um caráter transformacional ao profissional, o que intriga Helal (2006), ao dizer que, "ao enfatizar características subjetivas, como criatividade e adaptabilidade, a noção de competência transfere do social para o individual, a responsabilidade pela inserção profissional dos indivíduos" (HELAL, 2006, p.7). Deste modo, o indivíduo pode ser visto como o único

responsável pelas consequências de sua inserção no mercado de trabalho, e não o contrário. E estas reflexões, levam os pesquisadores à agitação e questionamento sobre o desempenho de um indivíduo perante o mercado. Onde o sujeito deve, supostamente, pautar suas competências em seus próprios discernimentos perante contextos sociais, culturais e econômicos, tirando assim, a responsabilidade das empresas e do sistema capitalista.

Como as competências passaram a ser discutidas a partir da ressignificação de modelos organizacionais em prol do capitalismo, além de Markert (2002), Deluiz (2001) e Helal (2006), os autores, Fleury e Fleury (2001), fundamentam seus argumentos na superação em que as empresas tiveram e têm que passar para garantir sua sobrevivência. Para completar suas premissas, Fleury e Fleury alicerçam-se na ideia de que, “nos tempos medievais, os alquimistas procuravam transformar metais em ouro; os gerentes e as empresas hoje procuram transformar recursos e ativos em lucro. Uma nova forma de alquimia é necessária às organizações. Vamos chamá-la de ‘competência’.” Durand (1998, apud FLEURY e FLEURY, 2001, p.189).

Sendo assim, infere-se que a descrença na índole das empresas está traçada no sistema capitalista, já que as organizações podem se reestruturar de acordo com as necessidades dos consumidores, produtos, serviços e todos os demais aspectos que as circundam. A grosso modo, pode ser um trabalho ilusório tentar descobrir se todas as empresas que exigem tais competências, realmente estão comprometidas com a missão de desenvolver e superar as limitações de uma pessoa, como indaga Markert (2002). E apesar das críticas recebidas, Helal (2006) admite que,

O modelo de competência teve (e tem) grande sucesso em função de estar fortemente associado às novas concepções do trabalho baseadas na flexibilidade, nas quais estão presentes atributos como autonomia, responsabilidade, capacidade de comunicação e polivalência. (HELAL, 2006, p.7)

Consequentemente, o modelo de competências oferece aos profissionais uma oportunidade de expandir suas habilidades e repensar suas atitudes, e as novas concepções de trabalho mostram que o sistema trabalhista está em constante metamorfose. Muito se fala em competências, mas é necessário compreender sua composição e suas definições. Logo, aqui nos retiramos ao próximo capítulo.

3. COMPETÊNCIAS: CONCEITOS E DEFINIÇÕES

O objetivo deste capítulo é abordar as definições de competência e suas particularidades, como responsabilidade, situações que corroboram para o aprimoramento de uma competência, informação e inteligência prática. Além destes, também serão abordados os tipos de competências que são descritas por Werner Markert (2002) como integrais e universais, técnico-metodológicas transversais, sócio comunicativas e subjetivas, e histórico políticas transformadoras. Por fim, também serão ilustradas competências que são exigidas ao trabalhador em meio o mercado de trabalho.

3.1 Competências: Algumas definições

A partir de diversas definições realizadas por autores como Phillippe Zarifian (2002), Maria Tereza e Afonso Fleury (2001), Phillippe Perrenoud (2002), Hugo Pena Brandão e Tomás de Aquino Guimarães (2001) e outros que serão citados ao longo do trabalho, abrangentemente, pode-se dizer que a competência está ligada à um conhecimento e/ou tarefa a ser realizada, onde a inteligência de um indivíduo para lidar com situações é testada, de forma com que o mesmo possa utilizar seus conhecimentos e experiências passadas para alcançar seus objetivos, (FLEURY e FLEURY, 2001). Em sintonia com a definição de competência descrita por Fleury e Fleury, Perrenoud (2002) afirma que a competência pode ser ilustrada como,

A aptidão para enfrentar uma família de situações análogas, mobilizando de uma forma correta, rápida, pertinente e criativa, múltiplos recursos cognitivos: saberes, capacidades, microcompetências, informações, valores, atitudes, esquemas de percepção, de avaliação e de raciocínio. (PERRENOUD, 2002, p.19)

Em seu livro *“O modelo da competência: Trajetória histórica, desafios atuais e propostas”*, o autor Philippe Zarifian indica que a competência pode ser definida como a mescla de três características:

1. Tomada de iniciativa e responsabilidade que um sujeito exerce diante situações profissionais;
2. Por em prática os conhecimentos adquiridos ao longo da vida em meio às situações profissionais, de forma com que esses conhecimentos se transformem ao longo do tempo, de acordo com as proporções que as situações tomarem;

3. Mobilização dos sujeitos que estão a sua volta, compartilhando experiências e desafios, além de assumir responsabilidades (ZARIFIAN, 2002, p. 137).

A partir da fusão destas três características que compõem a competência, Zarifian (2002) ilustra suas particularidades, sendo estas: responsabilidade, situações, informação e inteligência prática; designadas como fatores significativos para a definição de competência.

A responsabilidade pode estar estreitamente ligada à questões morais e de significação social, o que faz com que sua mensuração seja mais complicada, uma vez que os valores morais da sociedade se mostram como contestáveis e dispersos, segundo Zarifian (2002). Por conta disto, o autor busca estudar a responsabilidade através de uma ética profissional, já que um sujeito não consegue legitimar seu trabalho sem um “senso de responsabilidade”. Assumir uma responsabilidade significa que o indivíduo irá responder por algo que se propôs a fazer desde a tomada de sua iniciativa, respondendo assim, pelos efeitos e consequências de suas ações. A preocupação com os outros também se enquadra na admissão de responsabilidade, uma vez que, “ter preocupação com os outros é preocupar-se com a transformação. Desse ponto de vista, a questão da responsabilidade não é redutível à da iniciativa. Ela se impõe por si. Não se trata, simplesmente, de prolongar a tomada de iniciativa. Trata-se de dirigi-la” (ZARIFIAN, 2002, p. 140).

Ao demonstrar preocupação com outras pessoas, estas que são afetadas, passam a reconhecer seu direito de também ter voz ativa diante as ações a serem tomadas. Sendo assim, assumir a responsabilidade é uma atitude prévia à ação, que significa para o sujeito ter poder sobre a ação de outros indivíduos e estar aberto a *feedbacks*. Ainda para o mesmo autor, “toda relação de responsabilidade é uma relação forte, se somos responsáveis é porque as coisas dependem de nós. E essa responsabilidade é particularmente importante na medida em que toca outros humanos” (ZARIFIAN, 1999, p.70).

Para finalizar a temática da responsabilidade, Zarifian (2002) aponta que toda atividade profissional necessita de um campo de responsabilidade, já que os indivíduos são divididos em cargos e funções, e isto os torna responsáveis pelos afazeres de determinada área.

O modelo de competência dependerá da articulação entre a tomada de iniciativa e a responsabilidade, onde, “A tomada de iniciativa, é o cume do exercício da competência. O “assumir de responsabilidade” constitui o quadro de referência”, (ZARIFIAN, 2002, p.144). Ou seja, tomar uma iniciativa é o ponto inicial e o auge para aprimorar uma competência, já que um indivíduo poderá carregar para si toda ou grande parte da responsabilidade do que se propôs a fazer. A iniciativa se mostra como o auge de aprimoramento da competência por ser a oportunidade que o sujeito terá para resolver uma problemática, e sem agarrar esta

oportunidade, talvez o indivíduo não consiga desenvolver sua competência. Pelo menos, não naquele momento. Neste caso, a tomada de iniciativa pode fazer menção à proatividade.

Além das questões de responsabilidade e iniciativa, as situações também podem envolver o desenvolvimento das competências de um indivíduo ou grupo, já que as situações podem mudar em questão de instantes, devido a acontecimentos e circunstâncias. O que pode fazer com que uma determinada competência conquiste diferentes proporções. A situação pode ser definida como a mistura entre um quadro e um contexto, segundo Zarifian (2002), sendo o quadro a posição que um sujeito se encontra dentro de uma organização, partindo de seu nível hierárquico e divisão do trabalho, que pode ser flexível e negociável. Já o contexto é o espaço/tempo em que a situação se desenvolverá, logo, qualquer situação estará sujeita a seu contexto.

Para desenvolver suas competências em meio diferentes situações, o sujeito poderá usufruir de referências e recursos, sejam estes materiais ou imateriais, a fim de solucionar problemáticas. Para Perrenoud (2002), uma competência só será reconhecida a partir de situações inesperadas, quando surgir um problema ou quando o indivíduo precisar usar todos os seus conhecimentos e capacidades. O literato alega que um indivíduo não nasce com uma competência, ela é incorporada a partir da prática e de determinadas experiências, no decorrer da vida. Estas experiências se acumulam ao passo em que criamos diferentes repertórios, partindo de diferentes situações.

A competência é um produto da construção social de aprendizagens significativas e úteis para a performance, em situações reais de trabalho, que são obtidas através do exercício da experiência em situações específicas. Tudo isso, dentro de um contexto que permite estabelecer um clima adequado, mediado por uma comunicação eficaz, segundo Vargas (2001, apud, BERMÚDEZ e GONZÁLEZ, 2011, p. 102). Neste momento, pode-se observar que a relação que um indivíduo terá com a sua competência é mais complexa do que se pode imaginar, já que dependerá de fatores que estão fora do seu alcance, como um contexto, por exemplo. Zarifian (2002) pondera que toda situação é um problema ou um conjunto de problemas que o sujeito deverá enfrentar, a fim de alcançar um resultado referente à um desafio. Se a resolução de uma problemática não estiver diretamente ligada à um desafio para a empresa,

Será imposto e se imporá de maneira mecânica, sem reflexão e, portanto, sem criatividade, como uma competência fraca. O assalariado se limitará a respeitar o resultado que a hierarquia lhe prescrever. Tal atitude - atualmente presente na maioria das empresas - não responde ao princípio de iniciativa, e portanto, de competência. Ao contrário, essa atitude acaba por reprimi-lo e limitá-lo. (ZARIFIAN, 2002, p. 147)

Sendo assim, questiona-se, se o profissional possui o espaço desejado para explorar sua criatividade e impor de fato sua proatividade (princípio da iniciativa), além das possibilidades que garantirão o desenvolvimento de suas competências, uma vez que seu espaço para experimentar suas habilidades é limitado pela estruturação hierárquica da organização e seus contextos. As situações e contextos também envolvem a forma de interação entre diferentes sujeitos, onde relações pacíficas e de harmonia entre dois indivíduos ou mais, podem fazer com que uma situação tenha maiores chances de obter um resultado positivo. Neste caso, onde um indivíduo busca manter uma relação pacífica com os demais, poderia ser um bom momento para desenvolver sua competência atrelada à relação e comunicação interpessoal. Entender uma situação por completo pode ser algo composto por muita incerteza, já que os sujeitos estão fadados à cultura da organização, ao cargo em que se encontram, seus conhecimentos, dentre outros.

A questão da informação, conhecimento social e da inteligência prática também intrigam Zarifian (2002), ao explicar a composição de uma competência. Para que uma situação possua significado, é necessário que haja uma informação a ser contextualizada. Além de contribuir para a resolução de problemáticas, “As informações dão, sobretudo, uma capacidade de especificação e de discriminação quanto às propriedades funcionais e os valores de utilização dos componentes da situação”, (ZARIFIAN, 2002, p.151). A informação pode contribuir para que o sujeito consiga se situar em seu ambiente organizacional, dando assim, respaldo para que este aja consequentemente.

Por fim, a última questão a ser tratada em meio a definição de competência, é a inteligência na prática. Compreende-se até aqui que as competências se entendem e se avaliam a partir de situações e conhecimentos, mas, o que garante que um sujeito será competente mediante certa situação? Zarifian (2002) articula esta resposta através do conhecimento social e a inteligência na prática que o indivíduo exercerá. O conhecimento social se baseia no conhecimento adquirido, enriquecido e transformado ao longo da trajetória de um indivíduo, que faz com que o mesmo tenha condições de se orientar e se socializar. A formação inicial de um sujeito é de extrema importância, e Zarifian (2002) aponta ser “ridículo” opor o modelo de competência à formação de um sujeito, quando se refere aos diplomas, já que os conhecimentos obtidos por uma pessoa podem ser providos através de outras fontes sem ser a educação formal.

Portanto, o ponto principal do conhecimento social é aprender com suas experiências, abstrair e confrontar seus conhecimentos anteriores a fim de frutificar novos, segundo (ZARIFIAN, 2002, p.154). A inteligência prática pode ser reconhecida como a compreensão

de uma situação quando atrelada à mobilização dos conhecimentos de um sujeito, a fim de inovar, solucionar e inventar. Para que os conhecimentos se tornem produtivos, é preciso que sejam utilizados na prática. Em sintonia com a afirmação de Zarifian, Lily Bermúdez e Liliana González (2011) afirmam que,

Competências de liderança, relacionamentos, capacidade de trabalhar em equipe e resolver situações de crise que, juntamente com as motivações psicológicas, emocionais e atitudinais, orientam o trabalho apoiadas pelo esforço pessoal e pela prática constante em relação à aprendizagem intencional e voluntária (BERMÚDEZ e GONZÁLEZ, 2011, p. 104).

O conhecimento e a prática das habilidades de um indivíduo podem colaborar para o desenvolvimento da competência do mesmo. Para finalizar a resposta à indagação do que garantirá que um sujeito será competente mediante certa situação, pode ser levado em consideração a afirmação feita por Brandão e Guimarães (2001), já que,

Na gestão de competências, uma competência se traduz tanto pelo resultado alcançado como pelo conjunto de conhecimentos, habilidades e atitudes necessários para atingi-lo. Observam-se, então, até mesmo semelhanças conceituais entre competência e desempenho. O resultado alcançado (desempenho) representa, em última instância, a própria competência do indivíduo. (BRANDÃO e GUIMARÃES, 2001, p.13)

Logo, a repercussão e o desfecho do resultado obtido por um sujeito diante certa situação ou tarefa, poderá atestar sua competência. Uma "pessoa competente" tem habilidades e consegue colocá-las em prática, em ação, sempre pensando se sua execução está da maneira que gostaria, de forma com que esta consiga inserir suas habilidades em qualquer contexto e com diferentes sujeitos, segundo (BERMÚDEZ e GONZÁLEZ, 2011). Para complementar o termo de “pessoa competente”, Zarifian (2002) alega que,

Alguém completamente competente na sua área é alguém que tem a preocupação de transmitir seu conhecimento, de ajudar os colegas, ou mesmo de participar como operador de formações. Saber transmitir é uma etapa muito importante, a ser superada tanto na obtenção efetiva da competência (porque saber transmitir é dominar melhor, por si mesmo, o que se sabe) quanto na ética profissional. (ZARIFIAN, 2002, p.149)

Neste caso, observa-se a importância da transmissão de conhecimento entre indivíduos, pois isto atestará o fato de que uma pessoa realmente tem propriedade sobre a tarefa que está realizando. Em contrapartida, muitos indivíduos já devem ter escutado que “tal pessoa é incompetente”, e seu real significado não deve ter sido levado em consideração. A priori, este termo possui um teor negativo (FLEURY e FLEURY, 2001), e pode ser que nenhuma pessoa queira se associar à tal. Logo, para ter em mente a noção do significado de incompetência, pode-se informar que, “competência é uma palavra do senso comum, utilizada para designar uma pessoa qualificada para realizar alguma coisa. O seu oposto, ou o seu antônimo, não

implica apenas a negação desta capacidade, mas guarda um sentimento pejorativo, depreciativo” (FLEURY e FLEURY, 2001, p. 184).

Para Brandão e Guimarães (2001), focar mais no indivíduo em si do que o cargo em que ele ocupa, em conjunto com suas habilidades e sua aptidão para desenvolver certas tarefas, faz com que os funcionários sejam divididos entre aqueles que são "competentes" e "incompetentes". Sendo assim, a falta de competência para realizar algo, apenas mostra que uma pessoa não está apta para realizar determinada atividade naquele momento. Aqui pode-se explicitar a importância da inteligência prática e o compartilhamento de informações, que poderão contribuir para o desenvolvimento das competências de um sujeito. Logo, as competências não são atribuídas apenas em nível individual, também podem ser atribuídas à grupos, uma vez que a interação entre os membros deste grupo e o compartilhamento de ideias e crenças que há entre os mesmos, influenciam no desempenho individual de cada um, segundo (BRANDÃO e GUIMARÃES, 2001).

A partir destes elementos que contribuem para a composição de uma competência, sendo estes, a responsabilidade, a variedade de situações e contextos, as informações e seu compartilhamento, e a inteligência prática, voltam-se os olhares para as competências que passam a ser exigidas por parte das empresas, que estão em busca de um profissional que possa mediar estes elementos no dia a dia. A exigência de competências que fomentem o conhecimento organizacional pode fazer com que uma organização se sobressaia às demais diante um cenário globalizado e competitivo. As organizações buscam competir no mercado de trabalho não só com seus produtos, mas também a partir de competências, estas buscam atrair e desenvolver indivíduos e suas capacidades, mostrando assim, seu diferencial em explorar habilidades e conhecimentos dos funcionários, segundo (FLEURY e FLEURY, 2001). A sociedade está passando por mudanças culturais, políticas, econômicas e sociais, e para se destacar neste meio, as organizações buscam um diferencial competitivo, segundo Brandão e Guimarães (2001).

Este diferencial pode ser expresso através de uma reiteração da seção referente a *Competência e o Mundo do Trabalho*, onde se foi possível observar diferentes competências que são exigidas pelas empresas atualmente, descritas por Deluiz (2002), Bortolon (2018), e Kilimnik (2004), como, trabalho em equipe, flexibilidade, criatividade, capacidade de comunicação, autocontrole emocional, dentre outros. E para complementar estas afirmações, a obra, *"Competências do profissional da informação: uma reflexão a partir da Classificação Brasileira de Ocupações"*, escrita por Sueli Faria e Vanda F. de Oliveira, afirma que,

Especialistas das ciências organizacionais enfatizam novas competências organizacionais: flexibilidade, inovação, horizontalidade, criatividade, agilidade, compartilhamento de informação, aprendizagem, gestão do conhecimento, planejamento participativo, *empowerment* e estratégia competitiva. (FARIA e OLIVEIRA, 2005, p.27)

O leque de possibilidades de uso das competências exigidas e a sua quantidade, infere que as competências precisam se misturar entre a cultura organizacional, produtos, serviços e funcionários de uma empresa, onde deve haver um ciclo entre estratégia, aprendizado e competência (ZARIFIAN, 2002), uma vez que as competências necessitam ser atreladas às estratégias organizacionais, para obter um aprendizado duradouro, segundo Fleury e Fleury (2001).

A fim de manter este ciclo declarado por Zarifian (2002), Fleury e Fleury (2001) afirmam que o desenvolvimento de competências em uma organização será realizada através de conhecimentos teóricos, processuais, empíricos, sociais e cognitivos. E a forma em como os profissionais obterão estes conhecimentos, pode ser esclarecido através de Bermúdez e González (2011), que apontam que os membros das organizações precisam passar por situações e treinamentos que façam com que os mesmos estejam sempre aumentando seu leque de aprendizagem. Desta forma, um indivíduo poderá ter maiores chances de desenvolver suas competências.

Sendo assim, percebe-se a necessidade da empresa em disponibilizar recursos materiais e imateriais que contribuam para o desenvolvimento do empregado, pois este poderá mesclar suas aprendizagens profissionais do dia a dia com o objetivo de torná-las eficientes. Entretanto, o desenvolvimento de uma pessoa também dependerá de suas características individuais, de forma com que sejam atreladas ao aprendizado constante em seu ambiente de trabalho, de acordo com seu cargo, funções e objetivos dentro da organização. Segundo Brandão e Guimarães (2001), é preciso identificar e desenvolver as competências do empregado, do ambiente interno e do ambiente externo à organização, só assim se consegue definir indicadores de desempenho e formular planos que melhor se adequem às estratégias e trabalhos da organização.

Diante a atual situação de mudanças e volatilidade constante no mundo do trabalho, percebe-se uma recorrência de competências a serem exigidas, e que podem ser explicadas através da obra *"Trabalho e comunicação: Reflexões sobre um conceito dialético de competência"* escrito por Werner Markert em 2002. O autor explicita que as capacidades de entendimento sobre um processo de produção do início ao fim, implica na exigência de competências *"integrals e universais"*, onde o indivíduo pode ter conhecimento completo a respeito de um processo, serviço ou produto. Markert afirma que as competências *"técnico-*

metodológicas transversais" possuem o objetivo de explorar a capacidade em transferir conhecimentos mediante diferentes situações, o que para Zarifian (2002), é o toque final para tornar uma pessoa completamente competente. Ou seja, o momento em que uma pessoa é capaz de transferir seus conhecimentos para outros colegas.

Além do compartilhamento de conhecimentos, Markert reforça as mudanças sócio-culturais como estopim para a exigência de competências "*sócio-comunicativas e subjetivas*", uma vez em que as barreiras ideológicas, culturais e sociais entre diferentes regiões se diluem e se entrelaçam, de forma com que as pessoas se tornem conectadas e saibam lidar com o próximo, com aquilo que é diferente do seu habitual. E por fim, o autor reforça a ideia de Brandão e Guimarães (2001), que afirmam a busca pelo destaque por muitas empresas, e assim, Markert (2002, p. 196) apresenta a exigência das competências "*histórico-políticas transformadoras*", onde essas objetivam transformar as organizações e garantir sua "presença no mundo" ou seja, garantir sua visibilidade.

Contudo, os diferentes quadros de competências abordados por Markert podem se alinhar ao impacto das tecnologias diante um mundo globalizado, às mudanças de hábito e consumo por parte da população, aos modelos de negócios e carreiras, à ascensão do empreendedorismo corporativo, à multidisciplinaridade e às expectativas sob o profissional do futuro. Todos estes fatores podem mesclar a habilidade de se adaptar e aprender, de tomar decisões em meio incertezas, de compartilhar informações, de se inter-relacionar, dentre outros.

A partir de todas estas mudanças que culminaram para o perfil do profissional, agora nos retiramos ao próximo capítulo para compreender quais são as competências requeridas ao profissional de comunicação pelo mercado de trabalho.

4. O PROFISSIONAL DE COMUNICAÇÃO: MERCADO E COMPETÊNCIAS

O objetivo deste capítulo é abordar as características do profissional de comunicação em meio um mundo dinâmico e globalizado, assim como a própria área de comunicação e seus desdobramentos. Além destes, também serão apresentadas as competências para o perfil do profissional de comunicação.

4.1 O perfil do profissional de comunicação na contemporaneidade

Para Kunsch (2016), estamos em uma nova ordem política, perante um mercado dinâmico, aberto, competitivo e tecnológico, o que implica nas ações do profissional de comunicação que deve se atentar a uma nova visão de mundo. Esta visão, quando pensada de maneira organizacional, deve estar atrelada às respostas que as organizações devem oferecer a seus públicos, mesmo diante pressões relacionadas às mudanças sociais, inovação, sustentabilidade, diversidade cultural, dentre outros (SCHAUN e RIZZO, 2008). Desta forma, o perfil do profissional de comunicação passou a ser balizado pelos,

Desafios impostos pelas mudanças sociais no novo milênio, que configuram questões paradigmáticas as mais diversas: valorização da cidadania, multiplicidades de públicos, consumo responsável, questões planetárias, concorrência global, minorias sociais, entre outras. (SCHAUN e RIZZO, 2008, p.2)

Com tantas questões a serem levadas em consideração, sejam estas globais, locais, sociais, culturais ou econômicas, o profissional deve pensar a comunicação organizacional de forma integral, sem esquecer-se de seus concorrentes. Conhecer o mercado e seus concorrentes são fatores necessários ao profissional que trabalha com comunicação (SCHAUN e RIZZO, 2008), pois assim aumentam-se as chances de prever e agir de forma estratégica mediante situações de divergência.

Inferindo que as empresas buscam se posicionar diante as transformações dos contextos sócio econômicos da globalização, observa-se a obra *"Uma reflexão sobre o perfil do profissional de comunicação organizacional na atualidade"* onde a autora Eldi Willms (2009), afirma que o profissional de comunicação precisa ter, “um perfil que reúna adjetivos como político, educador, sociólogo, formulador, crítico, analítico, propositivo, criativo, culto, ousado, corajoso, estrategista, flexível, articulado e articulador”. (WILLMS, 2009, p.35)

Diante este perfil, percebe-se que a comunicação "deixa de ser uma área periférica, para tornar-se uma área estratégica", (KUNSCH, 2016), e em sintonia com este argumento,

Schaun e Rizzo (2008), reiteram que pensar a comunicação de forma estratégica já não é mais uma possibilidade, e sim, uma necessidade. De acordo com Willms (2009) as organizações passaram a perceber que ter uma comunicação eficiente lhes confere o caminho para seu êxito, e para tal, é necessário se atentar aos diferentes canais e públicos que cercam a empresa, utilizando-se de “destreza no uso da língua e das linguagens para poder produzir enunciados de acordo com os requisitos das diferentes plataformas e dos objetivos da cultura do consumo” (FIGARO, 2009, p.12).

Ao se pensar no uso da língua e linguagem em comunicação interna, no momento em que o diálogo passa a ser bem empregado entre os funcionários de uma empresa, e a mesma se dispõe de canais efetivos para se comunicar, por exemplo, os funcionários podem passar a trabalhar com mais confiança e satisfação, o que pode gerar resultados assertivos na produtividade, impactando assim, nos lucros. A abertura de canais e meios para se comunicar com os funcionários e consumidores, confere sagacidade e habilidade ao profissional de comunicação, e Kunsch (2016) complementa que,

Hoje há uma preocupação muito grande com a comunicação interna. Está provado que, se o colaborador-empregado não for conscientizado de que é agente importante do processo de comunicação, como gestor e facilitador, a empresa não conseguirá cumprir sua missão e atingir suas metas. Então, a área de comunicação passa a ser importantíssima. (KUNSCH, 2016, p.4)

Na era atual, esta preocupação com os demais públicos e a importância da comunicação mostra para alguns autores que,

O profissional tradicional era muito mais tarefeiro. Tinha uma função tática. Hoje, ele tem que ser muito mais um estrategista. Tem que pensar a comunicação no sentido da busca de satisfação do consumidor e do empregado de cumprimento da missão e dos valores da organização. (SCHAUN e RIZZO, 2008, p.3)

Quando os consumidores são ouvidos com atenção, recebem um bom atendimento e possuem canais para exprimir suas satisfações ou insatisfações, a empresa sugere uma imagem positiva, o que diminui a probabilidade de se expor à uma crise de imagem, já que seu processo de comunicação se mostra como algo bem estruturado, de acordo com Willms (2009). Logo, o profissional em questão necessita situar a comunicação como facilitadora para que a organização atinja seus objetivos, (KUNSCH, 2016). Ainda para a mesma autora, Margarida Kunsch (2016), a parceria entre as áreas responsáveis pela comunicação mercadológica, institucional e interna, não faz apenas com que a organização cresça, mas também condiciona que a mesma tenha possibilidades de resultados positivos.

4.2 As competências significativas para o perfil do profissional de comunicação

Em meio tais modificações no atual mundo globalizado, torna-se evidente para Horizontes; Trigueiros e Lins (2017), que é necessário que o profissional de comunicação ofereça um perfil de formação multifacetada, que desenvolva suas habilidades e competências para lidar com um excesso de informações e novas dinâmicas culturais e tecnológicas que este novo universo traz. E em sintonia com estes argumentos, Willms (2009, p.35) alega que o profissional de comunicação é aquele do qual "se requer conhecimentos, habilidades e competências multifacetadas e multidisciplinares, que partem do âmbito da comunicação social e a extrapolam".

Mas para Kunsch (2016), o perfil do profissional de comunicação de hoje e do próximo milênio, ainda é um modelo sem respostas definitivas, que levantam inquietudes perante as incertezas globais.

Mesmo sem respostas definitivas, a estudiosa afirma que é necessário que o comunicador trabalhe de forma proativa, de modo a administrar percepções e fazer leitura de ambientes. Kunsch (2016) também reitera que o relacionamento interpessoal, disponibilidade para ouvir e negociar são outros aspectos importantes a serem levados em consideração. Além de possuir uma mente aberta para compreender mudanças e flexibilidade necessária para se adaptar a tal, o profissional precisa também lutar contra o conformismo e a acomodação.

A exigência de diferentes competências, a flexibilidade e adaptação às mudanças, podem ser explicadas através das funções e atividades que um profissional de comunicação, muitas vezes, pode desenvolver em um determinado cargo, pois,

É comum que se acumulem funções com um só profissional produzindo conteúdos para mais de um veículo de comunicação do mesmo sistema e para múltiplas plataformas. Muitas vezes, um mesmo profissional é responsável por produzir textos, fazer fotos, gravar vídeos e produzir áudio - para impresso, rádio e mídia online. (HORIZONTES; TRIGUEIROS e LINS, 2017, p.3)

Esta acumulação de funções e generalização de profissões preocupa o estudioso Porto Simões (1984), que traz em sua obra *“Relações Públicas - Função Política”*, o exemplo da falta de discernimento entre as Relações Públicas e o Marketing, e a constante confusão que é feita ao redor destas diferentes áreas da comunicação. O autor alega que isso transforma o profissional em um ser tecnicista que apenas executa tarefas, como a gestão de eventos e promoção de produtos, o que acaba por sua vez, subordinando o relações-públicas ao marketing. Neste aspecto, Simões (1984) contrapõe os argumentos de Schaun e Rizzo (2008) e

Kunsch (2016), que inferem que o caráter tecnicista ficou no passado, possuindo um caráter apenas estratégico hoje em dia.

Eldi Willms (2009) chama o profissional de comunicação de "mestiço", já que os cargos passam a exigir uma gama de competências e pluralidades de atuação, onde o profissional deverá somar todos os seus conhecimentos entre as áreas de comunicação social e outras tantas das ciências sociais. A autora apresenta esta afirmação e embasa seu argumento na ideia de que para abraçar todas as habilidades e conhecimentos que uma atividade exige, é necessário pensar de forma estratégica, não apenas executar uma obrigação de maneira mecânica. Esta ideia se alinha ao pensamento de Schaun e Rizzo (2008), onde o profissional deixa de ter um caráter tradicional tarefeiro para ter um caráter estrategista.

Willms (2009) reconhece que o mercado oferece muitas oportunidades de trabalho a jornalistas, relações-públicas, publicitários administradores de empresas, profissionais de marketing e publicidade, dentre outros, e assegura que a fusão da mestiçagem é bastante plural. Sendo assim, a mestiçagem exigida aos profissionais pode fazer com que os mesmos percam suas identidades próprias, com cargos e funções bem definidas, onde as empresas passam a ter dúvidas de onde enquadrar os profissionais em áreas de relações públicas, jornalismo ou outras que se especializam em comunicação social.

Mesmo com a mescla de competências, aprendizados e profissões, Schaun e Rizzo (2008), Margarida Kunsch (2016) e Willms (2009), reconhecem a importância do profissional de comunicação em lidar com ambiguidades, identificar ameaças e oportunidades para a área de comunicação, buscando assim, novas ideias. E é neste momento que o pensamento estratégico se alia à capacidade de inovação, (SCHAUN e RIZZO, 2008).

Em sua obra *"Um novo perfil do profissional de comunicação"*, Schaun e Rizzo (2008) descrevem diversas competências essenciais para o profissional de comunicação, que estão associadas à informação e transparência nas ações, formação cultural - diversidade amplitude e internacionalização, análise, reflexão crítica e visão de mercado e da concorrência, trabalho em equipe, pesquisa e planejamento, linguagem e expressão, inteligência emocional, talentos, redes de relacionamentos e cadeias de sustentabilidade, e proximidade ética. As competências descritas são: liderança, proatividade, bom relacionamento interpessoal, agilidade, flexibilidade, leitura de ambientes, perspicácia, criatividade, raciocínio rápido, trabalho em e equipe e boa comunicação.

Schaun e Rizzo (2008) apresentam a liderança como a competência em ter uma visão estratégica, ao mesmo tempo em que se faz a gestão de opiniões e conflitos. A proatividade aparece como a capacidade de administrar percepções ao mesmo tempo em que se faz a leitura

de um ambiente interno, onde um profissional exercerá sua tomada de iniciativa, aspecto muito citado por Philippe Zarifian (2002), ao descrever e definir competências. A competência de negociação também surge, uma vez que o profissional poderá ser exposto à resolução de conflitos, onde diferentes partes discutem interesses a fim de se chegar a um objetivo.

Baseando-se na obra de Kunsch (2004), as autoras Schaun e Rizzo (2008) também retomam os argumentos sobre o conformismo, agilidade e flexibilidade à mudanças. A flexibilidade surge como o lidar com situações de conflitos e crises, onde o profissional de comunicação necessitará sair de sua zona de conforto para buscar resultado para as mais diversas soluções. Desta forma, o profissional terá que lidar com o conformismo e remodelar esta característica pessoal, caso a possua. Além deste, Schaun e Rizzo (2008) reiteram que a flexibilidade também contribui para o trabalho em equipe, já que neste caso, é preciso realizar tarefas com os mais diversos perfis profissionais.

A capacidade de realizar diariamente uma leitura do ambiente externo de forma dinâmica também aparece para Schaun e Rizzo (2008) como uma prerrogativa fundamental do profissional de comunicação, o mesmo terá a oportunidade de exercer seu pensamento estratégico e sua capacidade de inovação, que poderá trazer resultados significativos para a organização, como uma estratégia de marketing de oportunidade, por exemplo.

A perspicácia e a criatividade também são aptidões requeridas ao novo profissional, pois são nestas características que o profissional poderá exercer sua capacidade de resolução de problemas e proposição de soluções que se diferem do usual. Neste caso, o raciocínio rápido aparece como a capacidade de superar conflitos, também tornando-se imprescindível à resolução de problemas. E por fim, Schaun e Rizzo (2008), conferem ao profissional, uma boa comunicação, onde,

Ter uma boa oratória, saber falar bem, não é necessariamente usar um vocabulário rebuscado nem simplório demais para apresentar ou defender ideias. O bem falar inclui desde o texto, a síntese, o argumento até o tom da voz, os movimentos do corpo, o olhar, enfim, é um conjunto que une linguagem e expressão, singular a alguém, mas que cria uma empatia com o público. (SCHAUN e RIZZO, 2008, p.9).

Todas estas competências citadas até o dado momento corroboram para a formulação do perfil do profissional de comunicação, realizando assim, a “mestiçagem” descrita por Willms (2009). A autora complementa seus argumentos a partir das ideias do estudioso Renato Gasparetto (2008), que afirma haver cinco passos para ser um profissional da área de comunicação:

1. Conhecer profundamente o negócio e o mercado de atuação da organização;
2. Interesse e conhecimento na área de gestão empresarial;

3. Ter estratégia e visão global perante os demais mercados;
4. Adquirir boa formação cultural;
5. Ser propenso à novos conhecimentos.

Com esta visão descrita por Gasparetto (2008), pode-se solidificar os argumentos de Kunsch (2016), que indica que a resposta para o perfil do profissional de comunicação ainda não é definitiva, pois sempre haverá um complemento que diz ser fundamental ao perfil. As pesquisas e definições para o perfil do profissional não se excluem, apenas se complementam.

E para integrar esta resposta não definitiva e que inquieta os estudiosos, Gondim (2002) afirma que o perfil profissional desejável está alicerçado em três grupos de habilidades.

A. Cognitivas, relacionadas ao raciocínio lógico, resolução de problemas, criatividade e julgamento crítico;

B. De equipamentos e processos de trabalho;

C. Comportamentais e atitudinais, como cooperação, iniciativa, empreendedorismo, motivação, responsabilidade, disciplina, ética, e atitudes permanentes em aprender.

Sendo assim, infere-se que o perfil do profissional de comunicação está intimamente atrelado ao momento cultural, econômico e social do ambiente globalizado em que está inserido, de forma com que possa agregar aos processos, funções, cargos, equipes e pessoas da organização no qual se encontra. As competências exigidas podem ser diversas, e se mesclam às habilidades cognitivas, técnicas e comportamentais do profissional. Além destes, a questão do profissional “multifacetado” e “mestiço” faz com que seja questionada a exigência de tais competências, uma vez que seu caráter estratégico ou tecnicista, não é explícito.

4.3 O profissional de comunicação na CBO - Classificação Brasileira de Ocupações

A Classificação Brasileira de Ocupações - CBO¹, foi criada em 9 de outubro de 2002 pelo Ministério do Trabalho e do Emprego - MTE e foi instituída com base legal na Portaria nº397. Esta tem o objetivo de apresentar, da maneira mais fiel possível, as atividades profissionais existentes em toda a extensão nacional. Esta classificação não faz diferenciação entre as profissões que são regulamentadas e as que são de livre exercício profissional. Para Sueli Faria e Vanda de Oliveira em sua obra, “*Competências do profissional da informação: Uma reflexão a partir da Classificação Brasileira de Ocupações*”, a CBO tem uma dimensão estratégica importante,

¹ <http://www.mtecbo.gov.br/cbosite/pages/home.jsf>

Na medida em que, com a padronização de códigos e descrições, poderá ser utilizada pelos mais diversos atores sociais do mercado de trabalho. Terá relevância também para a integração das políticas públicas do MTE, sobretudo no que concerne aos programas de qualificação profissional e intermediação da mão-de-obra, bem como no controle de sua implementação. (FARIA e OLIVEIRA, 2005, p.29).

A CBO acompanha o dinamismo das ocupações e é atualizada anualmente, mas não tem o poder de regulamentar profissões, apenas de classificar. Seus dados fazem parte de bases estatísticas que servem como contribuição para a elaboração de políticas públicas de emprego. A CBO tem criado ao trabalhador, visibilidade e inclusão social, uma vez que os trabalhadores se sentem valorizados e respaldados ao terem um documento elaborado pelo governo que reconhece seus ofícios. Desta forma, a CBO é tida como,

Parâmetro para análise das competências requeridas para o universo da informação, por ter sido formulada a partir da descrição dos próprios profissionais e também por estar sendo utilizada pelas empresas e instituições como ferramenta de pesquisa para formulações de planos de cargos e salários. (FARIA e OLIVEIRA, 2005, p.29).

Ao entrar no site do Ministério do Trabalho e do Emprego - MTE², encontra-se na seção *Trabalhador*, abas referentes a *Vagas de Emprego*, *Seguro Desemprego Web*, *Abono Salarial*, *Carteira de Trabalho Digital*, *Escola do Trabalhador*, *Sine Fácil*, e as *Ocupações (CBO)*. Ao se redirecionar para as *Ocupações (CBO)*, depara-se com a barra de pesquisa "*Encontre sua ocupação na CBO*", onde deve ser digitada a palavra chave desejada a respeito da área de seu interesse.

Quando a palavra chave "Comunicação" é inserida nesta barra de pesquisa, surgem diversas vagas que possuem a palavra "Comunicação" em seu título, por mais que não estejam relacionadas à área de comunicação, e os títulos encontrados são: *Analista de comunicação (Teleprocessamento)*; *analista de redes e de comunicação de dados*; *analista de telecomunicação*; *avaliador de produtos por meio de comunicação*; *diretores de operações de serviços em empresa de armazenamento, de transporte e de telecomunicações*; *eletricista de manutenção de linhas elétricas, telefônicas e de comunicação de dados*; *engenheiro de redes de comunicação*; *engenheiro de sistemas de comunicação*; *especialista de comunicação em relações públicas*; *gerente de comunicação*; *gerente de comunicação corporativa*; *gerente de comunicação social*; *gerente de comercialização, marketing e comunicação*. *gerentes de operações de operações de serviços em empresa de transporte, de comunicação e de logística (armazenagem e distribuição)*; *instalador de equipamentos de comunicação*; *instaladores e reparadores de linhas e cabos elétricos, telefônicos e de comunicação de dados*; *instalador-reparador de linhas de comunicação e de dados*; *instalador-reparador de redes telefônicas e*

² <https://empregabrasil.mte.gov.br/>

de comunicação de dados; instrutor de aprendizagem em comunicação; intérprete de comunicação eletrônica; pedagogo especializado em deficientes da áudio-comunicação; professor de alunos com distúrbios da áudio-comunicação; professor de comunicação social do ensino superior; profissionais de direitos autorais e de avaliação de produtos dos meios de comunicação; técnico de comunicação de dados.

Ao se direcionar para um destes títulos, encontra-se abas sobre as características de trabalho, áreas de atividade, competências pessoais, recursos de trabalho, dentre outros.

Tomemos como exemplos as competências pessoais requeridas para os cargos de especialista de comunicação em relações públicas, analista, gerente e professor de comunicação:

Exemplo 1 - Ao clicar em Analista de redes e de comunicação de dados, somos redirecionados para o título 2124:: Analistas de Tecnologia da Informação, que possui como descrição sumária:

Desenvolvem e implantam sistemas informatizados dimensionando requisitos e funcionalidade dos sistemas, especificando sua arquitetura, escolhendo ferramentas de desenvolvimento, especificando programas, codificando aplicativos. Administram ambiente informatizado, prestam suporte técnico ao cliente, elaboram documentação técnica. Estabelecem padrões, coordenam projetos, oferecem soluções para ambientes informatizados e pesquisam tecnologias em informática.

E ao carregar a aba de competências pessoais que o profissional de comunicação deve possuir para exercer este cargo, nos deparamos com:

2124 :: Analistas de tecnologia da informação

Competências Pessoais

- | | |
|----|---|
| 1 | Desenvolver raciocínio abstrato |
| 2 | Demonstrar criatividade |
| 3 | Desenvolver raciocínio lógico |
| 4 | Demonstrar capacidade de síntese |
| 5 | Demonstrar senso analítico |
| 6 | Evidenciar concentração |
| 7 | Demonstrar flexibilidade |
| 8 | Demonstrar capacidade de antecipar cenário futuro |
| 9 | Trabalhar em equipe |
| 10 | Demonstrar iniciativa |
| 11 | Desenvolver capacidade de memorização |
| 12 | Demonstrar empatia com público-alvo |
| 13 | Demonstrar capacidade de trabalhar sob pressão |
| 14 | Demonstrar capacidade de organização |

Exemplo 2 - Ao clicar em Gerente de comunicação e/ou especialista de comunicação em relações públicas, somos redirecionados para o título 1423:: Gerentes de comercialização, marketing e comunicação, que possui como descrição sumária:

Elaboram planos estratégicos das áreas de comercialização, marketing e comunicação para empresas agroindustriais, industriais, de comercialização e serviços em geral; implementam atividades e coordenam sua execução; assessoram a diretoria e setores da empresa. Na área de atuação, gerenciam recursos humanos, administram recursos materiais e financeiros e promovem

condições de segurança, saúde, preservação ambiental e qualidade. Atuam no processo de decisão política, participam da formulação de políticas públicas, elaboram e estabelecem estratégias de relações governamentais, analisam os riscos regulatórios ou normativos e defendem os interesses dos representados.

E ao carregar a aba de competências pessoais que o profissional de comunicação deve possuir para exercer este cargo, nos deparamos com:

1423 :: Gerentes de comercialização, marketing e comunicação

Competências Pessoais	
1	Liderar pessoas
2	Demonstrar capacidade de negociação
3	Tomar decisões
4	Demonstrar capacidade de abstração
5	Trabalhar em equipe
6	Demonstrar capacidade de raciocínio analítico
7	Demonstrar capacidade de síntese
8	Demonstrar capacidade de relacionamento interpessoal
9	Demonstrar flexibilidade
10	Agir com empatia
11	Demonstrar capacidade de organização
12	Demonstrar habilidades comunicativas
13	Demonstrar criatividade
14	Saber ouvir
15	Demonstrar visão sistêmica
16	Pensar estrategicamente

Exemplo 3 - Ao clicar em Professor de comunicação social do ensino superior, somos redirecionados para o título 2347:: Professores de ciências humanas do ensino superior, que possui como descrição sumária:

Preparam e ministram aula nas áreas de ciências humanas no ensino superior e orientam trabalhos acadêmicos; elaboram planos de ensino; supervisionam estágio; avaliam processos de ensino-aprendizagem; participam de processos de seleção e avaliação. Prestam assessoria técnico-científica; exercem

atividades acadêmico-administrativas e constroem projetos político-pedagógicos. Podem desenvolver atividades de pesquisa e extensão.

E ao carregar a aba de competências pessoais que o profissional de comunicação deve possuir para exercer este cargo, nos deparamos com:

2347 :: Professores de ciências humanas do ensino superior

Competências Pessoais	
1	Manter-se atualizado
2	Demonstrar capacidade de argumentação
3	Demonstrar capacidade de reflexão
4	Demonstrar capacidade de síntese
5	Demonstrar capacidade de expressão oral
6	Demonstrar capacidade de redação
7	Demonstrar capacidade de problematizar
8	Demonstrar capacidade de estabelecer interlocuções
9	Demonstrar capacidade de observação
10	Demonstrar capacidade de motivação
11	Demonstrar capacidade de mobilização
12	Demonstrar capacidade de contextualização
13	Demonstrar capacidade de polemização
14	Demonstrar capacidade de lidar com a diversidade
15	Demonstrar criatividade
16	Exercer papéis de cidadania

Estas competências pessoais exibidas na Classificação Brasileira de Ocupações podem ser utilizadas como parâmetros para as empresas no momento em que decidem admitir profissionais da área de comunicação, definir seus escopos e salários.

O site *Salario.com.br* apresenta o salário médio de todas as profissões que tiveram seus dados informados através das organizações ao CAGED - Cadastro Geral de Empregados e Desempregados da Secretaria da Previdência e Trabalho do Ministério da Economia (Antigo Ministério do Trabalho), e assim, é possível verificar qual a média salarial oferecida à

diferentes cargos da área de comunicação. De acordo com o CAGED, o MTE e a pesquisa do Salario.com.br, no período de 12/2018 até 07/2019, o mercado de trabalho brasileiro tem oferecido aos profissionais de comunicação, por toda sua extensão nacional, uma média salarial de:

Tabela 1 – Médias salariais a partir do CAGED

CARGO	JORNADA DE TRABALHO SEMANA	MÉDIA SALARIAL	AMOSTRA DE SALÁRIOS
Analista de Marketing	43h/semana	R\$ 3734,14	23459 salários
Professor de comunicação social do ensino superior	23h/semana	R\$ 5425,43	132 salários
Analistas de Tecnologia da Informação	42h/semana	R\$ 3.681,92	11.113 salários
Gerente de Marketing	43h/semana	R\$ 7.684,42	11056 salários
Especialista de comunicação em Relações Públicas	42h/semana	R\$ 4285,24	2.858 salários
Gerente de Relações Públicas	42h/semana	R\$ 7.476,03	2.621 salários

Fonte: <https://www.salario.com.br/busca-salarial/>

A CBO não contempla no site do MTE, os mais variados cargos que um profissional de comunicação pode exercer, como estágio, consultoria, coordenação, dentre outros, e embora não tão abrangentes,

Alimentam a definição multidimensional de competência de Zarifian (2001), envolvendo facetas que vão do individual ao sociocultural, situacional e processual, tornando o trabalho mais reflexivo, e se transforma em linguagem com ligação entre as competências técnicas e comunicativas. (FARIA e OLIVEIRA, 2005, p.31).

Por fim, mediante as transformações estratégicas organizacionais por conta da globalização e a convergência dos meios de comunicação, pode-se dizer que o principal *input* dos trabalhadores passou a ser a capacidade de criar, aprender e desenvolver novos conceitos, de acordo com Faria e Oliveira (2005). Desta forma, o profissional consegue criar uma estratégia competitiva e garantir seu crescimento futuro, assim como a organização consegue mapear suas competências de maneira com que ressalte os pontos fortes de um indivíduo para exercer determinada função, e ressalte seus pontos fracos, a fim de aperfeiçoá-los para que o indivíduo

gerencie sua carreira e invista no desenvolvimento das competências consideradas mais importantes para a área que deseja atuar.

A fim de se inteirar a respeito das competências que são exigidas por empresas para cargos de comunicação através do site Vagas.com, nos retiramos ao próximo capítulo.

5. PESQUISA APLICADA

Este trabalho apresenta um caráter descritivo e exploratório, e para tal, utilizou-se o método de análise de conteúdo, que, de acordo com Moraes (1999),

Como método de investigação, a análise de conteúdo compreende procedimentos especiais para o processamento de dados científicos. É uma ferramenta, um guia prático para a ação, sempre renovada em função dos problemas cada vez mais diversificados que se propõe a investigar. Pode-se considerá-la como um único instrumento, mas marcado por uma grande variedade de formas e adaptável a um campo de aplicação muito vasto, qual seja a comunicação. (MORAES, 1999, p.2).

Deste modo, foi possível abordar dados qualitativos e quantitativos, identificados no site Vagas.com através das vagas de comunicação anunciadas nos meses de junho, julho e agosto de 2019, assim como as cidades anunciantes, médias salariais e competências requeridas aos profissionais.

Tendo em vista estes aspectos, Olabuenaga e Ispizúa (1989, apud, MORAES, 1999, p.2), “A análise de conteúdo é uma técnica para ler e interpretar o conteúdo de toda classe de documentos, que analisados adequadamente nos abrem as portas ao conhecimento de aspectos e fenômenos da vida social de outro modo inacessível.”. Logo, parte-se para a próxima subseção a fim de compreender os resultados e discussões obtidas a partir da análise de conteúdo.

5.1 Resultados e discussões

Este trabalho tem o intuito de identificar as competências requeridas para cargos de comunicação por empresas através do site Vagas.com.

A fim de definir seu objeto, o Vagas.com, site que desenvolve soluções tecnológicas com o intuito de encontrar e selecionar profissionais para diversas empresas no território nacional, foi-se necessário dividir a pesquisa inicial em três passos:

- 1º Passo: Análise de 25 sites que apresentam o ranking dos melhores sites de emprego do Brasil publicados entre os anos de 2016 e 2019;
- 2º Passo: Filtro dos 5 primeiros sites de emprego que apareciam no ranking de cada site;
- 3º Passo: Obtenção de um resultado de 125 sites. A partir destes, foram separados os 4 sites de emprego que apareceram com mais frequência.

A partir destas pesquisas e filtros, os resultados obtidos foram:

- Vagas.com - Apontado 17 vezes entre os rankings;
- LinkedIn - Apontado 14 vezes entre os rankings;
- Catho - Apontado 14 vezes entre os rankings;
- Infojobs - Apontado 14 vezes entre os rankings.

Logo, o site Vagas.com foi estabelecido como o objeto para este trabalho por ser aquele que apareceu com mais frequência, além de outros fatores:

- A. O LinkedIn redireciona o usuário diretamente para outras páginas de site de emprego, então seria difícil manter o padrão entre diferentes sites de emprego;
- B. O Catho é um site de empregos pago e seu tempo de teste grátis é de um mês, e como a pesquisa seria realizada entre os meses de junho, julho e agosto de 2019, seria inviável utilizá-lo;
- C. Por fim, o Infojobs não possuía uma quantidade numérica tão expressiva de vagas que seriam necessárias para a pesquisa, quando comparado ao Vagas.com.

Em seguida, foi desenvolvida uma tabela de Excel para expor as competências que apareciam com mais frequência na descrição das vagas que possuíam a palavra-chave “Comunicação” no título da vaga, assim como a data da análise da vaga em questão, data de publicação, título da vaga e número de identificação, nome da empresa, as competências requeridas, descrição da vaga, média salarial e a cidade anunciante em que o profissional deveria trabalhar.

A periodicidade da pesquisa abrangeu um intervalo de três a sete dias por semana durante os meses de junho, julho e agosto de 2019. Em meio estas pesquisas periódicas, foram feitas pesquisas de referencial teórico para embasar o trabalho.

O uso do termo “Comunicação” e não “Relações Públicas” na identificação da vaga para o objeto de estudo deste trabalho se explica a partir do insignificante número de vagas que apareceram com a identificação “Relações Públicas”, quando comparado com o número de vagas que possuíam a palavra “Comunicação” em sua identificação. O número de vagas que continham o termo “Comunicação” apresentou-se na proporção de 57 vagas de comunicação, para 1 de Relações Públicas.

Este trabalho não busca classificar as competências encontradas no site Vagas.com em quadros sociais, comportamentais, técnicas, emocionais, pessoais ou até mesmo físicos, que podem ser encontradas e debatidas a partir da literatura. Seu objetivo é identificar as competências requeridas por empresas para vagas da área de comunicação e identificar se as mesmas estão de acordo com os autores mencionados no referencial teórico e na CBO - Classificação Brasileira de Ocupações, questionando se as competências exigidas para os cargos de comunicação vão além da atuação técnica e se possuem um caráter transformador para o profissional.

Logo, aqui reforço o uso da análise de conteúdo para este estudo, uma vez que, de acordo com Bardin (1977), este método,

Absolve e cauciona o investigador por esta atracção pelo escondido, o latente, o não-aparente, o potencial de inédito (do não-dito), retido por qualquer mensagem. Tarefa paciente de «desocultação», responde a esta atitude de voyeur de que o analista não ousa confessar-se e justifica a sua preocupação, honesta, de rigor científico. (BARDIN, 1977, p.9).

Consequentemente, obteve-se 57 vagas encontradas ao longo deste período, que compõem os cargos de analista, estagiário, assistente, coordenador, especialista, agente, consultor, designer, gerente, líder e professor, nas cidades de São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Minas Gerais, Rio Grande do Sul, Brasília, Curitiba e Santa Catarina. Além destes, também se foi descoberto que das 57 vagas analisadas no período estabelecido, apenas 10 continham o valor dos salários a serem oferecidos pelas organizações. E por fim, foi-se possível identificar quais as competências requeridas para os diferentes cargos de comunicação.

A fim de enriquecer as discussões acerca da análise, foram feitos agrupamentos a partir da leitura flutuante do referencial teórico das seções 2, 3 e 4, relacionados à *Competências e o mundo do trabalho*, *Competências: Conceitos e definições*, e *O profissional de comunicação: Mercado e competências*, respectivamente.

Após estes agrupamentos, chegou-se ao resultado de que as competências: criatividade, flexibilidade, trabalho em equipe, liderança, bom relacionamento interpessoal e proatividade, fazem parte da intersecção entre as competências gerais do profissional do século XXI, as competências específicas do profissional de comunicação, as competências apontadas pelo CBO - Classificação Brasileira de Ocupações e as competências requeridas para vagas de comunicação anunciadas pelo site Vagas.com.

5.2 Competências gerais do profissional do século XXI

Esta subseção busca reunir as palavras-chave agrupadas a partir da leitura flutuante do referencial teórico da seção 2, “*Competências e o mundo do trabalho*”, e 3, “*Competências: Conceitos e definições*”. Estas palavras-chave referem-se às competências evidenciadas pelos autores referenciados na revisão ao longo do texto:

Tabela 2 – Competências gerais evidenciadas pelos autores e suas frequências de aparição nas demais citações

COMPETÊNCIAS GERAIS	FREQUÊNCIA DE APARIÇÕES POR AUTORES	AUTORES
<i>Agilidade</i>	1	Sueli Faria e Vanda Oliveira (2005)
<i>Aprendizagem</i>	5	Hugo Brandão e Tomás Guimarães (2001)
		Ana Maria Bortolon (2018)
		Lily Bermúdez e Liliana González (2011)
		Sueli Faria e Vanda Oliveira (2005)
		Philippe Zarifian (2002)
<i>Bom Relacionamento Interpessoal</i>	2	Zélia Miranda Kilimnik (2004)
		Lily Bermúdez e Liliana González (2011)
<i>Compartilhamento de Informações</i>	2	Philippe Zarifian (2002)
		Sueli Faria e Vanda Oliveira (2005)
<i>Criatividade</i>	5	Philippe Zarifian (2002)
		Neise Deluiz (2002)
		Ana Maria Bortolon (2018)
		Zélia Miranda Kilimnik (2004)
		Sueli Faria e Vanda Oliveira (2005)
<i>Empowerment</i>	1	Sueli Faria e Vanda Oliveira (2005)

<i>Estratégia Competitiva</i>	<i>1</i>	<i>Sueli Faria e Vanda Oliveira (2005)</i>
<i>Flexibilidade</i>	<i>5</i>	<i>Henrique Helal (2006)</i>
		<i>Neise Deluiz (2002)</i>
		<i>Ana Maria Bortolon (2018)</i>
		<i>Zélia Miranda Kilimnik (2004)</i>
		<i>Sueli Faria e Vanda Oliveira (2005)</i>
<i>Histórico Política Transformadora</i>	<i>1</i>	<i>Werner Markert (2002)</i>
<i>Horizontalidade</i>	<i>1</i>	<i>Sueli Faria e Vanda Oliveira (2005)</i>
<i>Inovação</i>	<i>2</i>	<i>Zélia Miranda Kilimnik (2004)</i>
		<i>Sueli Faria e Vanda Oliveira (2005)</i>
<i>Integrais e Universais</i>	<i>1</i>	<i>Werner Markert (2002)</i>
<i>Liderança</i>	<i>1</i>	<i>Lily Bermúdez e Liliana González (2011)</i>
<i>Multidisciplinaridade</i>	<i>1</i>	<i>Ana Maria Bortolon (2018)</i>
<i>Planejamento Participativo</i>	<i>1</i>	<i>Sueli Faria e Vanda Oliveira (2005)</i>
<i>Proatividade</i>	<i>1</i>	<i>Philippe Zarifian (2002)</i>
<i>Resolução de Problemas</i>	<i>2</i>	<i>Neise Deluiz (2002)</i>
		<i>Lucília Machado (2007)</i>
<i>Responsabilidade</i>	<i>2</i>	<i>Philippe Zarifian (2002)</i>
		<i>Henrique Helal (2006)</i>
<i>Técnico Metodológicas Universais</i>	<i>1</i>	<i>Werner Markert (2002)</i>
<i>Trabalho em Equipe</i>	<i>5</i>	<i>Hugo Brandão e Tomás Guimarães (2001)</i>
		<i>Neise Deluiz (2002)</i>
		<i>Zélia Miranda Kilimnik (2004)</i>
		<i>Lily Bermúdez e Liliana González (2011)</i>
		<i>Ana Maria Bortolon (2018)</i>

Fonte: Elaborado pela autora

A partir do total de 11 autores utilizados no referencial teórico e do quadro que agrupou as competências citadas em seus argumentos, pode-se inferir que as competências

requeridas para o profissional do século XXI são variadas e diversificadas, e exploram desde competências pessoais comportamentais, até competências a serem trabalhadas em equipe.

A frequência de aparição por autores destaca as competências que mais são citadas ao longo do referencial teórico, e indica que quase 50% dos autores citam a criatividade, flexibilidade, trabalho em equipe e a aprendizagem como competências contemporâneas relacionadas à qualquer profissional. A criatividade surge mediante situações que precisam de soluções inovadoras e diferentes do habitual em uma organização, de forma com que o profissional consiga mobilizar todos os seus recursos e capacidades para conquistar objetivos, segundo Perrenoud (2002).

O trabalho em equipe surge para alavancar resultados de maneira mais rápida e diversa, pois assim torna-se mais factível alcançar um resultado que satisfaça boa parte do time. Deluiz (2001) aponta que a facilidade para trabalhar em equipe, é uma característica importante para enfrentar situações de constantes mudanças e para a melhoria de processos, produtos e serviços. A mesma autora ainda acredita que trabalhadores flexíveis são mais passíveis a enfrentar imprevistos e sejam mais abertos para mudar de função dentro de uma mesma empresa, atualizando assim suas competências e seus conhecimentos.

Para Bermúdez e Gonzáles (2011), os treinamentos e as situações que os funcionários passam ao longo de sua carreira profissional, faz com que os mesmos aumentem seu leque de aprendizagem, o que pode fazer com que o profissional tenha maiores chances de desenvolver suas competências. Estes conhecimentos podem vir a tona em ocasiões concretas ou práticas, e de acordo com Machado (2007), isso faz com que o indivíduo tenha mais autonomia para desempenhar suas atividades. Dominar novos conhecimentos e ter capacidade para aprender rapidamente novos conceitos e tecnologias parecem ser características fundamentais de um profissional em meio uma era globalizada e dinâmica. Mas para Brandão e Guimarães (2001), as práticas de aprendizagem coletiva e gestão do conhecimento ainda são considerados desafios para as organizações.

5.3 Competências específicas do profissional de comunicação

Esta subseção busca reunir as palavras-chave agrupadas a partir da leitura flutuante do referencial teórico da seção 4, “*O profissional de comunicação: Mercado e competências*”. Estas palavras-chave referem-se às competências evidenciadas pelos autores ao longo do texto:

Tabela 3 – Competências específicas do profissional de comunicação e suas frequências de aparição nas demais citações

COMPETÊNCIAS ESPECÍFICAS DO PROFISSIONAL DE COMUNICAÇÃO	FREQUÊNCIA DE APARIÇÕES POR AUTORES	AUTORES
<i>Administração de Percepções</i>	2	<i>Angela Schaun e Esmeralda Rizzo (2008)</i>
		<i>Margarida Kunsch (2016)</i>
<i>Agilidade</i>	1	<i>Angela Schaun e Esmeralda Rizzo (2008)</i>
<i>Analítico</i>	1	<i>Eldi Willms (2009)</i>
<i>Aprendizagem</i>	3	<i>Eldi Willms (2009)</i>
		<i>Renato Gasparetto (2008)</i>
		<i>Sônia Maria Gondim (2002)</i>
<i>Articulação</i>	1	<i>Eldi Willms (2009)</i>
<i>Bom Relacionamento Interpessoal</i>	2	<i>Angela Schaun e Esmeralda Rizzo (2008)</i>
		<i>Margarida Kunsch (2016)</i>
<i>Cooperação</i>	1	<i>Sônia Maria Gondim (2002)</i>
<i>Coragem</i>	1	<i>Eldi Willms (2009)</i>
<i>Criatividade</i>	3	<i>Angela Schaun e Esmeralda Rizzo (2008)</i>
		<i>Sônia Maria Gondim (2002)</i>
		<i>Margarida Kunsch (2016)</i>
<i>Crítico</i>	2	<i>Eldi Willms (2009)</i>
		<i>Sônia Maria Gondim (2002)</i>
<i>Culto</i>	1	<i>Eldi Willms (2009)</i>
<i>Disciplina</i>	1	<i>Sônia Maria Gondim (2002)</i>

<i>Disponibilidade para ouvir</i>	<i>1</i>	<i>Margarida Kunsch (2016)</i>
<i>Educador</i>	<i>1</i>	<i>Eldi Willms (2009)</i>
<i>Empreendedorismo</i>	<i>1</i>	<i>Sônia Maria Gondim (2002)</i>
<i>Ética</i>	<i>2</i>	<i>Sônia Maria Gondim (2002)</i>
		<i>Angela Schaun e Esmeralda Rizzo (2008)</i>
<i>Flexibilidade</i>	<i>3</i>	<i>Margarida Kunsch (2016)</i>
		<i>Eldi Willms (2009)</i>
		<i>Angela Schaun e Esmeralda Rizzo (2008)</i>
<i>Formação Cultural</i>	<i>2</i>	<i>Angela Schaun e Esmeralda Rizzo (2008)</i>
		<i>Renato Gasparetto (2008)</i>
<i>Gestão empresarial</i>	<i>1</i>	<i>Renato Gasparetto (2008)</i>
<i>Inovação</i>	<i>1</i>	<i>Angela Schaun e Esmeralda Rizzo (2008)</i>
<i>Inteligência Emocional</i>	<i>1</i>	<i>Angela Schaun e Esmeralda Rizzo (2008)</i>
<i>Lidar com ambiguidades</i>	<i>3</i>	<i>Eldi Willms (2009)</i>
		<i>Angela Schaun e Esmeralda Rizzo (2008)</i>
		<i>Margarida Kunsch (2016)</i>
<i>Liderança</i>	<i>1</i>	<i>Angela Schaun e Esmeralda Rizzo (2008)</i>
<i>Motivação</i>	<i>1</i>	<i>Sônia Maria Gondim (2002)</i>
<i>Multidisciplinaridade</i>	<i>1</i>	<i>Eldi Willms (2009)</i>
<i>Não acomodação</i>	<i>2</i>	<i>Angela Schaun e Esmeralda Rizzo (2008)</i>
		<i>Margarida Kunsch (2016)</i>
<i>Negociação</i>	<i>2</i>	<i>Angela Schaun e Esmeralda Rizzo (2008)</i>

		<i>Margarida Kunsch (2016)</i>
<i>Ousadia</i>	<i>1</i>	<i>Eldi Willms (2009)</i>
<i>Perspicácia</i>	<i>1</i>	<i>Angela Schaun e Esmeralda Rizzo (2008)</i>
<i>Planejamento (Compreensão de mudanças, leitura de ambientes, identificação de ameaças, identificação de oportunidades, visão de mercado, visão da concorrência, visão global, pensamento estratégico)</i>	<i>6</i>	<i>Sueli Faria e Vanda Oliveira (2005)</i>
		<i>Angela Schaun e Esmeralda Rizzo (2008)</i>
		<i>Margarida Kunsch (2016)</i>
		<i>Eldi Willms (2009)</i>
		<i>Renato Gasparetto (2008)</i>
<i>Político</i>	<i>1</i>	<i>Eldi Willms (2009)</i>
<i>Proatividade</i>	<i>1</i>	<i>Philippe Zarifian (2002)</i>
<i>Propositivo</i>	<i>1</i>	<i>Eldi Willms (2009)</i>
<i>Raciocínio Lógico</i>	<i>2</i>	<i>Sônia Maria Gondim (2002)</i>
		<i>Angela Schaun e Esmeralda Rizzo (2008)</i>
<i>Resolução de Problemas</i>	<i>2</i>	<i>Neise Deluiz (2002)</i>
		<i>Lucília Machado (2007)</i>
<i>Responsabilidade</i>	<i>1</i>	<i>Sônia Maria Gondim (2002)</i>
<i>Sociólogo</i>	<i>1</i>	<i>Eldi Willms (2009)</i>
<i>Sustentabilidade</i>	<i>1</i>	<i>Angela Schaun e Esmeralda Rizzo (2008)</i>
<i>Trabalho em Equipe</i>	<i>1</i>	<i>Angela Schaun e Esmeralda Rizzo (2008)</i>

Fonte: Elaborado pela autora

A criatividade, flexibilidade, trabalho em equipe, liderança, responsabilidade, bom relacionamento interpessoal agilidade, proatividade, inovação e aprendizagem aparecem como competências de intersecção ao profissional de comunicação e ao profissional do século XXI. E destas competências, aquelas que mais foram citadas ao total pelos diversos autores, foram:

criatividade, flexibilidade, trabalho em equipe, e aprendizagem, que podem ser consideradas competências comportamentais e intrínsecas ao indivíduo. Sendo assim, infere-se que as competências mais aludidas pelos autores, tanto ao profissional de comunicação, quanto à qualquer outro profissional, deixam de ter um caráter técnico para dar espaço à um caráter comportamental.

O número de competências consideradas fundamentais ao profissional de comunicação por estes autores, é maior do que o número de competências consideradas imprescindíveis a qualquer profissional do século XXI.

Durante a leitura flutuante do texto, as competências: *compreensão de mudanças, leitura de ambientes, pensamento estratégico, identificação de ameaças e oportunidades, visão global, de mercado e da concorrência*, puderam ser agrupadas umas às outras por possuírem características semelhantes, que as associam ao planejamento. Estas aparecem com frequência de aparição por autores no quadro de competências específicas do profissional de comunicação, diferentemente do quadro de competências gerais do profissional. Estas competências podem se alinhar ao argumento de Kunsch (2016), que alega que o profissional de comunicação deve estar atento à uma nova visão de mundo, pois nos encontramos em meio um mercado dinâmico, aberto, competitivo e mercadológico. Todo este dinamismo se alinha às mudanças e pressões relacionadas à diversidade cultural, mudanças sociais, sustentabilidade, dentre outros fatores que fazem com que as organizações possuam valores que se identifiquem com a sociedade.

Para Schaun e Rizzo (2008), conhecer o mercado e seus concorrentes é imprescindível a este tipo de profissional, pois assim aumentam-se as chances de prever e agir de forma estratégica perante situações inesperadas. Kunsch (2016) e Schaun e Rizzo (2008) defendem a ideia de que a área de comunicação deixa de ser periférica para ser estratégica, e não por ser uma possibilidade, mas sim uma necessidade da organização em se sobressair diante seus concorrentes, em garantir uma comunicação mais eficaz com seus funcionários, dentre outros.

A flexibilidade também pode surgir, de acordo com Horizontes, Trigueiros e Lins (2017), por conta da multidisciplinaridade que o mercado exige do profissional hoje em dia, pois é comum que diversas funções se acumulem a um só profissional de comunicação, onde o mesmo precisa desempenhar tarefas relacionadas a produção de conteúdos para mais de um veículo de comunicação, sendo compelido a fabricar textos, fotos, e até mesmo vídeos. Porto Simões (1984) explica esta falta de discernimento entre as diferentes áreas da comunicação através da confusão e falta de conhecimento que as organizações têm acerca do profissional. O autor ainda afirma que isto transforma o profissional em alguém tecnicista, e faz com que

autores, como Eldi Willms (2009), acabem por denominar o profissional de comunicação como "mestiço".

5.4 Panorama geral das vagas anunciadas por empresas através do site Vagas.com

Esta subseção busca exibir os dados coletados a respeito das vagas anunciadas pelo site Vagas.com, assim como as cidades que as anunciam e suas respectivas médias salariais.

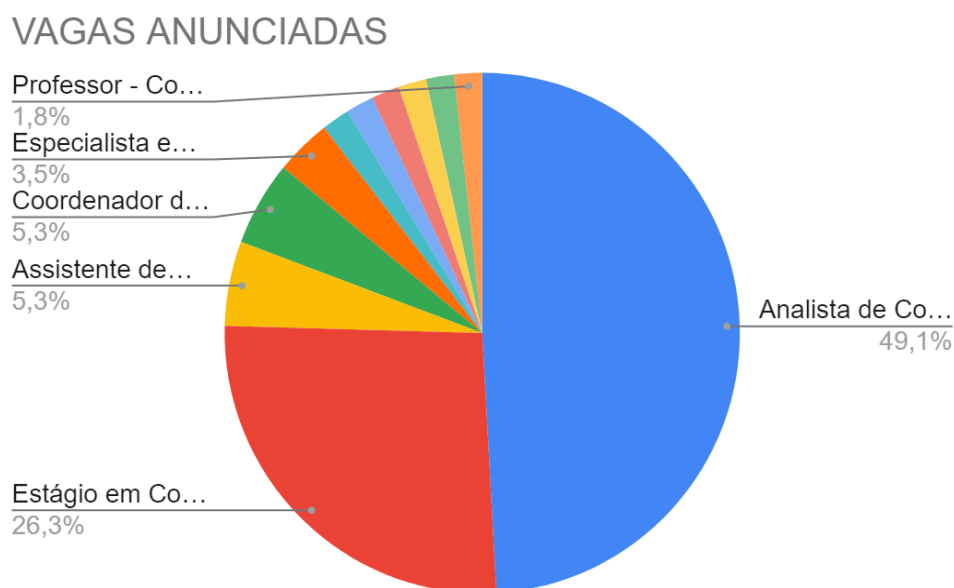
5.5 Vagas em geral

Durante o período estipulado para esta análise de conteúdo, foram encontradas 57 vagas para a área de comunicação, sendo estas:

- *Analista de Comunicação - 28 Vagas;*
- *Estágio em Comunicação - 15 Vagas;*
- *Assistente de Comunicação - 3 Vagas;*
- *Coordenador de Comunicação - 3 Vagas;*
- *Especialista em Comunicação - 2 Vagas;*
- *Agente de Comunicação (Locutor) - 1 Vaga;*
- *Consultor de Comunicação - 1 Vaga;*
- *Designer (Comunicação e Marketing) - 1 Vaga;*
- *Gerente de Marketing e Comunicação - 1 Vaga;*
- *Líder IA (Laboratório de Agência Experimental de Comunicação) - 1 Vaga;*
- *Professor (Comunicação, Diversidade e Pensamento Crítico) - 1 Vaga.*

Desta forma, seus resultados percentuais podem ser demonstrados através do gráfico 1:

Gráfico 1 – Vagas de comunicação anunciadas no site Vagas.Com



Fonte: Elaborado pela autora

Compreende-se que as vagas mais requisitadas por empresas são aquelas que dizem respeito à cargos de *estagiário* e de *analista*. Para encontrar vagas de comunicação no site Vagas.com, não é necessário que o usuário crie uma conta no site, as vagas disponíveis seguem as mesmas para aqueles que têm ou não conta. Ao longo da análise, pôde-se perceber que as vagas permanecem no site Vagas.com por um período de tempo de até um mês.

As vagas de Relações Públicas eram anunciadas juntos à outros cursos em seu título, como o exemplo "*Publicidade e Propaganda, Marketing, Jornalismo e Relações Públicas*". O número de vagas encontradas apenas para o profissional de Relações Públicas durante este tempo de análise, foi de apenas uma.

5.6 Cidades em geral

Durante o período estipulado para esta análise de conteúdo, as vagas foram anunciadas pelas seguintes cidades:

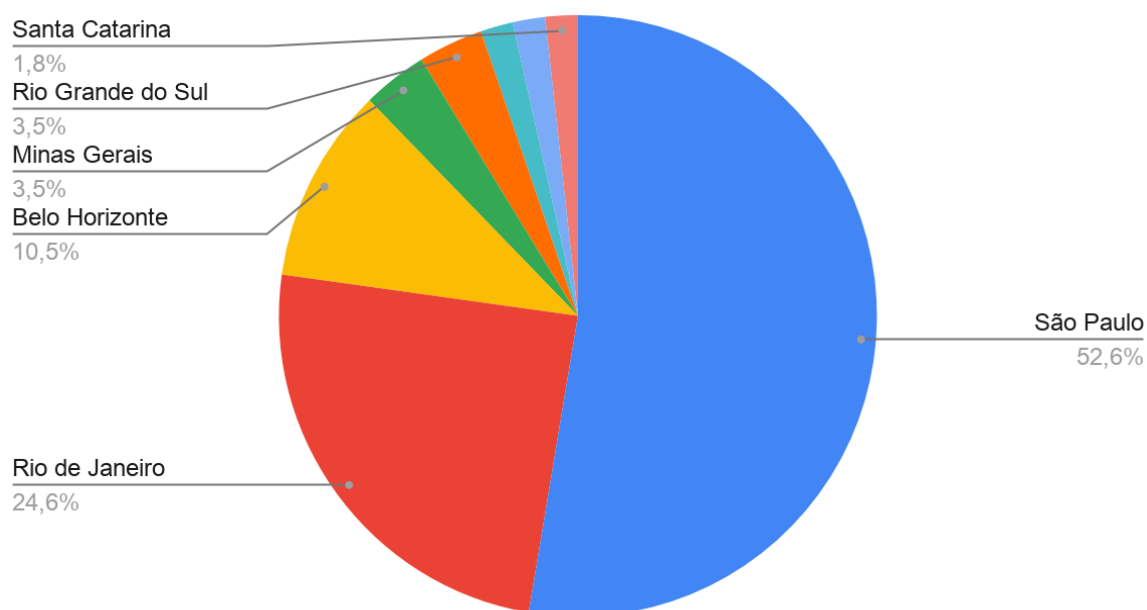
- São Paulo - 30 Vagas;
- Rio de Janeiro - 14 Vagas;
- Belo Horizonte - 6 Vagas;
- Minas Gerais - 2 Vagas;

- *Rio Grande do Sul - 2 Vagas;*
- *Brasília - 1 Vaga;*
- *Curitiba - 1 Vaga;*
- *Santa Catarina - 1 Vaga.*

Desta forma, seus resultados percentuais podem ser demonstrados através do gráfico 2:

Gráfico 2 – Cidades onde se localizam as empresas que anunciaram vagas

CIDADES



Fonte: Elaborado pela autora

São Paulo e o Rio de Janeiro são as cidades que mais estão em busca de profissionais de comunicação, considerando o recorte desta pesquisa. De acordo com a Agência Brasil³, em 2016, a cidade de São Paulo foi considerada o maior potencial de desenvolvimento econômico em um ranking que avaliou 700 municípios do país, de acordo com uma pesquisa realizada pela Urban Systems e Sator no evento Connected Smart Cities. Para chegar a tal resultado, foram utilizados mais de 70 indicadores, que contaram com aspectos voltados à tecnologia, inovação, empreendedorismo, educação, saúde, segurança, economia, energia, acessibilidade, mobilidade, dentre outros. No ano de 2015, a cidade do Rio de Janeiro recebeu o primeiro

³ <http://guj.sp.com.br/sao-paulo-lidera-ranking-de-cidades-com-potencial-de-desenvolvimento-no-pais/>

lugar nesta pesquisa, mas devido à mobilidade, São Paulo a ultrapassou no ranking em 2016. De acordo com o site do IBGE ⁴- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, no ano de 2016, São Paulo foi o estado com o maior PIB (Produto interno bruto), apresentando um total de R\$ 2.038.005,00 reais, seguido pelo estado do Rio de Janeiro, com R\$ 640.186,00 reais.

5.6.1 Cidades X Vagas

Para complementar o tópico anterior referente às cidades anunciantes, aqui apresentam-se nas tabela 4, as vagas separadas por cargos, anunciadas pelo site Vagas.com, e suas respectivas cidades:

Tabela 4 – Vagas anunciadas e suas respectivas cidades

VAGA	CIDADES
<i>Agente de Comunicação (Locutor)</i>	<i>Rio de Janeiro</i>
<i>Analista de Comunicação</i>	<i>São Paulo - Araçatuba</i>
	<i>Belo Horizonte</i>
	<i>Curitiba</i>
	<i>São Paulo - Diadema</i>
	<i>São Paulo - Ribeirão Preto</i>
	<i>São Paulo - Hortolândia</i>
	<i>São Paulo</i>
	<i>Rio Grande do Sul - São Leopoldo</i>
<i>Assistente de Comunicação</i>	<i>São Paulo</i>
	<i>Belo Horizonte</i>
<i>Coordenador de Comunicação</i>	<i>Brasília</i>
	<i>São Paulo</i>
	<i>Santa Catarina - Joinville</i>
<i>Consultor de Comunicação</i>	<i>São Paulo</i>

⁴ <https://www.ibge.gov.br/>

<i>Designer - Comunicação e Marketing</i>	<i>São Paulo</i>
<i>Especialista em Comunicação</i>	<i>São Paulo</i>
	<i>Rio de Janeiro</i>
<i>Estágio em Comunicação</i>	<i>Belo Horizonte</i>
	<i>Minas Gerais - Betim</i>
	<i>Rio Grande do Sul - Canoas</i>
	<i>São Paulo - Mauá</i>
	<i>Rio de Janeiro</i>
	<i>São Paulo - São Caetano do Sul</i>
<i>Gerente de Marketing e Comunicação</i>	<i>São Paulo - Sorocaba</i>
<i>Líder IA - Laboratório de Agência Experimental de Comunicação</i>	<i>Belo Horizonte</i>
<i>Professor - Comunicação, Diversidade e Pensamento Crítico</i>	<i>Minas Gerais - Itabira</i>

Fonte: Elaborado pela autora

Do total de vagas anunciadas, foi possível identificar que as vagas nas cidades do interior representam quase 20% do total de vagas identificadas. Estas oportunidades foram oferecidas nas cidades de Araçatuba, Ribeirão Preto, Hortolândia, São Leopoldo, Joinville, Betim, Canoas, Mauá, São Caetano do Sul, Sorocaba e Itabira. Logo, percebe-se que o número de vagas oferecidas em cidades do interior é inferior ao número de vagas oferecidas nas capitais.

5.7 Média salarial

A partir dos salários exibidos pelas vagas anunciadas, as médias salariais calculadas foram:

Tabela 5 – Vagas anunciadas e suas respectivas médias salariais

VAGA	MÉDIA SALARIAL
<i>Agente de Comunicação (Locutor)</i>	<i>R\$ 1450,00 reais</i>
<i>Analista de Comunicação</i>	<i>De 28 vagas, 24 eram "Salário a Combinar", e das 4 vagas que continham o valor do salário, a média salarial era de R\$ 3.852,00 reais</i>
<i>Assistente de Comunicação</i>	<i>Apenas Salário a Combinar</i>
<i>Consultor de Comunicação</i>	<i>Apenas Salário a Combinar</i>
<i>Coordenador de Comunicação</i>	<i>Apenas Salário a Combinar</i>
<i>Designer - Comunicação e Marketing</i>	<i>Apenas Salário a Combinar</i>
<i>Especialista em Comunicação</i>	<i>Apenas Salário a Combinar</i>
<i>Estágio em Comunicação</i>	<i>De 15 vagas, 11 eram "Salário a Combinar", e das 4 vagas que continham o valor do salário, a média salarial era de R\$ 1.934,00 reais</i>
<i>Gerente de Marketing e Comunicação</i>	<i>Apenas Salário a Combinar</i>
<i>Líder IA - Laboratório de Agência Experimental de Comunicação</i>	<i>R\$ 2.662,00 reais</i>
<i>Professor - Comunicação, Diversidade e Pensamento Crítico</i>	<i>Apenas Salário a Combinar</i>

Fonte: Elaborado pela autora

Nota: A descrição “Apenas Salário a Combinar” na coluna “Média Salarial” exprime o fielmente o texto apresentado na seção de Salário da vaga em questão.

Considerando as médias salariais apresentadas na subseção "O profissional de comunicação na CBO - Classificação Brasileira de Ocupações", que apresenta o salário

médio das profissões que tiveram seus dados informados pelo CAGED - Cadastro Geral de Empregados e Desempregados da Secretaria da Previdência e Trabalho do Ministério da Economia, e alinhando-as às informações obtidas através do site Vagas.com, é possível identificar alguns pontos que aproximam e afastam as médias salariais apresentadas pelo CBO e pelas empresas anunciantes do Vagas.com.

A média salarial de um profissional de comunicação que se encontra no cargo de analista de marketing e trabalha 43h/semana, segundo o CBO, é de R\$ 3.734,14 reais, e quando comparado à média salarial do recorte feito nesta pesquisa, o salário é compatível, ao apresentar o valor de R\$ 3.852,00 reais. Mas por outro lado, não há como fazer outras comparações, pois as empresas não apresentavam na descrição da vaga, o valor a ser oferecido pela companhia. Das 57 vagas analisadas no período estabelecido, apenas 10 continham o valor dos salários a serem oferecidos pelas organizações, o que faz com que seja questionada a omissão desta informação para a vaga. Desta forma, torna-se intrigante saber se a empresa possui uma média salarial para oferecer ao profissional, ou se ela escolheria o profissional que apresentasse uma proposta de pretensão salarial menor que os demais.

Como os cargos de analista e estagiário de comunicação foram os mais anunciados por empresas, foi possível realizar uma média salarial com alguns dos salários que não foram omitidos pelas organizações.

No site do Ministério do Trabalho e Emprego - MTE, que explica o teor da Classificação Brasileira de Ocupações - CBO, há uma parte do conteúdo que exprime que o CBO corrobora para que as organizações consigam definir planos de cargos e salários aos profissionais, porém, não são informados quais deveriam ser os salários médios correspondentes a todos os cargos dos profissionais de comunicação. Esta falta de informação no conteúdo do CBO sugere que as organizações podem não possuir um respaldo para estabelecer uma média salarial para a vaga anunciada, deixando a empresa como totalmente responsável pelo salário a ser oferecido para o profissional de comunicação.

5.8 Competências requeridas por empresas para cargos de comunicação através do site Vagas.com

Ao longo da análise de conteúdo, foi-se possível agrupar as competências que foram exigidas para os diferentes cargos da área de comunicação, sendo estas:

- **Agente de Comunicação (Locutor)**

Tabela 6 – Agente de comunicação (Locutor) e competências requeridas

VAGA	COMPETÊNCIA REQUERIDA
<i>Agente de Comunicação (Locutor)</i>	<i>Facilidade de Comunicação</i>

Fonte: Elaborado pela autora

- **Analista de Comunicação**

Tabela 7 – Analista de comunicação e competências requeridas

VAGA	COMPETÊNCIAS REQUERIDAS
<i>Analista de Comunicação</i>	<i>Liderança</i>
	<i>Criatividade</i>
	<i>Perfil Arrojado</i>
	<i>Excelente Escrita</i>
	<i>Ética</i>
	<i>Organização</i>
	<i>Ótima Comunicação Verbal</i>
	<i>Capacidade de Influenciar</i>
	<i>Comprometimento</i>
	<i>Proatividade</i>
	<i>Ser Comunicativo</i>
	<i>Trabalho em Equipe</i>
	<i>Atitude de Dono</i>

Fonte: Elaborado pela autora

- **Assistente de Comunicação**

Tabela 8 – Assistente de comunicação e competências requeridas

VAGA	COMPETÊNCIAS REQUERIDAS
<i>Assistente de Comunicação</i>	<i>Bom Relacionamento Interpessoal</i>
	<i>Ser Comunicativo</i>
	<i>Excelente Escrita</i>

Fonte: Elaborado pela autora

- **Consultor de Comunicação**

Tabela 9 – Consultor de Comunicação e competências requeridas

VAGA	COMPETÊNCIA REQUERIDA
<i>Consultor de Comunicação</i>	<i>Dinamismo / Flexibilidade</i>

Fonte: Elaborado pela autora

- **Coordenador de Comunicação**

Tabela 10 – Coordenador de Comunicação e competências requeridas

VAGA	COMPETÊNCIAS REQUERIDAS
<i>Coordenador de Comunicação</i>	<i>Trabalho em Equipe</i>
	<i>Ser Comunicativo</i>
	<i>Proatividade</i>

Fonte: Elaborado pela autora

- **Designer - Comunicação e Marketing**

Tabela 11 – Designer (Comunicação e Marketing) e competências requeridas

VAGA	COMPETÊNCIA REQUERIDA
<i>Designer - Comunicação e Marketing</i>	<i>Estratégia</i>

Fonte: Elaborado pela autora

- **Especialista em Comunicação**

Tabela 12 – Especialista em comunicação e competências requeridas

VAGA	COMPETÊNCIAS REQUERIDAS
<i>Especialista em Comunicação</i>	<i>Excelente Escrita</i>
	<i>Organização</i>

Fonte: Elaborado pela autora

- **Estágio em Comunicação**

Tabela 13 – Estágio em Comunicação e competências requeridas

VAGA	COMPETÊNCIAS REQUERIDAS
<i>Estágio em Comunicação</i>	<i>Ótima Comunicação Verbal</i>
	<i>Excelente Escrita</i>
	<i>Organização</i>

	<i>Proatividade</i>
	<i>Espírito Empreendedor</i>
	<i>Bom Relacionamento Interpessoal</i>
	<i>Ter afinidade e gostar de lidar com pessoas</i>
	<i>Proatividade</i>
	<i>Excelente Escrita</i>
	<i>Dinamismo / Flexibilidade</i>
	<i>Comprometimento</i>

Fonte: Elaborado pela autora

- ***Gerente de Marketing e Comunicação***

Tabela 14 – Gerente de Marketing e Comunicação, e competências requeridas

VAGA	COMPETÊNCIA REQUERIDA
<i>Gerente de Marketing e Comunicação</i>	<i>Proatividade</i>

Fonte: Elaborado pela autora

- ***Líder IA - Laboratório de Agência Experimental de Comunicação***

Tabela 15 – Líder IA e competências requeridas

VAGA	COMPETÊNCIA REQUERIDA
<i>Líder IA - Laboratório de Agência Experimental de Comunicação</i>	<i>Experiência com Liderança</i>

Fonte: Elaborado pela autora

- ***Professor - Comunicação, Diversidade e Pensamento Crítico***

Tabela 16 – Professor (Comunicação, Diversidade e Pensamento Crítico) e competências requeridas

VAGA	COMPETÊNCIA REQUERIDA
<i>Professor - Comunicação, Diversidade e Pensamento Crítico</i>	<i>Cooperação</i>

Fonte: Elaborado pela autora

Com esta pesquisa torna-se mais evidente que as organizações estão em busca de profissionais de comunicação que estejam abertos à mudanças, que saibam lidar com os mais variados tipos de pessoas, de forma com que pensem sempre estrategicamente em seus processos e funções. As organizações estão cada vez mais em busca de um profissional multidisciplinar e multitarefa. Assim como as competências consideradas substanciais ao profissional de comunicação descritas pelos autores utilizados neste trabalho, as vagas

anunciadas no Vagas.com também se alinham à estas competências ao exigir proatividade, criatividade, boa comunicação interpessoal, trabalho em equipe, flexibilidade, inovação, estratégia, multidisciplinaridade e empreendedorismo.

Ao pensar nas vagas que mais foram exigidas, que correspondem ao cargo de analista, suas competências requeridas se alinham às competências pessoais apresentadas pela Classificação Brasileira de Ocupações - CBO, ao exigir proatividade, flexibilidade, criatividade, trabalho em equipe e organização, o que mostra que as empresas se mostram alinhadas com o documento formulado pelo governo.

Com tantas competências a serem requeridas ao profissional de comunicação, indaga-se se as empresas estão dispostas pagar um salário compatível com o tipo de profissional que procuram, se estão dispostas a trabalhar os pontos fortes e fracos dos profissionais em relação à estas competências, e se a quantidade de competências que estão sendo procuradas em um único profissional, se alinham à um caráter mais estratégico do que técnico.

5.9 Competências gerais, específicas, CBO e Vagas.com

As competências gerais consideradas imprescindíveis pelos autores ao longo do referencial teórico para o profissional do século XXI, alinham-se às competências de intersecção que também fazem parte daquelas consideradas mais importantes para o profissional de comunicação.

E quando estas competências de intersecção são alinhadas às competências exigidas pelo CBO - Classificação Brasileira de Ocupações, para o profissional de comunicação (que podem ser encontradas na subseção do referencial teórico "*O profissional de comunicação na CBO - Classificação Brasileira de Ocupações*"), pode-se evidenciar que as competências requeridas por empresas para cargos de comunicação através do site Vagas.com, se alinham às demais. Na tabela 17 apresentam-se as competências de intersecção entre o profissional do século XXI e o profissional de comunicação, as competências exibidas pela CBO e competências exigidas para cargos de comunicação a partir do site Vagas.com.

Tabela 17 – Competências de intersecção entre o profissional do século XXI e o profissional de comunicação, competências exibidas pela CBO e competências exigidas para cargos de comunicação a partir do site Vagas.com

COMPETÊNCIAS DE INTERSECÇÃO	COMPETÊNCIAS CBO	COMPETÊNCIAS VAGAS.COM
<i>Criatividade</i>	X	X

<i>Flexibilidade</i>	X	X
<i>Trabalho em Equipe</i>	X	X
<i>Liderança</i>	X	X
<i>Responsabilidade</i>		
<i>Bom Relacionamento Interpessoal</i>	X	X
<i>Agilidade</i>		
<i>Proatividade</i>	X	X
<i>Inovação</i>		
<i>Aprendizagem</i>	X	

Fonte: Elaborado pela autora

Logo, infere-se que as competências: criatividade, flexibilidade, trabalho em equipe, liderança, bom relacionamento interpessoal e proatividade, fazem parte do alinhamento de fala entre todos os autores citados neste trabalho, assim como o documento oficializado pelo governo, e as competências que são exigidas aos profissionais de comunicação. Consequentemente, estas são as 6 competências identificadas que o profissional de comunicação mais deve se atentar ao entrar no mercado de trabalho.

5.10 Enunciado das competências entre as vagas anunciadas

Para finalizar este capítulo, aqui serão apresentadas as falas reproduzidas por empresas para anunciar o requerimento das diversas competências. Para tal, cada empresa e cada vaga dispõem-se de certa linguagem. Na tabela 18 são apresentadas as falas das empresas anunciantes e número de vagas que se dispõem da mesma linguagem

Tabela 18 – Fala das empresas anunciantes e número de vagas que se dispõem da mesma linguagem

ENUNCIADO	Nº DE VAGAS
<i>Atividade</i>	5
<i>Buscamos / Estamos em busca / Estamos procurando</i>	5
<i>Como você é?</i>	2
<i>Competências</i>	1
<i>Competências Comportamentais</i>	2
<i>Competências Essenciais</i>	1
<i>Conhecimentos e Competências</i>	1
<i>Conhecimentos Específicos</i>	1
<i>Elegibilidade</i>	1
<i>Habilidades Necessárias</i>	1

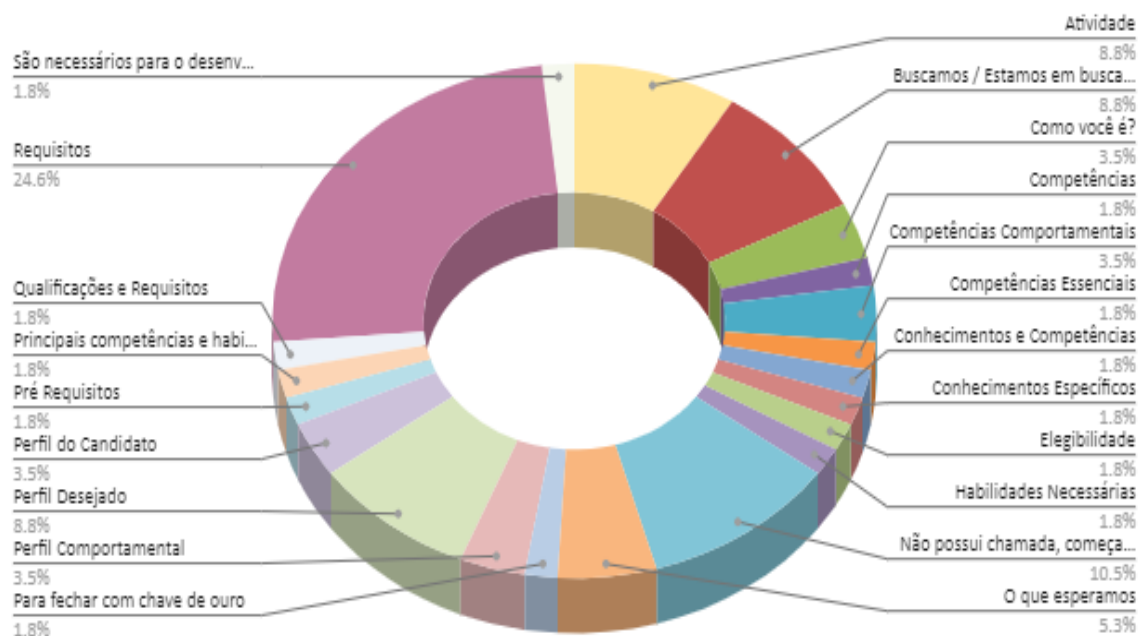
<i>Não possui chamada, começa na descrição da vaga</i>	6
<i>O que esperamos</i>	3
<i>Para fechar com chave de ouro</i>	1
<i>Perfil Comportamental</i>	2
<i>Perfil Desejado</i>	5
<i>Perfil do Candidato</i>	2
<i>Pré Requisitos</i>	1
<i>Principais competências e habilidades</i>	1
<i>Qualificações e Requisitos</i>	1
<i>Requisitos</i>	14
<i>São necessários para o desenvolvimento na função</i>	1
TOTAL	57

Fonte: Elaborado pela autora

Desta forma, seus resultados percentuais podem ser demonstrados através do gráfico 3:

Gráfico 3 – Número de vagas versus enunciado

Nº DE VAGAS versus ENUNCIADO



Fonte: Elaborado pela autora

A maioria das empresas utiliza o termo "Requisito" para anunciar as competências desejadas, e em seguida, encontramos o "perfil desejado", "atividade" e "estamos em busca", como discursos mais utilizados entre empresas. As empresas que não possuem discursos diretos como estes, iniciam sua descrição como este exemplo, *"Se você é uma pessoa criativa e gosta de trabalhar em equipe, você está no lugar certo!"*. E mesmo que as competências não estejam separadas entre tópicos, sua exigência já pode ser vista.

As competências passaram a ter um grande valor significativo para as organizações, e pode ser que estas apostem vigorosamente em seus funcionários para o futuro de seus processos, produtos, serviços, gestão, posturas, dentre outros. A importância do desenvolvimento de competências por parte de um profissional de comunicação dentro de uma organização pode ser marcada por um dos discursos reproduzidos, onde a empresa diz *"Para fechar com chave de ouro"*, e por conseguinte, apresenta as competências que deseja para a vaga.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo buscou identificar as competências requeridas por empresas para vagas de comunicação através do site Vagas.com. Como resultado, foram encontradas 6 competências que apareceram com mais frequência durante o anúncio das vagas, e quando associadas ao referencial teórico e ao CBO – Classificação Brasileira de Ocupações, foram identificadas competências referentes à *criatividade, flexibilidade, trabalho em equipe, liderança, bom relacionamento interpessoal e proatividade*.

Além disto, o referencial teórico aponta o surgimento das competências no mundo do trabalho e no modo em como as rotinas trabalhistas foram alteradas após a crise econômica. Por consequência, mostrou-se ser mais eficaz garantir que um funcionário não se atentasse apenas a uma função e/ou um só cargo, para que estivesse apto a lidar com várias adversidades. Estas situações adversas decorrem de um cenário globalizado e dinâmico, que faz com que as organizações estejam em sintonia com as exigências culturais, sociais e econômicas dos concorrentes e de seus públicos. Desta forma, o profissional de comunicação necessita estar atento aos cenários que podem afetar a organização no qual trabalha.

Durante a pesquisa realizada, apenas uma vaga foi oferecida com a palavra “Relações Públicas” em seu título, e todas as demais, possuíam as palavras “Marketing”, “Design”, “Jornalismo”, e “Publicidade e Propaganda” em sua identificação. O uso de todas estas palavras indica que as empresas oferecem uma mesma vaga de comunicação para diferentes profissionais, o que mostra que as empresas podem ter dificuldade em distinguir o caráter destas profissões, e muitas vezes acabam por colocar como pré-requisitos, conhecimentos específicos que não são necessariamente da alçada de todos os profissionais. Porto Simões (1984) ilustra em seu livro “*Relações Públicas - Função Política*”, o exemplo da falta de discernimento entre as Relações Públicas e o Marketing, e a constante confusão que é feita ao redor destas diferentes áreas da comunicação. O autor alega que isso transforma o profissional em um ser tecnicista que apenas executa tarefas, como a gestão de eventos e promoção de produtos, o que acaba por sua vez, subordinando o relações-públicas ao marketing. Este conteúdo, também incita o caráter tecnicista ao profissional de comunicação, e não transformador.

A limitação da pesquisa, referente ao não uso do termo “Relações Públicas” implica que esta possa ser uma sugestão para futuras pesquisas, uma vez que é curioso o fato de não existir uma quantidade considerável de vagas focadas para os relações-públicas no site Vagas.com, ainda mais em um país que garante mais visibilidade a este tipo de profissional do

que em outros países da América Latina, como por exemplo, o Uruguai (RHODEN e OLIVEIRA, 2018).

Observa-se que as empresas podem criar uma expectativa mediante o perfil do profissional de comunicação, e passar a utilizar verbos como, *buscar, procurar, esperar e desejar*, como os encontrados no decorrer desta pesquisa, de maneira com que o profissional apresente estas características durante uma submissão para a vaga e no dia a dia na organização. Os discursos reproduzidos podem nomear as competências de diversas maneiras, desde “requisitos” até “conhecimentos”. São intrigantes as diferentes chamadas utilizadas pelas empresas para requisitar as competências, “*habilidades necessárias*”, “*para fechar com chave de ouro*”, “*como você é?*”, e “*perfil do candidato*”, que mostra que a empresa possui um anseio por um profissional de comunicação que esteja alinhado, em geral, ao profissional do século XXI. Porém, ao não indicar o salário, pode sugerir que as empresas estão mais dispostas a requerer algo do profissional do que oferecer, uma vez que o salário é muitas vezes um fator decisivo para um candidato.

A CBO ainda pode ser desconhecida por muitos profissionais. O resultado desta pesquisa se alinhou ao documento do governo e aos estudos dos autores citados, e pode indicar que as organizações estejam alinhadas com o que o sistema trabalhista brasileiro busca em um profissional.

Diante a estas descobertas, é significativo que o profissional de comunicação do século XXI esteja apto a trabalhar em grupos, focar em resoluções inovadoras que tragam vantagens para a organização, e tenha sentidos de proatividade e flexibilidade, para lidar com diferentes cargos, atividades e funções que lhe possa ser atribuído.

Finalmente cabe assinalar que nas mediações do cotidiano organizacional em que as competências exigidas pelas empresas no ato da divulgação das vagas, se tornam concretas. Por isso, o papel legal, social e humano das organizações não se restringe ao ato da seleção e da contratação, mas está em todo processo de construção deste sujeito organizacional. E neste papel da organização, será possível estipular o caráter transformador ou tecnicista ao profissional de comunicação.

REFERÊNCIAS

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo “ L' Analyse de Conremt “**. Presses Universitaires de France, edição 70, 1977.

BERMÚDEZ, Lily, GONZÁLEZ, Lilliana. **La competencia comunicativa: Elemento clave en las organizaciones**. Revista Quórum Académico, ISSN-e 1690-7582, Vol. 8, Nº. 15, 2011.

BOHER, Rodolpho. **Conheça os melhores sites de emprego do Brasil**. Disponível em: <<https://maisminas.org/melhores-sites-de-empregos-do-brasil/>> Acesso em: 9 abr.2019.

BRANDÃO, Hugo Pena, GUIMARÃES, Tomás de Aquino. **Gestão de competências e Gestão de desempenho: Tecnologias distintas ou instrumentos de um mesmo constructo?**. Rev. adm. empres. [online]. 2001, vol.41, n.1, pp.8-15. ISSN 0034-7590.

BRANDÃO, Hugo Pena, ZIMMER, Marco Vinicio ; PEREIRA, Carolina Guarçoni, et al. **Gestão de desempenho por competências: integrando a gestão por competências, o balanced scorecard e a avaliação 360 graus**. Rev. Adm. Pública [online]. 2008, vol.42, n.5, pp.875-898. ISSN 0034-7612.

BRANDÃO, Huno Pena. **Competências no trabalho: Uma análise da produção científica brasileira**. Estudos de Psicologia, 2007, 12(2), 149-158.

BRASIL, Agência. **São Paulo lidera ranking de cidades com potencial de desenvolvimento no país**. Disponível em: <<http://gujsp.com.br/sao-paulo-lidera-ranking-de-cidades-com-potencial-de-desenvolvimento-no-pais/>>. Acesso em: 20 set. 2019.

BRASIL, Jus. **5 Melhores sites de emprego**. Disponível em: <<https://empregos.jusbrasil.com.br/noticias/605424904/os-5-melhores-sites-de-emprego>> Acesso em: 9 abr.2019.

CARREIRA, Guia da. **Os melhores sites de emprego**. Disponível em: <<https://www.guiadacarreira.com.br/carreira/emprego/os-melhores-sites-de-emprego/>> Acesso em: 9 abr.2019.

CARREIRA, Tua. **Os 11 melhores sites de emprego e suas principais vantagens**. Disponível em: <<https://www.tuacarreira.com/melhores-sites-de-emprego/>> Acesso em: 9 abr.2019.

CARREIRA, Via. **28 Sites de emprego com vagas no Brasil e no exterior em 2019**. Disponível em: <<https://viacarreira.com/sites-de-emprego-140530/>> Acesso em: 9 abr.2019.

COMETA, Honda. **8 melhores sites de emprego para você entrar de vez no mercado de trabalho**. Disponível em: <<https://blog.cometahondamotocenter.com.br/8-melhores-sites-de-emprego-para-voce-entrar-de-vez-no-mercado-de-trabalho/>> Acesso em: 9 abr.2019.

CONTÁBIL, Rede Jornal. **Os melhores sites para procurar emprego e suas principais vantagens e desvantagens**. Disponível em: <<https://www.jornalcontabil.com.br/os-melhores->

sites-para-procurar-um-emprego-e-suas-principais-vantagens-e-desvantagens/> Acesso em: 9 abr.2019.

CURIOSIDADES, de site. **Quais são os melhores sites de emprego da internet?** Disponível em: <<https://www.sitedecuriosidades.com/curiosidade/quais-sao-os-melhores-sites-de-emprego-da-internet.html>> Acesso em: 9 abr.2019.

DELUIZ, Neise. **O modelo das competências profissionais no mundo do trabalho e na educação: implicações para o currículo.** Boletim Técnico do Senac, mar., 2001 (Número especial).

DELUIZ, Neise. **Qualificação, competências e certificação: visão do mundo do trabalho.** Formação, Brasília, v. 1, n. 2, p. 5-15, 2001.

EMPREGOS, Brasil. **7 Melhores sites de emprego do Brasil.** Disponível em: <<https://www.brasilemprego.online/7-melhores-sites-de-emprego-do-brasil-67/>> Acesso em: 9 abr.2019.

ESTATÍSTICA, Instituto Brasileiro de Geografia e. São Paulo. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/busca.html?searchword=s%C3%A3o+paulo>>. Acesso em: 20 set. 2019.

FÁCIL, Pagou. **Os melhores site para procurar emprego na internet.** Disponível em: <<https://blog.pagoufacil.com.br/para-voce/sites-para-encontrar-emprego/>> Acesso em: 9 abr.2019.

FARIA, Sueli; OLIVEIRA, Vanda Fulgêncio de; FORNER, Liliane and D'ASTUTO, Floriana. **Competências do profissional da informação: uma reflexão a partir da Classificação Brasileira de Ocupações.** Ci. Inf. [online]. 2005, vol.34, n.2, pp.26-33.

FERREIRA, Andreia. **Os melhores sites para procurar emprego.** Disponível em: <<http://www.desafiorh.com.br/blog/os-melhores-sites-para-procurar-emprego/>> Acesso em: 9 abr.2019.

FIGARO, Roseli. **Comunicação e Trabalho: o perfil do comunicador e o direito à informação.** Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. p 1-15, 2009.

FLEURY, Maria Thereza Leme, FLEURY, Afonso. **Construindo o Conceito de Competência.** Rev.adm.contemp.vol.5 no.spe Curitiba, 2001.

FLEURY, Maria Thereza Leme; FLEURY, Afonso. **Alinhando Estratégia e Competências.** RAE – Revista de Administração de Empresas. V.44, n.1, 2004.

GASPARINI, Claudia. **11 sites e aplicativos para encontrar vagas de emprego.** Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/carreira/11-sites-e-aplicativos-para-procurar-emprego/>> Acesso em: 9 abr.2019.

GODOI, de Suzane. **Os melhores sites de emprego para conseguir a sua vaga em 2019.** Disponível em: <<https://mobizoo.com.br/dicas/melhores-sites-de-emprego/>> Acesso em: 9 abr.2019.

GONDIM, Sônia Maria Guedes. **Perfil profissional e mercado de trabalho: relação com a formação acadêmica pela perspectiva de estudantes universitários.** Estudos de Psicologia 2002, 7(2), 299-309.

HELAL, Diogo Henrique. **Exigências Profissionais em Organizações Pós-Fordistas: das Qualificações ao Modelo de Competência.** XXVI ENEGEP 2006- Fortaleza, CE, Brasil, p 1-9.

HORIZONTES, Possíveis; TRIGUEIROS, Andrea, LINS, Aline. **A formação em comunicação e o perfil do profissional.** p 1-14, 2017.

KILIMNIK, Zélia Miranda; SANT'ANNA, Anderson de Souza and LUZ, Talita Ribeiro da. **Competências profissionais e modernidade organizacional: coerência ou contradição?.** Rev. adm. empres. [online]. 2004, vol.44, n.spe, pp.10-21.

KUNSCH, Margarida. **Novos desafios para o profissional de comunicação.** PORTAL RP - Universidade de São Paulo. 2016.

LIMA, Claudia Maria Pereira de; ZAMBRONI-DE-SOUZA, Paulo César and ARAÚJO, Anísio José da Silva. **A Gestão do Trabalho e os Desafios da Competência: uma Contribuição de Philippe Zarifian.** Psicol. cienc. prof. [online]. 2015, vol.35, n.4.

MACHADO, Lucília Regina de Souza . **Usos Sociais do Trabalho e da Noção de Competência.** In: Helena Hirata e Liliana Segnini. (Org.). Organização, Trabalho e Gênero. São Paulo: Senac, 2007, v. , p. 277-312.

MARKERT, Werner. **Trabalho e comunicação: reflexões sobre um conceito dialético de competência.** Educ. Soc. [online]. 2002, vol.23, n.79, pp.189-211.

MEU, emprego. **Melhores sites para encontrar emprego.** Disponível em: <<https://empregomeu.org/5-melhores-sites-para-encontrar-emprego/>> Acesso em: 9 abr.2019.

MORAES, Roque. **Análise de conteúdo.** Revista Educação, Porto Alegre, v. 22, n. 37, 1999.

MORAIS, Pablo Augusto; MELO, Tatiane Alves; BIANCO, Mônica de Fatima. **Noções/significado(s) de competência(s): Uma revisão teórica.** p 488-501, 2015.

NONAKA, Ikuji; TAKEUCHI, Hirotaka. **Gestão do Conhecimento.** Porto Alegre: Bookman, 2008.

PENSER. **Os 40 melhores sites de emprego.** Disponível em: <<http://penser.com.br/melhores-sites-de-emprego/>> Acesso em: 9 abr.2019.

PERRENOUD, P. et alli – **As competências para ensinar no século XXI: A formação dos professores e o desafio da avaliação;** Porto Alegre: Artmed, 2002.

PERRENOUD, Phillipe. – **Dez Novas competências para Ensinar;** trad. Patrícia Chittoni Ramos - Porto Alegre: ARTMED, 2000.

PROFISSIONAIS, oportunidades. **Os melhores sites de vagas de emprego.** Disponível em: <<https://oportunidadesprofissionais.com.br/melhores-sites-de-emprego/>>. Acesso em: 9 abr.2019.

REIS, Rebeca. **Os 10 melhores sites de emprego gratuitos para cadastrar o seu currículo.** Disponível em: <<https://blog.meuacerto.com.br/entenda-seu-dinheiro/os-melhores-sites-de-emprego/>> Acesso em: 9 abr.2019.

RH, drive. **Melhores sites de vagas de emprego.** Disponível em: <<https://www.driverh.com/artigos/melhores-sites-de-vagas-de-emprego/>> Acesso em: 9 abr.2019.

RHODEN, Valmor; OLIVEIRA, Valeska Maria Fortes de. **Brasil, Argentina e Uruguai: Ensino de Relações Públicas na cultura digital.** Educ. Real. vol.43 no.4 Porto Alegre Oct./Dec. 2018 Epub Oct 08, 2018

RONSONI, Marcus; GUARESCHI, Jean. **Mentoria Organizacional: Manual de Implantação de Programa Interno.** Porto Alegre, Ed. Primavera, 2018.

RUSSEL. **Procurando emprego? Veja os 5 melhores sites gratuitos para achar a vaga ideal.** Disponível em: < <https://www.1news.com.br/noticia/511327/noticias/procurando-emprego-veja-os-5-melhores-sites-gratuitos-para-achar-a-vaga-ideal-7658-04062018>> . Acesso em: 9 abr. 2019.

SALARIAL, Busca. **Pesquisa de cargos e salários gratuita.** Disponível em: <<https://www.salario.com.br/busca-salarial/>>. Acesso em: 20 set.2019.

SANTOS, Alice. **5 melhores sites para conseguir o primeiro emprego.** Disponível em: <<https://www.faculdadeages.com.br/blog/5-melhores-sites-para-conseguir-o-primeiro-emprego/>> Acesso em: 9 abr.2019.

SANTOS, Carlos Eduardo. **10 Melhores sites de emprego do Brasil.** Disponível em: <<https://gauchaweb.com/2019/01/04/melhores-sites-de-empregos-do-brasil/>> Acesso em: 9 abr.2019.

SCHAUN, Angela; RIZZO, Esmeralda. **Um novo perfil do profissional de Comunicação.** p. 1-15, 2008.

SOARES, Adriana. **22 Sites gratuitos para procurar emprego.** Disponível em: <<https://canaldoensino.com.br/blog/22-sites-gratuitos-para-procurar-emprego>> Acesso em: 9 abr.2019.

TRABALHO, Ministério do. **CBO - Classificação Brasileira de Ocupações.** Disponível em: <<http://www.mtecbo.gov.br/cbosite/pages/home.jsf>>. Acesso em: 20 set.2019.

UNAESP, do Blog. **Conheça os 10 melhores sites com anúncios de vagas de emprego.** Disponível em: <<https://www.unasp.br/blog/conheca-os-10-melhores-sites-com-anuncios-de-vagas-de-emprego/>> Acesso em: 9 abr.2019.

UNIFACIG, Centro Universitário. **Os 5 melhores sites de emprego.** Disponível em: <<http://blog.facig.edu.br/os-5-melhores-sites-de-emprego/>> Acesso em: 9 abr.2019.

VAGAS, e empregos. **Quais os melhores sites de Emprego: Sites Gratuitos, Aplicativos.** Disponível em: <<https://empregosevagas.org/melhores-sites-de-emprego/>>. Acesso em: 9 abr.2019.

VALER, Pra. **5 Sites gratuitos de empregos.** Disponível em: <<https://www.creditouniversitario.com.br/blog/5-sites-gratuitos-de-empregos/>> Acesso em: 9 abr.2019.

WILLMS, Eldi Inês. **Uma reflexão sobre o perfil do profissional de comunicação organizacional na atualidade.** Universidade de São Paulo - Escola de Comunicação e Artes. p, 2-46, 2009.

ZARIFIAN, Philippe. **O modelo da competência: trajetória histórica, desafios atuais e propostas.** São Paulo: SENAC, p 1-190 2002.

ANEXOS

DATA ANÁLISE	DATA PUBLICAÇÃO	NOME DA VAGA	EMPRESA	COMPETÊNCIAS	CHAMADA	CIDADE
24/mai	03/mai	ESTAGIÁRIO DE COMUNICAÇÃO (v1901397)	EZENTIS	DINÂMICO	"ESTAMOS EM BUSCA DE ALGUÉM PARA"	BARUERI
				ÁGIL		
				SER QUESTIONADOR		
				SER CRÍTICO		
				SABER TRABALHAR SOBRE PRESSÃO		
				TER SENSO DE URGÊNCIA		
				RESILIÊNCIA		
				CRIATIVIDADE		
24/mai	18/mai	ESTAGIÁRIO DE COMUNICAÇÃO (v1899346)	FERROUS	BOA COMUNICAÇÃO VERBAL	"REQUISITOS"	BELO HORIZONTE
24/mai	13/mai	ANALISTA DE COMUNICAÇÃO JÚNIOR (v1899654)	PRIMETALS TECHNOLOGIES BRAZIL	CRIATIVO	NÃO POSSUI CHAMADA, COMEÇA NA DESCRIÇÃO	RIO DE JANEIRO
				BRILHO NOS OLHOS		
				PAIXÃO PELO QUE FAZ		
24/mai	12/mai	ANALISTA DE COMUNICAÇÃO (v1907127)	RANDSTAD	LIDERANÇA	"ATIVIDADES"	CURITIBA
				BOM SENSO ESTÉTICO		
24/jun	14/jun	ANALISTA DE COMUNICAÇÃO PLENO (v1908804)	CONFIDENCIAL	PERFIL ARROJADO	NÃO POSSUI CHAMADA, COMEÇA NA DESCRIÇÃO	ARAÇATUBA
				PROTAGONISTA		
				ORGANIZADO		
				TRABALHE BEM EM EQUIPE		
24/jun	13/jun	ANALISTA DE COMUNICAÇÃO (v1907840)	CONFIDENCIAL	EXCELENTE PORGTUGUÊS (ESCRITA)	"PERFIL DESEJADO"	BELO HORIZONTE
				BOA ARTICULAÇÃO ORAL		
				ÓTIMO RELACIONAMENTO INTERPESSOAL		
24/jun	14/jun	ESTÁGIO COMUNICAÇÃO (v1909573)	TEKSID DO BRASIL LTDA	BOA ESCRITA	"ESCOLARIDADE E CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS"	BETIM
24/jun	28/mai	ESTAGIÁRIO EM COMUNICAÇÃO (v1860970)	CONFIDENCIAL	ORGANIZAÇÃO	"REQUISITOS"	RIO DE JANEIRO
				BOM RELACIONAMENTO INTERPESSOAL		
24/jun	05/jun	ANALISTA COMUNICAÇÃO INTERNA (v1902953)	CONFIDENCIAL	ÉTICO	"VOCÊ É / VOCÊ TEM"	SÃO PAULO
				COMPROMETIDO		
				VALORIZA TRABALHO EM EQUIPE		

				BOA REDAÇÃO		
				VONTADE DE QUESTIONAR E INOVAR		
24/jun	27/mai	ANALISTA DE COMUNICAÇÃO (REDATOR) (v1897797)	PAGE PERSONNEL INTERIM	ORGANIZAÇÃO	"PERFIL DO CANDIDATO"	RIO DE JANEIRO
				BOA COMUNICAÇÃO VERBAL		
				BOA COMUNICAÇÃO ESCRITA		
13/jul	04/jul	ESTÁGIO COMUNICAÇÃO / JORNALISMO (v1919272)	WEBEDIA	PRÓ ATIVO	"ESTAMOS PROCURANDO PESSOAS QUE"	RIO DE JANEIRO
				RESPONSÁVEL		
				ÁGIL		
				COMPROMETIDO		
				EMPATIA		
13/jul	02/jul	ANALISTA DE COMUNICAÇÃO (v1917370)	RANDSTAD RECURSOS HUMANOS	ÓTIMA REDAÇÃO	"REQUISITOS"	SÃO LEOPOLDO
13/jul	09/jul	ESTAGIÁRIO EM COMUNICAÇÃO (v1921005)	TRÍADE CAPITAL HUMANO	ESPÍRITO EMPREENDEDOR	"BUSCAMOS UM ESTAGIÁRIO"	RIO DE JANEIRO
				PERFIL INVESTIGATIVO		
13/jul	02/jul	CONSULTOR(A) DE COMUNICAÇÃO (v1917109)	GR1D	DINAMISMO	"PRINCIPAIS COMPETÊNCIAS E HABILIDADES"	SÃO PAULO
				AGILIDADE		
				ÓTIMA COMUNICAÇÃO VERBAL		
				ÓTIMA COMUNICAÇÃO ESCRITA		
				CRIATIVIDADE		
				INOVAÇÃO		
13/jul	13/jun	ANALISTA DE COMUNICAÇÃO CORPORATIVA PLENO (v1908159)	CONFIDENCIAL	ÓTIMA COMUNICAÇÃO VERBAL	"PERFIL DESEJADO"	SÃO PAULO
				ÓTIMA COMUNICAÇÃO ESCRITA		
13/jul	17/jun	COORDENADOR DE DIGITAL E COMUNICAÇÃO - EURIN (v1909436)	NIVEA	TRABALHAR EM CONJUNTO	"COMPETÊNCIAS COMPORTAMENTAIS"	SÃO PAULO
				ESTIMULAR PESSOAS		
				CONFIÁVEL		
				SER UM MODELO PARA OS DEMAIS		
13/jul	17/jun	AGENTE DE COMUNICAÇÃO - LOCUTOR (v1909630)	CENCOSUD - PREZUNIC	FACILIDADE DE INTERAÇÃO	"O QUE BUSCAMOS EM VOCÊ"	RIO DE JANEIRO

				BOA COMUNICAÇÃO		
				GOSTE DE LIDAR COM PESSOAS		
				VERSATILIDADE		
				SENSE DE URGENCIA		
14/jul	24/jun	ANALISTA DE COMUNICAÇÃO VISUAL PLENO (v1912252)	KENNER	PRO ATIVIDADE	"ATIVIDADES"	RIO DE JANEIRO
14/jul	24/jun	COORDENADOR DE COMUNICAÇÃO E MARKETING - TEMPORÁRIO (v1912601)	CONFIDENCIQL	FACILIDADE DE COMUNICAÇÃO	"PERFIL DESEJADO"	BRASÍLIA
				RELACIONAMENTO INTERPESSOAL		
14/jul	27/jun	ASSISTENTE DE COMUNICAÇÃO E MARKETING (v1914541)	WFARIA ADVOGADOS ASSOCIADOS	BOM RELACIONAMENTO	"PERFIL DESEJADO"	SÃO PAULO
				BOA COMUNICAÇÃO		
14/jul	02/jul	ANALISTA COMUNICAÇÃO INTERNA SR (v1902553)	SEM S/A	FACILIDADE COM ESCRITA	"O QUE ESPERAMOS DE VOCÊ"	SÃO PAULO - HORTOLÂNDIA
14/jul	04/jul	ESTÁGIO EM MARKETING E COMUNICAÇÃO (v1919190)	MESSER GASES BRASIL	RELACIONAMENTO INTERPESSOAL	"SÃO NECESSÁRIOS PARA O DESENVOLVIMENTO DA FUNÇÃO"	SÃO PAULO
				CAPACIDADE DE ORGANIZAÇÃO		
				PLANEJAMENTO		
14/jul	10/jul	ANALISTA DE COMUNICAÇÃO E MARKETING - CONTEÚDO (v1921442)	GRUPO CONFIDENCE	SER CAPAZ DE CONVENCER OS OUTROS DE QUE SUAS IDEIAS VALEM O INVESTIMENTO	"ATIVIDADES"	SÃO PAULO
14/jul	10/jul	ANALISTA DE COMUNICAÇÃO E MARKETING (v1921535 v1921535)	GRUPO CONFIDENCE	ÓTIMA COMUNICAÇÃO VERBAL	"ATIVIDADES"	SÃO PAULO
				ÓTIMA COMUNICAÇÃO ESCRITA		
				ORGANIZAÇÃO		
				ESTAR ATENADO		
				AGILIDADE DE REAÇÃO À TENDÊNCIAS		
14/jul	08/jul	ANALISTA DE COMUNICAÇÃO PLENO - REDATOR (v1920419)	PAGE PERSONNEL INTERIM	ORGANIZAÇÃO	"PERFIL DO CANDIDATO"	RIO DE JANEIRO
				BOA COMUNICAÇÃO VERBAL		

				BOA COMUNICAÇÃO ESCRITA		
14/jul	12/jul	DESIGNER - COMUNICAÇÃO E MARKETING (v1922877)	GEEKIE	ESTRATÉGICO	"PERFIL DESEJADO"	SÃO PAULO
				AUTÔNOMO		
				ENTREGAS RÁPIDAS		
				RESILIÊNCIA		
				MOTIVAÇÃO		
14/jul	12/jul	ESTÁGIO EM COMUNICAÇÃO INTERNA (v192298)	LACTALIS DO BRASIL	HABILIDADE ORAL - FALA	ESTÁ NA DESCRIÇÃO DA VAGA	SÃO PAULO
				HABILIDADE ORAL - RELACIONAMENTO		
14/jul	18/jun	ESTAGIÁRIO DE RH - COMUNICAÇÃO INTERNA (v1910808)	GRUPO L'OCCITANE	TER AFINIDADE E GOSTAR DE LIDAR COM PESSOAS	"PRÉ REQUISITOS"	SÃO PAULO
14/jul	27/jun	ESTAGIÁRIO(A) DE COMUNICAÇÃO EXTERNA (v1915048)	GENERAL MOTORS - CHEVROLET	PERFIL PRÓ ATIVO	"ELIGIBILIDADE"	SÃO CAETANO DO SUL
				BOA REDAÇÃO		
				FACILIDADE EM TRABALHAR EM TIME		
15/jul	15/jul	PROFESSOR - LAI - COMUNICAÇÃO, DIVERSIDADE E PENSAMENTO CRÍTICO (v1923648)	UNA	COOPERAÇÃO	"PERFIL COMPORTAMENTAL"	ITABIRA - MINAS GERAIS
				INOVAÇÃO		
				COMPROMETIMENTO		
				RESPEITO		
				TRANSPARÊNCIA		
15/jul	15/jul	ANALISTA DE MARKETING DIGITAL E COMUNICAÇÃO - STARTUP DO GRUPO COMERC ENERGIA (v1923758)	COMERC ENERGIA	COMPROMETIMENTO	"O QUE BUSCAMOS"	SÃO PAULO
				CRIATIVIDADE		
25/jul	16/jul	ANALISTA DE COMUNICAÇÃO JR (v1924536)	GRUPO RECOVERY	PROATIVIDADE	"PARA FECHAR COM CHAVE DE OURO"	SÃO PAULO
				BOM RELACIONAMENTO INTERPESSOAL		
				ADAPTABILIDADE		
				CRIATIVIDADE		
				FACILIDADE PARA TRABALHAR EM EQUIPE		

28/jul	26/jul	ANALISTA DE COMUNICAÇÃO (v1930596)	ADECCO	BOA HABILIDADE DE REDAÇÃO	"REQUISITOS"	SÃO PAULO
28/jul	18/jul	ANALISTA DE COMUNICAÇÃO INTERNA PLENO (v1926038)	SOLARIS BRASIL EQUIPAMENTOS E SERVIÇOS	SER CRIATIVO	"REQUISITOS"	RIO DE JANEIRO
				HANDS ON		
28/jul	25/jul	ESTÁGIO COMUNICAÇÃO INTERNA - (v1930303)	MAGNETTI MARELLI	EXCELENTE REDAÇÃO	"REQUISITOS"	MAUÁ - SÃO PAULO
29/jul	24/jul	ESPECIALISTA EM CAPTAÇÃO DE RECURSOS E COMUNICAÇÃO (v1928331)	INSAPER - INSTITUTO DE ENSINO E PESQUISA - ÁREA ADMINISTRATIVA	BOA REDAÇÃO (HABILIDADE EM COMUNICAÇÃO)	"CONHECIMENTOS E COMPETÊNCIAS"	SÃO PAULO
				FACILIDADE DE RELACIONAMENTO INTERPESSOAL		
				NEGOCIAÇÃO		
				SENSE DE URGÊNCIA - TIMING		
				SENSE DE OPORTUNIDADE		
				AUTONOMIA		
				ESPÍRITO ARTICULADOR COM OUTRAS ÁREAS		
29/jul	19/jul	ESTAGIÁRIO EM MARKETING E PLANEJAMENTO DE COMUNICAÇÃO (v1927046)	IBM - DEUSTCHLAND GMBH	PRÓ ATIVIDADE	"QUALIFICAÇÕES E REQUISITOS"	SÃO PAULO
				TRABALHAR COM VELOCIDADE NAS ENTREGAS		
29/jul	17/jul	COORDENADOR (A) DOS CURSOS DE COMUNICAÇÃO (CINEMA E ÁUDIO VISUAL/ DESIGN GRÁFICO; JORNALISMO, PUBLICIDADE E PROPAGANDA) (v1925857)	UNISOCIESC	PRÓ ATIVO	"O QUE ESPERAMOS DE VOCÊ"	JOINVILLE - SANTA CATARINA
				INOVADOR		
				FOCO EM RESULTADO		
				AUTONOMIA		
				FACILIDADE PARA GERENCIAR		
				TRABALHAR EM EQUIPE		

29/jul	10/jul	ANALISTA DE COMUNICAÇÃO TEMPORÁRIO (v1921316)	GRUPO SÃO FRANCISCO	BOA REDAÇÃO	"REQUISITOS"	RIIBEIRÃO PRETO - SÃO PAULO
				DINAMISMO		
				FACILIDADE DE RELACIONAMENTO INTERPESSOAL		
31/jul	29/jul	ASSISTENTE DE COMUNICAÇÃO (v1931849)	CONFIDENCIAL	SER COMUNICATIVO	"REQUISITOS"	BELO HORIZONTE
				TER BOM RELACIONAMENTO INTERPESSOAL		
31/jul	31/jul	ANALISTA DE COMUNICAÇÃO INTERNA SR (v1932971)	PREMIER PET	EXCELENTE REDAÇÃO	"ATIVIDADES"	SÃO PAULO
				PORTUGUÊS IMPECÁVEL		
				POSTURA COLABORATIVA		
				TRABALHO EM EQUIPE		
				CRIATIVIDADE		
				FLEXIBILIDADE		
				PERFIL MULTITAREFAS		
07/ago	01/ago	ANALISTA DE COMUNICAÇÃO (v1933597)	AMIGOS DO BEM	BOA COMUNICAÇÃO	"PERFIL COMPORTAMENTAL"	SÃO PAULO
				INICIATIVA		
				PLANEJAMENTO		
				ORGANIZAÇÃO		
07/ago	07/ago	ANALISTA DE COMUNICAÇÃO JR (v193699)	AES TIETÊ ENERGIA S.A	FOCO EM RESULTADOS	"HABILIDADES NECESSÁRIAS"	SÃO PAULO
				TRABALHO EM EQUIPE		
				FOCO NO CLIENTE		
				INICIATIVA		
				FLEXIBILIDADE		
				ORGANIZAÇÃO		
				AUTONOMIA		
				AUTOCONFIANÇA		
				COMPREENSÃO INTERPESSOAL		
				EMPATIA		
				PERSUASÃO		
07/ago	01/ago	ANALISTA DE COMUNICAÇÃO E MARKETING (v1933941)	MSA SAFETY	COMPROMETIDO	"COMO VOCÊ É?"	DIADEMA - SÃO PAULO
				HANDS ON		

				ANALÍTICO		
				ABERTO À MUDANÇAS		
				BOA ORGANIZAÇÃO		
				BOA COMUNICAÇÃO		
				RELACIONAMENTO INTERPESSOAL		
07/ago	06/ago	ASSISTENTE DE COMUNICAÇÃO E EVENTOS (v1936182)	AGÊNCIA ESTADO	BOA ESCRITA	"REQUISITOS"	SÃO PAULO
				COMUNICATIVO		
				ORGANIZADO		
22/ago	13/ago	ANALISTA SÊNIOR (v1940497)	BANCO ABC	CAPACIDADE DE INFLUENCIAR	"REQUISITOS"	SÃO PAULO
				DINAMISMO		
				PRÓ ATIVIDADE		
				MATURIDADE		
				BOA COMUNICAÇÃO INTERPESSOAL		
				BOA ESCRITA		
22/ago	22/ago	ESTAGIÁRIO DE COMUNICAÇÃO (v1945500)	BANCO DE CURRÍCULOS DA Estante VIRTUAL	ORGANIZADO	"REQUISITOS"	RIO DE JANEIRO
				COMPROMETIDO		
				BOM RELACIONAMENTO INTERPESSOAL		
				ÓTIMA CONSTRUÇÃO TEXTUAL		
22/ago	14/ago	ANALISTA DE COMUNICAÇÃO JR (v1940856)	PRIMETALS TECHNOLOGIES BRAZIL	CRIATIVO	"NÃO POSSUI CHAMADAS. COMEÇA NA DESCRIÇÃO"	BELO HORIZONTE
				BRILHO NOS OLHOS		
				PAIXÃO PELO QUE FAZ		
22/ago	14/ago	GERENTE DE MARKETING E COMUNICAÇÃO (v1940753)	CONFIDENCIAL	PROATIVO	"COMPETÊNCIAS"	SOROCABA - SÃO PAULO
				ORIENTADO PARA RESULTADOS		
				CAPACIDADE ANALÍTICA		
				HABILIDADES DE COMUNICAÇÃO		
				TRABALHO EM EQUIPE		
22/ago	14/ago	ANALISTA DE MARKETING E COMUNICAÇÃO (v1941194)	ATEX DO BRASIL	BOA COMUNICAÇÃO	"SEM DESCRIÇÃO"	BELO HORIZONTE
				BOA NEGOCIAÇÃO		

22/ago	08/ago	ESTÁGIO EM COMUNICAÇÃO CORPORATIVA (v1937546)	FARMOQUÍMICA	DINÂMICO	"NÃO POSSUI CHAMADAS. COMEÇA NA DESCRIÇÃO"	RIO DE JANEIRO
				PROATIVO		
				ORGANIZADO		
				AGREGAR VALOR		
				BOA COMUNICAÇÃO		
				BOA ESCRITA		
22/ago	21/ago	ESTÁGIO EM MARKETING E COMUNICAÇÃO (v1944278)	ACGO	COMPROMETIMENTO	"COMPETÊNCIAS COMPORTAMENTAIS"	CANOAS - RIO GRANDE DO SUL
				FÁCIL RELACIONAMENTO		
				DESEJO DE CONHECIMENTO		
22/ago	19/ago	ANALISTA DE COMUNICAÇÃO - TRADE MARKETING (v1943139)	CONFIDENCIAL	BOA COMUNICAÇÃO VERBAL	"REQUISITOS"	RIO DE JANEIRO
				BOA COMUNICAÇÃO ESCRITA		
22/ago	14/ago	ANALISTA DE COMUNICAÇÃO E MARKETING (v1942159)	ATIVA INVESTIMENTOS	COMUNICAÇÃO ASSERTIVA	"COMPETÊNCIAS ESSENCIAIS"	RIO DE JANEIRO
				INDIGNAÇÃO CONSTRUTIVA		
				ADAPTABILIDADE		
22/ago	14/ago	ESPECIALISTA EM INTELIGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO - MARKETING DIGITAL (v1941910)	MANPOWER STAFFING	ORGANIZAÇÃO	"REQUISITOS"	RIO DE JANEIRO
				COLABORAÇÃO		
				INTEGRAÇÃO		
				PRÓ ATIVIDADE		
				ATENÇÃO A PRAZOS		
				PERFIL ANALÍTICO		
				PENSAMENTO ESTRATÉGICO		
22/ago	02/ago	ANALISTA DE COMUNICAÇÃO INTERNA (v1934408)	CONFIDENCIAL	ATITUDE DE DONO	"REQUISITOS"	SÃO PAULO
				ESPÍRITO DE TIME		

22/ago	21/ago	LÍDER IA - LABORATÓRIO DE AGÊNCIA EXPERIMENTAL DE COMUNICAÇÃO (v1944387)	UNA	EXPERIÊNCIA COM LIDERANÇA	"O QUE ESPERAMOS DE VOCÊ"	BELO HORIZONTE
				BOM RELACIONAMENTO INTERPESSOAL		
				RESILIENTE		
				EXTROVERTIDO		
				FLEXÍVE		
				TRANSPARÊNCIA		
				COOPERAÇÃO		
				COMPROMETIMENTO		
				INOVAÇÃO		
				RESPEITO		