

Perfil Empreendedor e Relações Públicas: Percepções das Alunas de Graduação da Universidade Estadual de Londrina¹

Vitor Hideo NASU²

Pedro Henrique Cremonez ROSA³

Eric Ferreira dos SANTOS⁴

Universidade Estadual de Londrina, Londrina, PR

RESUMO

O aumento da representatividade feminina nos espaços acadêmico e profissional de Relações Públicas (RP) pode ser constatado nos últimos anos. Diante disso, objetiva-se avaliar as características e o perfil empreendedor das alunas de RP. Os dados foram coletados via questionário e contou com a participação de 91 alunas da Universidade Estadual de Londrina. Como principais achados, destaca-se que as alunas têm um perfil satisfatório (Faixa 2) e apresentam níveis excelentes ou bons nas características empreendedoras. Contudo, algumas qualidades ainda carecem de melhoria.

PALAVRAS-CHAVE

Empreendedorismo; Relações Públicas; Mulher; Ensino superior; Questionário.

1. INTRODUÇÃO

No ensino superior, há evidências de crescimento do número de mulheres. De acordo com o Censo da Educação Superior 2022 (INEP, 2023), 53,8% dos estudantes concluintes dos cursos de graduação eram do sexo feminino e 46,2% do masculino. A área de Comunicação parece estar acompanhando este crescimento feminino. Por exemplo, a área geral de “Ciências sociais, Comunicação e Informação” possui 72,3% de concluintes do sexo feminino e 27,7% do sexo masculino (INEP, 2023). Ademais, Amaral, Lima e Cordeiro (2022) analisaram dados de 2000 a 2019 referentes à Universidade de São Paulo (USP) e à sua Escola de Comunicação e Artes (ECA). Embora a comunidade da USP e da ECA ainda seja predominada por homens, observou-se um aumento do número de mulheres.

Na área de Relações Públicas (RP), a representatividade feminina também tem sido notável nos campos acadêmico e prático e o seu reflexo pode ser observado em trabalhos acadêmicos (AMARAL; LIMA; CORDEIRO, 2022; ANDRADE; SOBREIRA,

¹Trabalho apresentado no GP Relações Públicas e Comunicação Organizacional do XIV Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

²Doutor em Controladoria e Contabilidade (FEA/USP). Universidade Estadual de Londrina. Email: vnasu@uel.br.

³Doutor em Ciência da Informação (PPGCI/UDEL). Universidade Estadual de Londrina. Email: pedro.cremonez@uel.br.

⁴Mestre em Contabilidade (PCO/UEM). Universidade Estadual de Londrina. Email: ericferreira@uel.br.

2013) e na mídia geral (CAPITANI, 2023; CILO, 2022; ROSOLEN, 2023; YVES, 2023). Yves (2023), por exemplo, relata que, contrariamente a outros setores do mercado comunicacional, o de RP é dominado pelas mulheres. Ainda, Capitani (2023) reporta que – conforme o estudo da PR Scope – dos 11 profissionais de RP mais admirados, sete são mulheres. Em adição, a primeira PRtech da América Latina – a Mention – foi criada em agosto de 2022 por uma mulher: Beatriz Ambrosio (CILO, 2022; ROSOLEN, 2023).

Diante do crescimento de mulheres nos cursos de comunicação, da ocupação de cargos de liderança nas agências de comunicação por profissionais do sexo feminino e da criação da primeira PRtech da América Latina por Beatriz Ambrosio, parece relevante entender se os estudantes de RP – e mais especificamente as alunas – detêm características empreendedoras capazes de dar apoio à uma visão oportunista e inovadora na promoção e fornecimento de serviços de RP. Logo, **o presente trabalho tem como objetivo avaliar as características e o perfil empreendedor das alunas de RP**. Em particular, o estudo está fundamentado no uso de questionários e foi conduzido com alunas da Universidade Estadual de Londrina (UEL).

Este estudo contribui com a literatura prévia ao explorar a sobreposição entre as áreas de RP e Empreendedorismo a partir da ótica de mulheres. Com base na literatura consultada, percebeu-se uma escassez de estudos nacionais que analisaram as características e o perfil empreendedor de alunas de RP.

2. ASPECTOS METODOLÓGICOS

O presente trabalho utiliza a estratégia de coleta de dados baseada em questionário. Tal estratégia é útil para estudar as atitudes, crenças, comportamentos passados e intenções futuras das pessoas (COZBY; BATES, 2012), bem como tem sido comum usá-lo em pesquisas da área de RP (STACKS, 2017). O questionário foi administrado de forma presencial na última semana de fevereiro de 2024 nas salas de aula da UEL. Coloca-se que o presente estudo faz parte de um projeto de pesquisa maior sobre a análise do perfil empreendedor dos alunos de RP, o qual foi aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa da UEL (Plataforma Brasil CAAE: 76375423.0.0000.5231; Parecer nº 6.657.209). Antes de responderem o questionário, as estudantes concordaram com o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE).

O questionário foi elaborado em duas partes. Na primeira, constavam questões sobre o perfil social e acadêmico dos participantes, tais como identidade de gênero, idade e turno do curso. Na segunda parte, havia 30 questões sobre as características

empreendedoras do instrumento de Dornelas (2018), as quais pertenciam a seis distintas dimensões: (a) Comprometimento e determinação (itens Q1 a Q6), (b) Obsessão pelas oportunidades (itens Q7 a Q9), (c) Tolerância ao risco, ambiguidade e incertezas (itens Q10 a Q14), (d) Criatividade, autoconfiança e habilidade de adaptação (itens Q15 a Q19), (e) Motivação e superação (itens Q20 a Q25) e (f) Liderança (itens Q26 a Q30). Os 30 itens foram respondidos com base na seguinte escala: 5 – Excelente, 4 – Bom, 3 – Regular, 2 – Fraco e 1 – Insuficiente. Para encontrar o perfil empreendedor de cada aluno, as notas dos 30 itens foram somadas e interpretadas conforme as faixas da Tabela 1.

Tabela 1 - Parâmetros de interpretação do perfil empreendedor

Faixa	Pontuação	Descrição
Faixa 1	120 a 150 pontos	Você provavelmente já é um empreendedor, possui as características comuns aos empreendedores e tem tudo para se diferenciar em sua organização.
Faixa 2	90 a 119 pontos	Você possui muitas características empreendedoras e às vezes se comporta como um, porém você pode melhorar ainda mais se equilibrar os pontos ainda fracos com os pontos já fortes.
Faixa 3	60 a 89 pontos	Você ainda não é muito empreendedor e provavelmente se comporta, na maior parte do tempo, como um administrador e não um “fazedor”. Para se diferenciar e começar a praticar atitudes empreendedoras procure analisar os seus principais pontos fracos e definir estratégias pessoais para eliminá-los.
Faixa 4	Menos de 59 pontos	Você não é empreendedor e se continuar a agir como age dificilmente será um. Isto não significa que você não tem qualidades, apenas que prefere seguir a ser seguido. Se seu anseio é ser reconhecido como empreendedor, reavalie sua carreira e seus objetivos pessoais, bem como suas ações para concretizar tais objetivos.

Fonte: Elaborada pelos autores com base em Dornelas (2018).

A Faixa 1 é aquela cujas características empreendedoras são mais salientes e a Faixa 4 é aquela na qual as características empreendedoras são menos intensas. Aqui, cabe ressaltar dois pontos. Primeiro, alguns alunos deram duas respostas para uma mesma questão. Nestes casos, prezando-se pela parcimônia, foi considerada a resposta de menor categoria. Segundo, foi observado a ocorrência de dados faltantes (não houve resposta) tanto na primeira como na segunda parte do questionário. Deste modo, indica-se que nem todas as análises possuem 91 observações. Em particular, o perfil empreendedor foi apurado somente para as participantes que responderam todas as 30 questões relacionadas às características empreendedoras (n = 84).

Os dados foram planilhados no Microsoft Excel e posteriormente analisados por meio do software Stata versão 14. Os dados foram analisados por meio de estatísticas descritivas das variáveis, as quais buscaram descrever e sintetizar as principais características dos dados a fim de compreender o seu comportamento (FÁVERO; BELFIORE, 2017).

3. RESULTADOS

A média de idade das alunas é de 21,3 anos ($\pm 2,6$ anos). Há 46 alunas que estudam no período matutino e 44 no noturno. Ademais, 28 alunas são da 1ª série, 26 da 2ª série, 14 da 3ª série e 23 da 4ª série. A maioria das alunas tem emprego ($n = 47$) ou faz estágio ($n = 29$), enquanto a minoria ($n = 15$) não está trabalhando. Ainda, 20 alunas responderam ser microempreendedoras individuais (MEIs), nove declararam já ter aberto empresas e 62 não abriram qualquer tipo de negócio. A seguir, estão reportados os resultados das características empreendedoras de cada uma das seis dimensões (Tabela 2):

Tabela 2 - Características empreendedoras das alunas de RP

Item	Descrição	Excelente		Bom		Regular		Fraco		Insuficiente	
		Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Comprometimento e determinação											
Q1	Proatividade na tomada de decisão	24	26,37	47	51,65	19	20,88	0	0,00	1	1,10
Q2	Tenacidade, obstinação	8	8,79	47	51,65	32	35,16	3	3,30	1	1,10
Q3	Disciplina, dedicação	32	35,56	36	40,00	15	16,67	7	7,78	0	0,00
Q4	Persistência em resolver problemas	38	41,76	34	37,36	16	17,58	3	3,30	0	0,00
Q5	Disposição ao sacrifício para atingir metas	22	24,18	40	43,96	25	27,47	3	3,30	1	1,10
Q6	Imersão total nas atividades que desenvolve	30	32,97	36	39,56	25	27,47	0	0,00	0	0,00
Obsessão pelas oportunidades											
Q7	Procura ter conhecimento profundo das necessidades dos clientes	28	31,11	50	55,56	10	11,11	2	2,22	0	0,00
Q8	É dirigido pelo mercado (market driven)	8	8,79	25	27,47	45	49,45	8	8,79	5	5,49
Q9	Obsessão em criar valor e satisfazer os clientes	35	38,46	35	38,46	16	17,58	5	5,49	0	0,00
Tolerância ao risco, ambiguidade e incertezas											
Q10	Toma riscos calculados (analisa tudo antes de agir)	28	30,77	26	28,57	27	29,67	9	9,89	1	1,10
Q11	Procura minimizar os riscos	26	28,89	41	45,56	19	21,11	4	4,44	0	0,00
Q12	Tolerância às incertezas e falta de estrutura	5	5,49	14	15,38	34	37,36	32	35,16	6	6,59
Q13	Tolerância ao stress e conflitos	8	8,79	17	18,68	34	37,36	22	24,18	10	10,99
Q14	Hábil em resolver problemas e integrar soluções	20	21,98	42	46,15	28	30,77	1	1,10	0	0,00

Criatividade, autoconfiança e habilidade de adaptação											
Q15	Não convencional, cabeça aberta, pensador	42	46,15	34	37,36	11	12,09	3	3,30	1	1,10
Q16	Não se conforma com o status quo	15	16,48	31	34,07	38	41,76	4	4,40	3	3,30
Q17	Hábil em adaptar a novas situações	24	26,37	51	56,04	13	14,29	3	3,30	0	0,00
Q18	Não tem medo de falhar	5	5,49	5	5,49	29	31,87	25	27,47	27	29,67
Q19	Hábil em definir conceitos e detalhar ideias	20	22,22	33	36,67	34	37,78	3	3,33	0	0,00
Motivação e superação											
Q20	Orientação a metas e resultados	17	18,89	41	45,56	26	28,89	6	6,67	0	0,00
Q21	Dirigido pela necessidade de crescer e atingir melhores resultados	46	50,55	36	39,56	8	8,79	0	0,00	1	1,10
Q22	Não se preocupa com status e poder	8	8,79	14	15,38	36	39,56	23	25,27	10	10,99
Q23	Autoconfiança	12	13,19	19	20,88	40	43,96	14	15,38	6	6,59
Q24	Ciente de suas fraquezas e forças	23	25,56	40	44,44	21	23,33	6	6,67	0	0,00
Liderança											
Q25	Tem senso de humor e procura estar animado	53	58,24	24	26,37	9	9,89	5	5,49	0	0,00
Q26	Tem iniciativa	35	38,46	38	41,76	16	17,58	2	2,20	0	0,00
Q27	Poder de autocontrole	17	18,68	33	36,26	31	34,07	10	10,99	0	0,00
Q28	Transmite integridade e confiabilidade	33	36,67	37	41,11	16	17,78	3	3,33	1	1,11
Q29	É paciente e sabe ouvir	41	45,05	24	26,37	15	16,48	9	9,89	2	2,20
Q30	Sabe construir times e trabalhar em equipe	30	32,97	40	43,96	14	15,38	4	4,40	3	3,30

Nota. Freq. = Frequência.

Fonte: Elaborada pelos autores.

Nota-se que o senso de humor e a animação (Q25) são características intensas nas participantes, bem como são dirigidas pela necessidade de crescer e atingir resultados (Q21). As alunas também buscam ter cabeça aberta (Q15), ser pacientes (Q29) e atuar persistentemente (Q4). Por outro lado, o medo de falhar (Q18), a tolerância à incerteza (Q12) e a tolerância ao stress e conflitos (Q13) podem ser aprimoradas, bem como a autoconfiança (Q23). Na Tabela 3, são reportados os resultados do perfil empreendedor:

Tabela 3 - Perfil empreendedor das alunas de RP

Perfil empreendedor	Frequência	%
Faixa 1	15	60,0
Faixa 2	67	91,8
Faixa 3	2	100,0

Fonte: Elaborada pelos autores.

Percebe-se que há predominância da Faixa 2, que indica que as alunas têm muitas características empreendedoras e, às vezes, até se comporta como um empreendedor. Apesar disso, o perfil empreendedor pode ser melhorado ao fortificar as características deficitárias e extrair benefício das qualidades positivas que já possuem.

4. CONCLUSÃO

Conclui-se que as alunas de RP possuem um perfil empreendedor satisfatório – o da Faixa 2 –, o qual denota que muitas qualidades são compatíveis com a de um efetivo empreendedor. Sugere-se que as estudantes continuem estudando e trabalhando para aperfeiçoar aquelas que ainda são deficitárias, caso tenham interesse pela vida empreendedora ou de ambientes de inovação. Ressalta-se que os achados devem ser vistos com cautela, pois os dados advêm da percepção subjetiva das alunas, a qual é influenciada por múltiplos fatores e está sujeita à mudança. Como recomendação de pesquisa futura, indica-se a condução de entrevistas com mulheres que empreenderam na área de RP.

REFERÊNCIAS

- AMARAL, R. C. do; LIMA, R. V. S.; CORDEIRO, M. E. M. M. Mulheres e Homens na USP e na Escola de Comunicação e Artes, entre 2000 e 2019. **Organicom**, v. 19, n. 40, p. 111–126, 4 dez. 2022. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/organicom/article/view/205769>>.
- ANDRADE, C.; SOBREIRA, R. Igualdade de Gênero no Exercício da Profissão de Relações Públicas: Estudo exploratório com estudantes de comunicação organizacional. **Comunicação e Ciências Empresariais**, n. 7, p. 42–50, 2013.
- CAPITANI, L. **De pioneiras a líderes: as mulheres no mercado de RP**. Disponível em: <<https://www.meioemensagem.com.br/womentowatch/de-pioneiras-a-lideres-as-mulheres-no-mercado-de-rp>>. Acesso em: 11 mar. 2024.
- CILO, H. **Relações públicas e digitais**. Disponível em: <<https://istoedinheiro.com.br/relacoes-publicas-e-digitais/>>. Acesso em: 11 mar. 2024.
- COZBY, P. C.; BATES, S. C. **Methods in behavioral research**. 11th. ed. New York: McGraw-Hill, 2012.
- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 7. ed. São Paulo: Empreende, 2018.
- FÁVERO, L. P.; BELFIORE, P. **Manual de análise de dados: Estatística e modelagem multivariada com Excel, SPSS e Stata**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2017.
- INEP. Censo da Educação Superior 2022. 2023. Disponível em: <<https://www.gov.br/inep/pt-br/areas-de-atuacao/pesquisas-estatisticas-e-indicadores/censo-da-educacao-superior/resultados>>.
- ROSOLEN, D. **Com tecnologia, a Mention quer popularizar o acesso de empresas de todos os portes a serviços de relações públicas**. Disponível em: <<https://www.projetodraft.com/com-tecnologia-a-mention-quer-popularizar-o-acesso-de-empresas-de-todos-os-portes-a-servicos-de-relacoes-publicas/>>. Acesso em: 5 set. 2023.
- STACKS, D. W. **Primer of Public Relations Research**. 3. ed. New York: The Guilford Press, 2017.
- YVES, P. **Mulheres predominam na atividade de relações públicas no Brasil**. Disponível em: <<https://propmark.com.br/mulheres-predominam-na-atividade-de-relacoes-publicas-no-brasil/#:~:text=Mulheres predominam na atividade de relações públicas no Brasil,-Por Pedro Yves&text=Na contramão de outros setores,por profissionais do sexo feminino.>>. Acesso em: 18 ago. 2023.