

Relações públicas e género: estudo sobre expectativas dos estudantes de comunicação organizacional relativas ao futuro profissional

Rosa Maria Sobreira
 Instituto Politécnico de Coimbra _ ESEC
 rsobreira@esec.pt
 Cláudia Andrade
 Instituto Politécnico de Coimbra _ ESEC
 mcandrade@esec.pt

A presença feminina no campo profissional das relações públicas tem originado estudos que procuram analisar as implicações desse domínio para as práticas profissionais, para o estatuto profissional e para as próprias organizações (Broom, 1982; Broom & Dozier, 1986; Creedon, 1991; Grunig et al, 2000; Toth, 2001; Aldory & Toth, 2001; Dozier et al, 2013). Os estudantes de comunicação organizacional preparam-se para serem a próxima geração de profissionais de relações públicas. Nesse sentido, importa conhecer as suas expectativas sobre as relações entre a igualdade de género na profissão de relações públicas e na carreira profissional e as suas repercussões no respectivo domínio. Assim, o presente estudo, efetuado junto de 131 de estudantes comunicação organizacional, pretendeu analisar, de forma exploratória, as expectativas relativas à igualdade de género no exercício da profissão de relações públicas. Os resultados evidenciam que, de um modo geral, os estudantes apresentam expectativas positivas em relação à existência de igualdade de género na profissão. No entanto, verificou-se, também, que os estudantes e as estudantes diferem no que diz respeito às expectativas de igualdade entre géneros relativamente aos salários, à importância dada ao apoio para a conciliação trabalho-família e às competências para o exercício da atividade. Os resultados serão analisados e discutidos no quadro da formação dos futuros profissionais das relações públicas.

Palavras Chave: *Relações Públicas, Estudantes, Género e Profissão*

Introdução

O interesse pela temática da igualdade de género na profissão de relações públicas surgiu associada à feminização do mercado de trabalho no contexto norteamericano, a partir da década de 1970. No início da década de 1960 as mulheres representavam 25% dos especialistas em relações públicas, em 1992 eram já 50% e em 1997 os valores passaram para 65,7% (Toth,

2001). A vasta literatura que tem sido produzida, pelos investigadores americanos, procura explicações para múltiplos temas associados a este crescimento, que vão desde a procura das razões do processo de feminização, bem como as respetivas implicações ao nível da natureza das relações de trabalho, da liderança, das funções desempenhadas, das práticas profissionais preferidas, da progressão na carreira, da conciliação trabalho-família, bem como do tema das remunerações. Os estudos desenvolvidos por Broom (1982) - "A comparison of sex roles in public relations" e por Broom, & Dozier (1986) - "Advancement for public relations role models" - são considerados pioneiros na análise da profissão, tendo em consideração a dimensão do género. No primeiro estudo de Broom, efectuado junto de uma amostra de membros Public Relations Society of America (PRSA), foi solicitado um posicionamento sobre "quatro modelos de actuação" enquanto profissional. Esses modelos eram: prescritor especialista, técnico de comunicação, facilitador de comunicação e facilitador de processo de resolução de problemas. Os resultados indicam que os profissionais de relações públicas se viam em apenas dois papéis: o de técnico de comunicação e uma combinação dos outros três modelos. O autor concluiu, também, que homens e mulheres diferiam significativamente quanto aos papéis. Os homens percecionavam-se, principalmente, no papel de prescritor especialista, enquanto as mulheres indicavam o de técnico de comunicação como a sua atividade dominante.

Na década de 1980 é, ainda, realçando o contributo de Lesly. Os estudos sobre a feminização da profissão realizados por Lesly incidiram sobre o impacto da feminização na profissão de relações públicas, sendo este assumido como uma ameaça para o estatuto e afirmação profissional. Lesly (1988) apontou como principais consequências, desta maioria feminina na atividade profissional, a criação de uma imagem das relações públicas como uma profissão "suave"; a diminuição das aspirações profissionais (porque as mulheres preferiam trabalhos mais técnicos em vez de atividades de gestão) e uma baixa do nível de rendimentos auferidos, à semelhança de outros campos profissionais que viveram processos de feminização Lesly, (1988), cit in Grunig et al, (2000); Lesly (1988), cit in Creedon, 1991; Grunig, et al, 2000; Toth, 2001).

Um estudo mais recente, efectuado no contexto europeu, com 1.410 profissionais de comunicação europeus, (51,2% de homens e 48,8% de mulheres), revelou algumas diferenças no exercício da profissão de acordo com o género, nomeadamente nas funções desempenhadas, nos níveis de satisfação no trabalho e na remuneração.

Enquanto o trabalho de natureza mais técnica é realizado, predominantemente, por profissionais de comunicação do sexo feminino, em contrapartida, as atividades de gestão são desempenhadas pelos seus colegas do sexo masculino. Para a mesma função o salário médio anual das mulheres é de 75.000 €, enquanto o dos homens é de 95.000 €. Relativamente à satisfação no trabalho, 77,6% dos homens responderam sentir-se satisfeitos ou muito satisfeitos com o trabalho, contra 69,6% das mulheres. Estes dados sugerem que, na Europa, na profissão de comunicação e relações públicas, as mulheres ganham menos que os homens para a mesma posição e tendem a sentir-se menos satisfeitas (Beurer-Zuellig et al, 2009). Estes resultados estão em linha com os estudos feitos desde a década de 1980, sobre a relação entre género e as relações públicas nos Estados Unidos da América.

A relação entre género e a profissão de relações públicas: temáticas abordadas

A revisão de literatura sobre a relação entre género e relações públicas revela a preocupação dos investigadores com múltiplas temáticas, como as diferenças salariais, a satisfação no trabalho, os aspetos demográficos, o tipo de tarefas desempenhadas (técnicas ou gestão), as crenças dominantes sobre o que podem os homens e as mulheres fazer no âmbito das relações públicas e, também, com as implicações, negativas e positivas, da maioria feminina, na afirmação e no reconhecimento da profissão de relações públicas. Apesar desta diversidade, é possível identificar três preocupações centrais relativamente aos homens e às mulheres que trabalham no campo das relações públicas e comunicação organizacional: “velvet ghetto”, “salary gap” e “glass ceiling”.

“Velvet gueto”

O conceito de “velvet gueto” descreve o efeito de descida de salários e de estatuto social associada a feminização das profissões. A crença de que a maioria feminina nos departamentos e na formação académica de comunicação estava a conduzir as relações públicas para uma profissão com essas características, levou a Association of International Business Communicators Foundation (IABC) a promover o “IABC Velvet Ghetto Study”, nos EUA e no Canadá. Em 1984, uma equipa de investigadores, orientada por Carolyn Cline, da Universidade de Texas-Austin, implementou o projeto que incluiu inquéritos, entrevistas em profundidade com profissionais seniores de comunicação. Foram ainda realizados oito “focus groups”, assim como uma

análise de dados sobre os salários e as tendências nos perfis de estudos da IABC, de 1979 a 1985. Os resultados, publicados em 1986, demonstraram que, apesar do otimismo de alguns profissionais, existiam áreas problemáticas¹. O estudo da IABC apoiava as conclusões dos estudos anteriores: que o papel das mulheres estava, cada vez mais, associado às características “técnicas” da comunicação, em vez do papel de gestores; que as mulheres auferiam salários inferiores ao dos homens, mesmo quando fatores, como a experiência e educação, eram tomados em consideração²; que as mulheres eram excluídas da gestão de topo; que existia uma confusão sobre o papel e a função dos departamentos de comunicação nas empresas; que as mulheres não eram consideradas boas gestoras, descritas como sendo, preferencialmente, vocacionadas para tarefas mais emocionais do que racionais e relutantes em aprender a serem líderes (Wrigley, 2010). Os autores identificaram como principais fatores explicativos, para esta realidade, a desvalorização do papel da comunicação no âmbito das organizações, assim como os processos de socialização das organizações que orientavam as mulheres para elegerem, preferencialmente, funções técnicas, evitando as de administração como uma opção de carreira (Wrigley, 2010).

Discrepâncias salariais (gap salary)

A diferenciação salarial foi uma das temáticas mais discutidas no âmbito dos resultados dos estudos inspirados pelos movimentos feministas. Também neste caso, o papel das associações de profissionais foi relevante, uma vez que as diferenças salariais, baseadas no género, foram demonstradas por estudos patrocinados pela Public Relations Society of America (PRSA) entre 1990 e 1996. Toth (2001) expõe os resultados obtidos junto de uma amostra composta por membros da PRSA e que ia de encontro às conclusões do “Velvet Ghetto Study”: as mulheres ganhavam menos que os homens.

A ênfase feminista na discriminação salarial, em função do género, seria mais tarde contestada por Hutton (2005). Para o autor, essa discriminação não passa de um mito. Sustentando-se na análise estatística detalhada de uma grande pesquisa salarial (5000 respostas) e na revisão dos estudos feitos até então, Hutton defende que não há nenhuma razão empírica para acreditar que existe discriminação salarial de género no campo de relações

1 <http://www.iabc.com/researchfoundation/pdf/VelvetGhetto.pdf>

2 <http://www.iabc.com/researchfoundation/pdf/VelvetGhetto.pdf>

públicas. Para Hutton a discriminação de gênero poderia existir há 20 anos, mas as evidências disponíveis, desde aquela época, sugerem que houve pouca ou nenhuma discriminação salarial, pelo menos na última década (Hutton, 2005). O estudo de Hutton (2005) chama a atenção para outros fatores, também relacionados com o gênero, que podem contribuir para explicar as diferenças entre homens e mulheres no campo das relações públicas. Fatores como a experiência, as horas de trabalho semanal, o tipo de organizações (empresas Vs ONG's) e a idade dos profissionais.

Apesar da perspectiva crítica de Hutton (2005), estudos recentes parecem confirmar a disparidade salarial entre homens e mulheres (Dozier & Sha, 2010; Sha & Dozier, 2011; Sha, et al, 2011; Dozier et al, 2013). Um dos últimos estudos de Dozier et al, 2013) fornece um modelo teórico abrangente para explicar as desigualdades salariais persistentes entre homens e mulheres profissionais de relações públicas. Nesse estudo foi analisada uma amostra aleatória de profissionais de relações públicas e os resultados lançam luz sobre os vários fatores que estão na origem dessa disparidade salarial. Os autores confirmaram a diferenciação salarial baseada no gênero e identificam como fatores para tal: os anos de experiência profissional, a função desempenhada ser de gestão ou técnica, a participação na tomada de decisões, as interrupções e especialização da carreira. No entanto, mesmo tendo em consideração o potencial efeito destas variáveis, as médias de rendimento foram de 84.368 dólares para homens e de 76,063 dólares para as mulheres, uma diferença de 8.305 dólares (Dozier et al, 2013).

O glass ceiling

Esta metáfora serve para descrever uma barreira invisível que impede a mulheres de chegarem aos cargos de topo nas organizações, independentemente das qualificações e capacidades demonstradas. Parece que as habilitações e a competência só funcionam até certo ponto para se ser promovido, uma vez que os líderes das organizações preferem promover aqueles com quem se sentem mais à vontade a trabalhar, independentemente do seu mérito (Wrigley, 2010). Para isso, implementam um conjunto de testes "invisíveis": como ter sucesso no mundo dos negócios; ter temperamento apropriado; ter comportamento e estilo de gestão aceitáveis (Broom, 1982; Broom, & Dozier, 1986; Toth & Grunig, 1995; Hon, 1995; Serini et al, 1997). Toth (2001) evoca a existência de um sistema de "castas", com os homens no topo e as mulheres nos níveis inferiores da pirâmide hierárquica. No entanto, Wrigley (2002) chama a atenção para

o facto de, também, as mulheres, contribuírem para essa situação. Wrigley (2002) confirmou que o "teto de vidro" persistia para as mulheres que trabalhavam em relações públicas e gestão de comunicação. No entanto, a autora refere o facto de as próprias mulheres terem comportamentos que ajudam a sustentar e a perpetuar esse problema. As participantes no estudo de Wrigley descreveram um comportamento designado de "corporate bitch" ou "queen bees". Esta metáfora traça o perfil das mulheres, que atingindo os cargos de gestão, uma vez lá, desenvolvem estratégias para impedir que outras mulheres progridam para o mesmo patamar (Wrigley, 2001,2010).

A igualdade de gênero nas relações públicas: as percepções dos estudantes

Os resultados provenientes dos estudos no campo profissional ditaram novas questões para investigadores sobre a relação entre gênero e relações públicas. Questões relacionadas com a preparação dos futuros profissionais de relações públicas e comunicação organizacional para enfrentar uma realidade profissional descrita como discriminatória para as mulheres. Sobretudo porque, paradoxalmente, também, ao nível da formação académica são as mulheres que mais procuram a área das relações públicas e comunicação organizacional.

Farmer e Waugh (1999) procuram colmatar a lacuna de estudos nesse domínio analisando as percepções dos futuros profissionais, ou seja, dos estudantes de relações públicas e comunicação organizacional. O estudo foi efetuado em 1997 e envolveu 430 estudantes de relações públicas, de 17 escolas dos Estados Unidos. Os resultados revelaram que não havia diferenças estatisticamente significativas quanto ao desejo dos estudantes do sexo masculino e feminino desempenharem funções de gestão no seu futuro profissional. No entanto, foram identificadas diferenças estatisticamente significativas em diversas áreas, como por exemplo: os estudantes do sexo feminino esperarem ganhar menos dinheiro no início da carreira e serem promovidas de forma mais lenta do que os de sexo masculino; as alunas acreditavam mais do que os alunos de que terão de adiar o objetivo de construir uma família para poderem progredir nas suas carreiras; as alunas relataram, mais que os alunos, que queriam "fazer de tudo" na profissão, ou seja, tanto atividades de gestão como técnicas (Farmer & Waugh, 1999).

Num outro estudo, Andsager e Hust (2005) procuraram estabelecer uma relação entre a temática gênero e orientação de carreira nas relações públicas. Os autores entrevistaram 113 estudantes (69% mulheres) da

Washington State University sobre qual a posição ideal no seu futuro profissional. Os participantes tinham que avaliar doze áreas/especialidades de relações públicas e, depois, avaliar as características próprias de cada área. Os resultados indicaram diferenças claras entre “feminino” e “masculino”. Os homens escolheram as áreas de finanças, internacional, indústria, alta tecnologia e desporto, e as mulheres selecionaram o terceiro setor, o entretenimento, o turismo, a alimentação, a moda e a saúde. Relativamente às características mais desejadas, os estudantes homens pretendem prestígio, competição, pesquisas e áreas em crescimento, enquanto as estudantes mulheres escolheram áreas relacionadas com a ética, a diversidade e temas que envolvam relações humanas (Andsager & Hust, 2005). Este estudo fornece evidências sobre a percepção diversificada do campo profissional, salientando, contudo, que a feminização das relações públicas pode estar a ocorrer em maior grau em determinados sectores. Por outro lado, e mais importante para as autoras é a necessidade de realizar estudos sobre temas que esclareçam a relação dicotómica entre salário e valores feministas, tais como a diversidade, as relações humanas e a ética.

Também Sha e Toth (2005) estudaram as percepções relativas ao género na profissão junto dos estudantes associados da Public Relations Students Society of America (PRSSA). Entre Abril e Agosto, de 2002, as autoras enviaram 6284 questionários, tendo recebido 566 respostas (9,05%). Dos questionários recebidos, o sexo feminino respondeu em número muito superior ao masculino (86,9% contra 13,1%). Dos 21 itens que compunham o questionário do estudo, homens e mulheres divergem, sobretudo, em questões de remuneração, expectativas de promoção e conciliação família-trabalho. O estudo mostrou que os homens concordaram significativamente menos do que as mulheres que, “em geral”, as mulheres recebem salários inferiores aos dos homens para fazer um trabalho comparável. Da mesma forma, os sujeitos do sexo masculino tendem, também, a concordar menos, do que as mulheres, que os homens são promovidos mais rapidamente do que as mulheres na maioria das situações. Relativamente, às questões conciliação família-trabalho, os homens concordam menos do que mulheres que esse equilíbrio é mais difícil para as mulheres do que para os homens (Sha & Toth, 2005). O que surpreendeu as autoras foi o facto de a Geração Y não ser mais positiva nas suas expectativas para a equidade de género relativamente à futura carreira profissional. Mas isto pode significar que as mulheres, da amostra, estão socialmente “formatadas” a esperar menos das organizações ou fazer escolhas de carreira que facilitem a conciliação família-trabalho (Sha & Toth, 2005).

Face a estes resultados Andsager & Hust, (2005) e Sha & Toth (2005) concluem que, num campo profissional em que as mulheres estão em maioria, a formação universitária deveria preparar-se para enfrentar esta realidade. Os dados parecem corroborar a necessidade de focar continuamente questões relacionadas com a equidade de género, em particular na área das expectativas de carreira das mulheres jovens e das atitudes em relação às mulheres em cargos gerenciais (Farmer & Waugh, 1999).

Estudo exploratório com estudantes de comunicação organizacional

O estudo exploratório que a seguir se apresenta segue a linha dos estudos anteriormente apresentados, procurando identificar e analisar as percepções e expectativas dos estudantes de relações públicas e comunicação organizacional sobre as relações de género e relações públicas no seu futuro profissional.

Procedimento

O questionário utilizado resulta de uma tradução da adaptação portuguesa do Public Relations Student Society Questionnaire (Sha & Toth, 2005). É constituído por 20 itens (cotados numa escala de Likert (com 7 pontos) que abordam temas relacionados com a igualdade de género nos contextos de trabalho da profissão de relações públicas. Foi solicitada a participação voluntária dos estudantes de comunicação organizacional e, aquando da aplicação do questionário, foi explicitado o objetivo do estudo sendo o questionário administrado no final de uma aula.

Resultados

Considerando que o objetivo do estudo era verificar em que medida poderiam existir diferenças de género na antecipação do exercício do papel profissional de relações públicas, a análise efetuada incidiu sobre diferenças de médias, de acordo com o género, com recurso ao teste T de Student.

Deste modo, foram encontradas diferenças significativas em, apenas, três dos vinte itens que compunham o questionário: “É importante que os profissionais de relações públicas tenham os cuidados para com as crianças assegurados pelas entidades empregadoras”

(média de 5.01 para as estudantes, contra média de 4.86 para os estudantes, $gl=129$; $t=1.21$; $p=.006$); “As mulheres com cargos de gestão nas relações públicas recebem menos do que os homens com cargos comparáveis” (média de 3.80 para as estudantes, contra média de 3.41 para os estudantes, $gl=129$; $t=1.56$; $p=.009$) e “As mulheres são mais suscetíveis do que os homens de serem contratadas para posições de gestão nas relações públicas que envolvam a resolução de problemas e a tomada de decisões.” (média de 3.89 para as estudantes, contra média de 3.68 para os estudantes, $gl=129$; $t=1.77$; $p=.008$).

Discussão dos resultados e conclusões

Os resultados encontrados apontam, desde logo, para a ausência de diferenças nas percepções sobre os papéis de género, entre estudantes masculinos e femininos, na maioria dos itens do questionário, à semelhança dos estudos de Farmer & Waugh (1999), Andsager & Hust, (2005) e Sha & Toth (2005). Isto é demonstrativo de como os estudantes femininos e masculinos estão distantes da realidade exposta pelos vários estudos abordados na breve revisão de literatura, nomeadamente no estudo de Sha & Toth (2005).

Como possível interpretação destes resultados, pode ser evocado o distanciamento relativo, ou otimismo excessivo, com que os estudantes analisam a sua futura inserção profissional leva-os, por vezes, a considerar os modelos mais desejados e valorizados por uma sociedade que se pretende progressivamente mais igualitária. Contudo, esse otimismo pode ser indicador de falta de consciência ativa dos problemas que poderão ter de enfrentar no momento de ingressarem no mercado de trabalho (Andrade, 2010). Assim, e seguindo as propostas de Sha & Toth (2005) estes resultados, sugerem que a formação dos estudantes de relações públicas, sobre desafios de género no campo profissional, deve começar o mais cedo possível, para que estes possam estar preparados para vir a superar estes desafios com sucesso.

Relativamente às dimensões em que se encontraram diferenças de género significativas, o primeiro aspeto relevante refere-se à conciliação de papéis e ao apoio organizacional que pode ser dado para o acompanhamento das crianças, onde as estudantes, mais do que os estudantes valorizam este aspeto. Este resultado está em linha com resignação descrita por Sha & Toth (2005) sobre o facto de as mulheres estarem socialmente formatadas para aceitar dificuldades neste domínio. Deste modo, as estudantes parecem antecipar, mais do que os estudantes, a instabilidade, a precariedade laboral e as

longas horas de trabalho, assim como as consequências desses fatores nas suas responsabilidades familiares. Resultados semelhantes foram encontrados por Andrade (2010) onde as estudantes, mais do que os estudantes assumem que a conciliação da vida familiar e profissional é, ainda, acima de tudo da responsabilidade feminina apontando para a persistência de uma visão tradicional do papel na mulher no âmbito da gestão da sua profissão e da sua vida familiar.

Foram também observadas diferenças de género ao nível das expectativas relativas à dimensão da remuneração (gap salary), onde as estudantes, mais do que os estudantes, concordam que, para funções idênticas, as mulheres recebem menos do que os homens. Sem desvalorizar os aspectos anteriormente referidos considera-se este dado de extrema importância. Isto significa que as desigualdades salariais entre homens e mulheres, amplamente documentadas, tanto em estudos académicos, assim como através dos meios de comunicação social, permanecem tanto no contexto nacional como no âmbito das relações públicas. Tanto os estudos académicos, iniciados na década de 1990, pela PRSA, como os mais recentes, de Sha & Dozier, (2011), Sha et al, (2011) e Dozier et al (2013), assim como os indicadores do INE (2010) e do Eurostat (2010) reportam que, apesar dos progressos, as desigualdades salariais permanecem, mesmo para as profissões mais qualificadas e que esta se efetua em desfavor das mulheres. Pelo menos neste ponto as estudantes parecem estar conscientes dessa potencial discriminação.

Por último, foram também encontradas diferenças ao nível das competências percebidas para o exercício da profissão. Neste caso, as estudantes, mais do que os estudantes, consideram que “as mulheres são mais suscetíveis do que os homens de serem contratadas para posições de gestão nas relações públicas que envolvam a resolução de problemas e a tomada de decisões.” Este aspeto diz respeito a uma dimensão diferente das anteriores uma vez que se baseia no pressuposto da igualdade de competências para o exercício de uma função de gestão. Este resultado é interessante, uma vez que nos diz que as estudantes não esperam menos que os homens ou hesitem sobre as suas capacidades de gestão. Mesmo em contextos de formação universitária, cada vez mais homogeneizadores, de acordo com o género, ao nível da aquisição de competências para o futuro exercício profissional, não deixa de ser relevante, e curioso, o facto de as estudantes concordarem mais do que os estudantes, que o mercado de trabalho poderá responder de uma forma diferenciada, a favor das mulheres, no caso de uma contratação para uma profissão de relações públicas. No

entanto, e de acordo a literatura sobre o “velvet ghetto” e “glass ceiling”, as mulheres têm dificuldades efetivas em chegar aos lugares do topo na profissão e desempenham, prioritariamente, tarefas mais técnicas (Farmer & Waugh, 1999; Wrigley, 2002; Beurer-Zuellig et al 2009). Neste item, os resultados contrariam, também, os resultados encontrados por Farmer & Waugh, (1999) sobre o facto de as estudantes americanas anteciparem escolhas de carreira em que preteriam os cargos de gestão. Contudo, para melhor se perceber este resultado, futuros estudos, nomeadamente de natureza qualitativa, deverão analisar com mais detalhe a consistência deste resultado, em função do seu enquadramento no exercício mais geral da profissão de relações públicas.

Observações Finais

Apesar do potencial contributo que este estudo poderá dar para uma melhor compreensão do modo como os estudantes antecipam a igualdade de género, no futuro exercício da profissão de relações públicas, a análise dos resultados obtidos deverá ser cautelosa uma vez que se trata de um estudo de natureza exploratória. Dentro das limitações que este estudo encerra, destaca-se, desde logo, o facto de o mesmo ser efetuado com recurso a um questionário. Este tem como limitação possibilitar apenas uma leitura genérica das possíveis atitudes e perceções sobre as relações de género no tema estudado. Para além disso, o recurso a este instrumento não permite efetuar generalizações sobre os resultados, pelo que alargar o estudo integrando metodologias qualitativas, por exemplo, “focus groups” será, desde logo, benéfico no sentido de perceber de um modo mais detalhado as razões subjacentes às diferenças encontradas.

Por fim, importa realçar que os resultados pouco diferenciados e sobretudo idealizados sobre a futura vida profissional, no que concerne à igualdade de género, vêm reforçar a indicação de Hon, (1995), Farmer & Waugh, (1999), Andsager & Hust, (2005) e de Sha & Toth (2005) sobre o papel das instituições de ensino na preparação desses futuros profissionais sobre os desafios sobre o género, no âmbito das relações públicas, assim como formas de superar esses desafios. Estes resultados devem, também, servir para os estudantes refletirem sobre as suas futuras carreiras e sobre o papel das relações públicas na construção de climas organizacionais que promovam a igualdade de oportunidades tanto para homens e mulheres, como defendem Grunig e Hunt (1984).

Os profissionais de relações públicas têm o duplo papel de contribuírem para que as organizações sejam responsáveis tanto do ponto de vista interno (com os seus empregados) como externamente defendendo as organizações junto

de públicos externos. Para Sha e Toth (2005) este ponto é particularmente importante, tendo em conta que só promovendo a igualdade de oportunidades para ambos os sexos - no âmbito das relações públicas – os seus profissionais podem contribuir para o desenvolvimento e a afirmação das relações públicas como uma profissão digna e de respeito.

Referências Bibliográficas

- Aldoory, L., Toth, E. L. (2002). Gender Discrepancies in gendered profession: A developing theory for public relations. *Journal of Public Relations Research*, 14 (2), pp. 339-355.
- Andrade, C. (2010). *Trabalho e Família na transição para a Idade Adulta*. Porto: LivPsic.
- Andsager, J., Hust, S. J. T. (2005). Differential gender orientation in public relations: implications for career choices. *Public Relations Review*. v.31(1), pp. 85-91.
- Beurer-Zuellig B., Fieseler C., Meckel M. (2009) A descriptive inquiry into the corporate communication profession in Europe, *Public Relations Review*, 35, pp. 270–279.
- Broom, G. M. (1982). A comparison of sex roles in public relations. *Public Relations Review*, 8(3), pp. 17-22.
- Broom, G. M., Dozier, D. M. (1986). Advancement for public relations role models. *Public Relations Review*, 7(1), pp. 37-56.
- Creedon, P. J. (1991). Public relations and” women’s work”: Toward a feminist analysis of public relations roles. *Journal of Public Relations Research*, 3(1-4), pp. 67-84.
- Dozier, D. M., Sha, B. L., Shen, H. (2013). Why Women Earn Less Than Men: The Cost of Gender Discrimination in U.S. *Public Relations Journal* Vol. 7, (1), pp. 1-21.
- Heath, R. L. (Ed), (2010). *Handbook of Public Relations*. London. Sage Publications.
- Grunig J. E., Hunt, T. (1984). *Managing Public Relations*. Nova York, Holt Rinehart & Winton.
- Grunig, L., Toth, E. L. e Hon, L. C. (2001). Women in Public Relations: how gender influences practice. *Public Relations Review*, 27, pp. 369-370
- Grunig, L. A., Toth, E. L., & Hon, L. C. (2000). Feminist values in public relations. *Journal of Public Relations Research*, 12(1), pp. 49-68.
- Hon, L. (1995). Toward a Feminist Theory of Public Relations. *Journal of Public Relations Research*, 7 (1), pp. 27-88
- Hutton, J. G. (2005). The myth of salary discrimination in public relations. *Public Relations Review*, 31(1), pp.73-83.
- Sha, B. and Toth, E. (2005). Future professionals’ perceptions of work, life, and gender issues in public relations. *Public Relations Review*, 31, pp. 93–99.
- Serini, S. A.,Toth E. (1997). Watch for Falling Glass... Women, Men, and Job Satisfaction in Public Relations: A Preliminary Analysis. *Journal of Public Relations Research*, 9(2), pp.99-118
- Toth, L & Grunig L. A. (1993) The Missing Story of Women in Public Relations, *Journal of Public Relations Research*,5,(3). pp.153-175.
- Toth, E. (2001), How Feminist Theory Advanced in Practice of Public Relations, In Heath, R. L. (Ed). *Handbook of Public Relations*, Sage Publications. pp.237-246.
- Toth, E. (2010). Reflections on the Field, in Heath, R. L. (Eds). *The Sage Handbook of Public Relations* Sage Publications, pp.711-722.
- Wrigley. B. J. (2010). Feminist Scholarship and its Contributions to Public Relations, In Heath, R. L. (Ed). *The Sage Handbook of Public Relations* (pp.247-260). Sage Publications.
- Wrigley. B. J. (2002) Glass Ceiling? What Glass Ceiling? A Qualitative Study of How Women View the Glass Ceiling in Public Relations and Communications Management *Journal of Public Relations Research*, 2002, Vol.14(1), pp.27-55
- <http://www.iabc.com/researchfoundation/pdf/VelvetGhetto.pdf> (acedido, 8 de maio de 2013)