

PROPOSTA DE DIRETRIZES CURRICULARES NACIONAIS PARA OS CURSOS DE RELAÇÕES PÚBLICAS

**RELATÓRIO DA COMISSÃO DE ESPECIALISTAS INSTITUÍDA
PELO MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**

(Portaria 595/2010, de 24 de maio de 2010)

Margarida Maria Krohling Kunsch – Presidente

Cláudia Peixoto de Moura
Esnél José Fagundes
Márcio Simeone Henriques
Maria Aparecida Viviani Ferraz
Paulo Roberto Nassar de Oliveira
Ricardo Ferreira Freitas

Brasília, 20 de outubro de 2010

1 – Introdução

Após uma década da elaboração das diretrizes curriculares nacionais para os cursos de Comunicação Social e suas habilitações, vêem-se os cursos diante da imperiosa necessidade de atualização de seus parâmetros básicos de organização pedagógica. De um lado, devido às intensas mudanças sociais, nas bases tecnológicas e dos próprios fazeres do campo da comunicação. De outro, o desenvolvimento do campo científico da comunicação, notadamente no que se refere às Relações Públicas, evidencia ainda de forma mais contundente essa demanda. O momento atual encerra um grande desafio, uma vez que os redirecionamentos precisam contemplar a nova realidade vivida pelas organizações e também pela sociedade em geral, diante das novas formas e meios de comunicação digital e das exigências políticas de uma sociedade plural, democrática e que respeite a diversidade. O crescimento das práticas de relações públicas exige profissionais com novas competências – sob os pontos de vista técnico, estético e ético.

O profissional de Relações Públicas está apto a atuar nas áreas de comunicação nas organizações públicas, privadas e do terceiro setor, por meio do estabelecimento de políticas, estratégias e instrumentos de comunicação e relacionamento. Realiza atividades de pesquisa e análise, de assessoria e consultoria, de planejamento e de divulgação, podendo ser também um empreendedor da área para diversos segmentos. Sua formação, no Brasil, é feita hoje por 107 cursos, estimando-se um contingente de 3.200 egressos em todo o país.¹ Desde 2006, o conjunto de cursos de Relações Públicas é avaliado pelo Exame Nacional de Desempenho dos Estudantes – ENADE.

1.1 - Processo de trabalho da Comissão de Especialistas

A Comissão de Especialistas para subsidiar a formulação das diretrizes curriculares nacionais dos cursos de Relações Públicas foi instituída pela Portaria 595 de 24 de maio de 2010 pela Secretaria de Educação Superior do Ministério da Educação. A Comissão estabeleceu como estratégia a escuta dos diversos segmentos envolvidos (estudantes, professores, profissionais, empresários e representantes da sociedade civil) realizando consulta virtual e audiências públicas em cada uma das cinco regiões brasileiras. A comissão também contou com diversas contribuições de entidades empresariais, profissionais e de ensino, todas consideradas pela Comissão. Procedeu a levantamentos e análises sobre a situação dos cursos de graduação em Relações Públicas no país e sobre a atividade de RP no Brasil e no mundo.

1.1.1 - Consulta pública virtual

Foi aberta uma consulta pública virtual, através de formulário no portal do MEC, que recebeu sugestões de 30 de julho a 30 de setembro de 2010. A comissão propôs as seguintes questões:

¹ Tomando por base o total de concluintes avaliados pelo ENADE 2006, estimativa de alunos em curso em 2009.

- O perfil desejável do profissional de Relações Públicas diante das transformações políticas, culturais, sociais e tecnológicas contemporâneas;
- As competências a serem construídas na formação superior desse profissional em termos de conhecimentos, habilidades, atitudes e valores;
- Mecanismos e instrumentos de formação desse profissional pela academia.

Foram recebidas no total 119 contribuições de todo o país, assim distribuídas:

Categoria	N.o de contribuições
Estudantes	51 (42,86%)
Profissionais de RP	50 (41,02%)
Outros profissionais	02 (1,68%)
Professores	16 (13,44%)
Total	119 (100%)

1.1.2 - Audiências públicas regionais

Foram realizadas cinco consultas públicas regionais, a saber:

Região	Local	Data	N.o de participantes
Sul	Porto Alegre/RS	19/08/2010	71
Sudeste	São Paulo/SP	27/08/2010	76
Nordeste	Recife/PE	13/09/2010	40
Norte	Manaus/AM	14/10/2010	83
Centro-Oeste	Brasília/DF	18/10/2010	22
Total			292

As audiências tiveram como pauta norteadora das discussões os seguintes pontos:

- Quais os objetivos para a formação em Relações Públicas?
- Qual o perfil desejado para o egresso?
- Quais as competências a serem desenvolvidas no curso?
- Quais os conteúdos curriculares orientadores para a formação em Relações Públicas?
- Que critérios podem definir padrões de qualidade para o curso?
- Que interfaces caracterizam a integração de Relações Públicas com outras áreas?

As audiências foram registradas em áudio e em relatório executivo. Todas as informações foram sistematizadas e analisadas pela comissão.

1.1.3 - Contribuições institucionais recebidas pela Comissão

Foram recebidos e considerados documentos das seguintes instituições:

- Associação Brasileira das Empresas de Comunicação
- Associação Brasileira de Comunicação Empresarial – ABERJE
- Conselho Federal de Profissionais de Relações Públicas – CONFERP;
- Coordenadores de Cursos de Relações Públicas de Belo Horizonte (UNA, Newton Paiva, Anhanguera, UNI-BH e PUC-MG);
- Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul;
- Fórum dos coordenadores de cursos de Relações Públicas do Rio Grande do Sul – FOCORP;
- Pontifícia Universidade Católica de Campinas;
- Universidade Cruzeiro do Sul;
- Universidade Estadual de Londrina;
- Universidade Federal de Minas Gerais;
- Universidade Metodista de São Paulo.

2 – As Relações Públicas na sociedade contemporânea

Na atualidade, os processos sociais e culturais mais amplos que se instauram a partir das transformações decorrentes da globalização econômica têm colocado no centro do debate as ações da comunicação. No âmbito dessa agenda, situam-se as considerações sobre o deslocamento propiciado pela generalização da comunicação e das interações mediadas, em suas possibilidades inerentes de produzir a compreensão, pelo consenso compartilhado, privilegiando interesses coletivos e públicos, ou de estabelecer o seu uso estratégico, para a consecução de objetivos privados e particularistas.

Os progressos técnicos da comunicação têm impactado profundamente as identidades profissionais e sociais do campo, pressionando suas práticas a um constante processo de reflexão e renovação. Antes marcadas por procedimentos consagrados e invariantes, as rotinas produtivas destes profissionais se vêem tensionadas por um conjunto de relações flexíveis e de inovações crescentes, instauradas pelo mercado de trabalho. Assim, estabelecer a importância das Relações Públicas na sociedade contemporânea requer a compreensão das novas configurações sociais, econômicas, tecnológicas, políticas e culturais, que emergem da globalização econômica, em suas conexões e enfrentamentos. Exige, ainda, o reconhecimento de espaços de sociabilidade, afetividade, e de associativismo, permeados por processos comunicativos, hoje essenciais à institucionalização desses novos atores sociais, que apresentam novas agendas de atuação política, em esferas

públicas e privadas, locais, regionais e globais. Nesse panorama, associado à precarização do trabalho, o consumo assume importância jamais vivida pelo cidadão, obrigando-o a viver em permanente estado de mudança. Mudança de objetos, de trabalho, de espaço, além de prejuízos à preservação da memória individual e social.

Diante da globalização (econômica) e da mundialização (cultural), as diversas variáveis de relações que se estabelecem nas esferas públicas e privadas, por conta dos processos, imbricados e complexos, típicos da realidade contemporânea, apresentam novas possibilidades e oportunidades à atuação dos profissionais de Relações Públicas. Este profissional é especialmente necessário no terreno das vinculações, articulações, mediações e trânsitos em que velhas e novas instâncias de poder desenvolvem programas e projetos em busca de uma nova ordem institucional.

Neste cenário, importa destacar o papel da sociedade civil organizada em torno das questões políticas da regulação e do exercício da cidadania, instauradas pelos processos de democratização das relações humanas e sociais e de produção de conteúdos. O desempenho das organizações privadas, cujo envolvimento em projetos e programas de responsabilidade corporativa tem promovido a generalização de objetivos sociais, ambientais e culturais, transforma as políticas empresariais nas bases dessa nova ordem institucional, através de articulações ainda permeadas de contradições e conflitos entre empresas e comunidades. Neste caso, a sinergia entre as Relações Públicas e inúmeras áreas do conhecimento, operada pela comunicação organizacional integrada, ao pautar-se “por políticas que privilegiam o estabelecimento de canais efetivos de diálogo” e promover “a abertura das fontes e a transparência de suas ações”, é fundamental à instrumentalização de propostas de acessibilidade a projetos institucionais.² Impõe-se ainda a compreensão da comunicação como um processo que se generaliza, por conta das transformações operadas pelas novas tecnologias de informação, tornando-se constitutiva da contemporaneidade, ao caracterizar o cenário dos debates e embates em torno das questões sociais, econômicas, ambientais, tecnológicas, culturais e políticas do nosso século.

Neste sentido, os desafios que se apresentam aos profissionais de Relações Públicas envolvem o entendimento da atividade como formas de ações políticas e institucionais, por seu engajamento profissional no campo dos debates que se travam atualmente em torno das representações e articulações dos interesses em jogo nas esferas públicas e privadas. É fundamental compreendê-la também como um fenômeno inerente à comunicação, tendo em vista que “aquele que se

² KUNSCH, Margarida M. Krohling. Perspectivas e desafios para as profissões de comunicação no terceiro milênio. In: KUNSCH, Margarida M. Krohling. (Org.). **Ensino de comunicação:** qualidade na formação acadêmico-profissional. São Paulo: ECA/USP; Intercom, 2007. p. 97.

comunica, seja indivíduo ou grupo, envolve-se em relações públicas, pois a comunicação, enquanto compartilhamento de sentidos e de experiências, é o ato de tornar público algo que até então era privado”.³

Atuando necessariamente como um dos articuladores de políticas de comunicação de empresas e instituições, trabalhando de forma integrada principalmente com profissionais oriundos de outros campos, os profissionais de Relações Públicas, em sentido lato, constituem-se em agentes de mudança, pelo desenvolvimento, planejado e contínuo, da mobilização de indivíduos e grupos. Nassar⁴, ao descrever a gama de atividades dos profissionais de Relações Públicas em nível global, destaca entre suas principais habilidades “(...) a análise do ambiente organizacional nas dimensões do passado, presente e futuro (tendências) e as necessidades – planejamento, coordenação, ação, controle e aconselhamento – da gestão relacional e comunicacional da empresa ou instituição frente às demandas da sociedade e das redes de públicos, entre eles os empregados, a comunidade, a imprensa, os acionistas, as organizações não governamentais, os investidores e os governos”. Internacionalmente, (...) “essas habilidades se expressam em uma extensa gama de atividades e papéis que envolvem itens como assuntos públicos e *lobbying*, comunicação digital e redes sociais e especialidades como a comunicação interna, estratégia de comunicação, *branding* e comunicação de *marketing*, gestão de crises, gestão da reputação organizacional, gestão da sustentabilidade, relacionamento com a mídia, gestão de eventos”. Neste ambiente, devem ser enfrentadas as possibilidades de compreensão da comunicação, em sua dimensão ética, ao considerarmos que os atributos necessários à mobilização social estão na possibilidade de se efetivar uma comunicação “dialógica, libertadora e educativa”.⁵

As Relações Públicas situam-se no âmbito das interfaces público-privado, sendo fundamentais ao estabelecimento de consenso em torno das demandas de interesse público e ao desenvolvimento de políticas de comunicação integrada, que norteiam o relacionamento sistemático com variados públicos e grupos. Trata-se de um processo de mediação e de produção de sentido que focaliza a constituição relacional destas duas instâncias – o público e o privado –, problematizadas na atualidade pela emergência de uma nova esfera pública, em que múltiplos atores buscam respostas às questões apresentadas pela globalização econômica.

³ FEARING, Franklin. A comunicação humana. In: COHN, Gabriel. **Comunicação e indústria cultural:** leituras de análise dos meios de comunicação na sociedade contemporânea e das manifestações de massa. São Paulo: Cia Editora Nacional; Edusp, 1971. p. 59-60.

⁴ NASSAR, Paulo. O profissional de Relações Públicas no ambiente corporativo global. São Paulo: ABERJE, 2010.

⁵ HENRIQUES, Márcio Simeone. Introdução. In: HENRIQUES, Márcio Simeone. (Org.). **Comunicação e estratégias de mobilização social.** Belo Horizonte: Autêntica, 2004. p. 25.

A concepção de esfera pública, por exemplo, vem sendo resgatada, tendo em vista tornar manifestos os projetos, opiniões, valores e princípios que são defendidos pelos diversos atores sociais que constituem uma sociedade civil, ainda plural e multifacetada. Novas formas de associativismo vêm sendo praticadas, constituindo o terceiro setor uma esfera de representação dos interesses de amplas e diversas redes de relacionamento. Assim, no contexto das ações aí desenvolvidas, surge uma nova concepção de públicos, como “agrupamentos em forma de rede, essencialmente flexíveis, que precisam ser compreendidos como complexos sistemas de relacionamento”.⁶

A necessidade de compartilhar interesses entre agentes coletivos diversificados tem revolucionado a concepção de públicos em Relações Públicas, gerando tipologias mais flexíveis e adequadas ao protagonismo social, mesmo que se possa estratificá-los também como segmentos de mercado. Assim, embora o mercado tenha se transformado em uma das principais matrizes estruturadoras da vida social e política, sobrepujando fronteiras e identidades nacionais, sua influência se exerce em um “universo aberto”. No mundo contemporâneo, as definições em torno das identidades ainda permanecem, pois, ao mesmo tempo em que se engajam na globalização, os atores sociais também buscam afirmar suas raízes.⁷

Todo este processo coloca em cena uma articulação inédita entre o público e o privado, que se manifesta em uma nova coletividade, gerada em uma sociedade estruturada e ambientada pela comunicação, reafirmando, sobretudo, a atualidade da questão democrática. A comunicação, como observa Wolton, constitui um elemento essencial do jogo democrático, pois, assim como exige reciprocidade, “necessita do reconhecimento do outro”.⁸ Neste sentido, a esfera pública é algo que se constitui enquanto espaço que sustenta a diversidade humana e que introduz as noções de transparência e *accountability*, encontrando, no diálogo e na ação comunicativa, a expressão ideal típica da dialética das relações público-privado.⁹

Na dimensão social, ainda que a nova ordem internacional tenha se nutrido da exclusão social e da degradação ambiental, há uma tensão constante entre o processo de globalização, que norteia a política dos estados nacionais, pelo agravamento da crise social e o surgimento de grupos marginalizados e apartados nestes territórios. A pressão das questões sociais e ambientais vem gradualmente acentuando a

⁶ HENRIQUES, Márcio Simeone. Introdução. In: HENRIQUES, Márcio Simeone. (Org.). **Comunicação e estratégias de mobilização social**. Belo Horizonte: Autêntica, 2004. p. 12.

⁷ WOLTON, Dominique. **É preciso salvar a comunicação**. São Paulo: Paulus, 2006.

⁸ WOLTON, Dominique. **É preciso salvar a comunicação**. São Paulo: Paulus, 2006. p. 219.

⁹ JOVCHELOVITCH, Sandra. **Representações sociais e esfera pública**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.

necessidade de democratização das mídias, tendo em vista a construção de uma agenda plural que reflete a polarização atual da sociedade e da opinião pública.

Ao compreendermos a globalização em seus aspectos plurais, observamos que há também uma internacionalização das demandas sociais no sentido da superação de ações particularistas, seja de governos ou empresas transnacionais, tendo em vista uma orientação que expresse necessidades irreversíveis do gênero humano. Democratização e universalização dos direitos, solidariedade internacional, maior cooperação e regulação mundial são as novas palavras de ordem. O tema dos direitos ganha destaque, como construção histórica direcionada ao aprimoramento político da convivência coletiva, apontando para o reconhecimento de que “direitos do homem, democracia e paz são os três momentos necessários do mesmo movimento histórico”.¹⁰

Na sociedade da comunicação generalizada, há a necessidade crescente de políticas de comunicação e de visibilidade pública, que envolvem as organizações de todo tipo em confronto com o significado social de suas ações e, portanto, com as questões públicas, ou seja, aquelas negociadas em torno do interesse público. Surge, assim, como uma necessidade ética da profissão, o exercício compatível com a prevalência do interesse público.¹¹ Na gestão do processo de relacionamento público-privado, as Relações Públicas inserem-se nos diversos formatos de organização social, em suas relações com a sociedade e públicos de interesse, analisando conflitos e controvérsias e objetivando a legitimação das demandas ou ações desses grupos organizados.

Como observa Thompson, instaura-se um novo “regime de visibilidade mediada”¹², criado por um crescente sistema de comunicação globalizado que, embora estruturado pelas organizações mediáticas, representa um significativo desenvolvimento histórico, ao colocar em cena os problemas da administração e da legitimação do poder e das Relações Públicas.

Assim, no contexto contemporâneo, como atividade e profissão, as Relações Públicas estão se constituindo em um importante fator de desenvolvimento econômico e social, pelas possibilidades que apresentam de agregar valor, seja aos processos educativos para a mobilização social ou às formas de institucionalização da empresa cidadã, as duas faces da nova moeda que circula pelo mundo globalizado. Seja vinculando-se aos objetivos de grupos e associações que privilegiam o interesse público, ou desenvolvendo ações

¹⁰ BOBBIO, Norberto. **A era dos direitos**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

¹¹ ANDRADE, Cândido Teobaldo de Souza. **Psicosociologia das Relações Públicas**. São Paulo: Loyola, 1989.

¹² THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

legitimadoras de organizações empresariais, as Relações Públcas são um importante fator de potencialização dos atores sociais, dos públicos e do almejado reconhecimento social das entidades empresariais, para além do modelo publicitário ou mercadológico.

Nesta rede também atuam diversos atores sociais, criando espaços de solidariedade plurais, sejam de construção de identidades ou de atuação conjugada em projetos sociais, em conexões que passam a fazer parte do cotidiano de milhares de indivíduos, grupos e organizações. Segundo Peruzzo¹³, esta nova realidade vem constituindo “comunidades virtuais” e operando mutações significativas no conceito tradicional de comunidades, pelo necessário trânsito entre o ciberespaço e a realidade concreta de seus agentes e atores. A emergência dessas novas formas de ação social transformadora tem apresentado novas agendas públicas, centradas nos temas da democratização, da cidadania e dos direitos humanos e sociais, a partir de iniciativas dinâmicas que podem, apesar de sua dispersão geográfica, desenvolver rapidamente propostas e objetivos comuns no plano internacional.

As Relações Públcas já têm assegurado o seu reconhecimento social¹⁴, tendo em vista que “a comunicação desempenha um papel-chave”, na atualidade, pois “é uma dimensão de todos os setores, um vetor intensamente ramificado de transformação social”¹⁵. Como destaca Moura, a trajetória da formação superior em Relações Públcas no Brasil está associada às diversas estruturas curriculares delineadas há cinco décadas¹⁶, cujas normas foram estabelecidas há mais de quatro décadas”. Na atualidade, as fortes mudanças sociais, econômicas, culturais, políticas e tecnológicas pedem pelo estabelecimento de novas diretrizes curriculares, que consolidem as Relações Públcas como um campo teórico e profissional atualizado com identidade fortemente definida a partir de teorias e práticas próprias e interfaces com inúmeros campos profissionais e do conhecimento.¹⁷

¹³ PERUZZO, Cicilia Maria Krohling. **Comunicação e movimentos populares:** quais redes? São Leopoldo, RS: Unisinos, 2002. p. 295.

¹⁴ KUNSCH, Margarida M. Krohling. Perspectivas e desafios para as profissões de comunicação no terceiro milênio. In: KUNSCH, Margarida M. Krohling. (Org.). **Ensino de comunicação:** qualidade na formação acadêmico-profissional. São Paulo: ECA/USP; Intercom, 2007. p. 87-101.

¹⁵ DOWBOR, Ladislau. Economia da comunicação. In: DOWBOR, Ladislau. et al. (Orgs.). **Desafios da comunicação.** Petrópolis, RJ: Vozes, 2000. p. 47-61.

¹⁶ MOURA, Cláudia Peixoto de. “O Curso de Comunicação Social no Brasil: do currículo mínimo às novas diretrizes curriculares”. Porto Alegre: Edipucrs, 2002 (Coleção Comunicação, v. 21).

¹⁷ KUNSCH, Margarida M. Krohling. Perspectivas e desafios para as profissões de comunicação no terceiro milênio. In: KUNSCH, Margarida M. Krohling. (Org.). **Ensino de comunicação:** qualidade na formação acadêmico-profissional. São Paulo: ECA/USP; Intercom, 2007. p. 87-101.

3 – Justificativa

As atividades de relações públicas envolvem todas as ações de uma organização de qualquer natureza no sentido de estabelecer e manter, pela comunicação, a compreensão mútua com os públicos aos quais está direta ou indiretamente ligada. Dirigem-se primordialmente à consecução de objetivos institucionais, identificando, propondo e/ou implementando soluções para o aprimoramento da gestão das organizações. Constituem práticas voltadas para a gestão de relacionamentos que se materializa pelo uso de técnicas de comunicação no ambiente organizacional, seja de organizações públicas, privadas ou do terceiro setor. Diante disso, a prática das atividades próprias de relações públicas envolve, ao mesmo tempo, duas grandes vertentes de conhecimento:

- (a) Da comunicação: compreensão das correntes teóricas do campo das ciências da comunicação, historicamente situadas e atualizadas segundo os movimentos de transformação tecnológica, social, cultural e política. É no quadro de reflexão e análise sobre os fenômenos comunicacionais que se situa a possibilidade concreta de compreender as diferentes mídias e suas linguagens e as diferentes estratégias que se configuram no espaço público pelos mais diversos atores – incluindo aí as organizações e seus públicos.
- (b) Das organizações: compreensão das formas organizacionais na sociedade, suas estratégias de gestão, sua inserção mercadológica e política e seus impactos ambientais, econômicos, sociais e culturais.

Estas duas vertentes demandam algumas características marcantes para a formação profissional, dentre as quais merecem destaque:

- Forte interface com várias áreas de saberes e práticas, capazes de prover tanto conhecimentos gerais como específicos;
- Necessidade de atualização permanente de suas articulações, diante das rápidas transformações e da consequente reconfiguração constante das práticas.

Estes dois fatores sugerem que não se devam limitar as concepções de relações públicas a estreitas fronteiras de conhecimentos específicos desta atividade. Os cursos devem ser concebidos segundo princípios dinâmicos e flexíveis, de modo a incorporar as inovações e avanços teóricos e práticos e inserir constantemente os temas e preocupações contemporâneos.

Já há vários anos, cresceu a percepção de que programas de relações públicas devem ser concebidos e implementados sob a égide de uma comunicação integrada, pela qual se aliam à dimensão institucional as modalidades administrativa, interna e mercadológica da comunicação das organizações. Por isso mesmo, a capacidade de adaptar-se às

múltiplas demandas da gestão organizacional e de realizar atividades em conjunto com outros profissionais (de comunicação e de outras áreas) parece requerer um relações-públicas com visão ampla e geral, sem abrir mão de perspectivas específicas sobre as formas de comunicação com os públicos. Também é fundamental uma visão integrada das práticas jornalísticas, publicitárias, audiovisuais etc. Desta forma a autonomia do curso de relações públicas não significa um distanciamento dos outros cursos da área da Comunicação. Considera-se essencial essa inter-relação, materializada na realização de projetos comuns de ensino, pesquisa e extensão, ou mesmo na oferta comum de atividades didáticas.

Nesta perspectiva, o desafio está em buscar uma formação que contemple as possibilidades de conhecer e analisar especificamente o relacionamento entre organizações e públicos, sem, no entanto, circunscrever excessivamente um conjunto de práticas e limitar as possibilidades de atuação em campos inovadores. A especialização na formação centra-se no conhecimento dos aspectos cruciais das relações que se dão no espaço público, na constante análise do conflito privado-público, no planejamento de comunicação para os processos de gestão organizacional, no estabelecimento de processos de negociação entre organizações e públicos e no conhecimento aplicado das mídias, tecnologias e linguagens. No entanto, não dispensa uma base teórico-conceitual bem mais ampla da área da comunicação, seja pela sua visão sobre os processos sociais contemporâneos, seja em suas articulações com a cultura e a política. Ainda mais porque os estudos da comunicação são centrais para prover uma visão humanística, crítica e ética sobre os processos de relações públicas, tornando este um diferencial importante em relação à visão de outras áreas. É aí que se reconhece também a contribuição fundamental de conjuntos de conhecimentos das ciências humanas e sociais (como filosofia e sociologia, por exemplo). As evidentes interfaces com outras áreas, como a da administração, embora importantes para a atuação profissional, não podem, contudo, obscurecer a vinculação fundamental das relações públicas com os conhecimentos da área da comunicação.

A capacidade analítica e de produção de conhecimentos pelos que se dedicam à atividade de relações públicas torna singular esta prática, no sentido de que requer um constante desenvolvimento científico. Não por acaso, a produção científica de relações públicas tem-se ampliado e enriquecido com o desenvolvimento exponencial nos últimos anos de estudos sobre a comunicação organizacional. Embora não se negue a necessidade de prover práticas consistentes no âmbito dos cursos, estes não devem se limitar às visões instrumentais e precisam enfrentar o desafio de conectar todo o tempo tais práticas aos fundamentos teórico-conceituais. Com isso, torna-se também essencial uma articulação sólida e permanente entre a formação específica da graduação e a pós-graduação em comunicação.

O largo espectro desejável de formação, manifestado com insistência por profissionais, estudantes e professores, revela também a insuficiência de formação apenas em nível de graduação, tornando desejável a formação continuada em nível de pós-graduação (*lato e strictu sensu*). Desta forma, a graduação deve ser um momento privilegiado para prover ao estudante os conhecimentos básicos específicos e também abrir os seus horizontes para o campo da comunicação em geral (teorias e práticas) e das suas áreas de interface. Deve contemplar um conjunto significativo de atividades complementares, devidamente incorporadas ao currículo, como estímulo ao estudante para uma apreensão mais livre e dinâmica de conhecimentos.

Por fim, as diretrizes curriculares nacionais devem estimular as instituições de ensino a compor seus projetos pedagógicos e suas matrizes curriculares adotando linhas de formação mais adequadas às suas vocações e às suas realidades locais e regionais. O foco em tópicos e temas específicos pode guiar uma formação mais adequada ao aproveitamento dos egressos no mercado profissional, como também promover maior diversidade de enfoques na produção científica.

4- Indicações para as Diretrizes Nacionais do Curso de Relações Públicas

4.1 - Organização geral e estrutura do curso

4.1.1 – Princípios gerais

- Projeto pedagógico e matriz curricular - Os projetos pedagógicos dos cursos contemplam o caráter estratégico das Relações Públicas na gestão dos processos de comunicação das organizações. Os aspectos sociais, culturais e relacionais são considerados na interação com os públicos e na política, no planejamento e nas ações da comunicação organizacional. A reflexão e a crítica acompanham os processos comunicativos, produzindo conhecimentos e práticas adequadas às mudanças e demandas, sem perder a ênfase nos interesses da sociedade. É imprescindível a preocupação com a formação humanística, crítica e ética e com a formação multidisciplinar. Deve-se garantir oferta de disciplinas e atividades didáticas optativas (de livre escolha do aluno).

- Linhas de formação e regionalização - Em seu projeto pedagógico, as IES podem definir suas linhas de formação específicas, apresentando uma identidade mais precisa e marcada para o profissional de Relações Públicas. Observando as diretrizes, as IES podem adotar linhas de formação condizentes com suas demandas sociais, sua vocação e sua inserção regional e local.

- **Articulação teórico-prática** - A pesquisa é elemento constitutivo e fundamental do currículo, que possibilita aos cursos buscar o equilíbrio entre a teoria e a prática e estabelecendo uma conexão com as disciplinas que tratam da operacionalidade das funções de Relações Públicas, voltadas ao conhecimento e análise da prática profissional e do mercado de trabalho. Lançam mão de mecanismos ativos no processo ensino-aprendizagem (trabalhos de campo, formação de equipes, atividades de extensão, maior exposição a situações reais) e de resolução de situações-problema, aliando o conhecimento adquirido à capacidade do egresso de propor alternativas, de ser proativo na busca de formas inovadoras de atuação no mercado de trabalho.

- **Atualização** - Os cursos devem oferecer condições para que os alunos desenvolvam conhecimentos e práticas em mídias digitais, utilizando recursos tecnológicos sempre atualizados. Também é fundamental a constante renovação de conhecimentos teórico-práticos na área, através da capacitação permanente dos docentes e possibilidades de participação destes e dos discentes em fóruns acadêmicos e profissionais. Estimulam as atividades de iniciação científica e de extensão no âmbito da graduação.

- **Autonomia e integração** - Garantia de autonomia do sujeito, face ao seu próprio processo de aprendizagem e produção de conhecimento e de integração entre as diversas áreas profissionais da comunicação e com outros campos do saber. Deve ser encorajada a integração entre egressos e estudantes para a troca de experiências, assim como formas de acompanhamento e avaliação da inserção no mercado de trabalho.

4.1.2 – Carga horária total

A carga horária total é de 3.200 horas, assim distribuídas:

- 2.800 horas para as atividades didáticas (teóricas e práticas; obrigatórias e optativas) dos eixos de formação, sendo pelo menos 1.400 horas no eixo de formação em Relações Públicas – que inclui a carga de 150 horas destinada ao trabalho de conclusão de curso –, e as outras 1.400 horas nos eixos de formação geral, em comunicação e suplementar
- 200 horas para estágio
- 200 horas para atividades complementares.

4.1.3 – Estrutura laboratorial

A IES deve criar e manter laboratório(s) de relações públicas como espaço(s) catalisador(es) e organizador(es) das atividades práticas do curso. Deve servir como elemento de integração entre as atividades de bensino, pesquisa e extensão e com as práticas do mercado profissional. É fundamental que, além desta estrutura específica, o curso conte também com espaços, equipamentos e softwares indispensáveis para a execução de diversos produtos midiáticos, para a realização de pesquisas quantitativas e qualitativas, garantida a

constante atualização desses recursos tecnológicos, com o monitoramento e apoio de funcionários técnicos especializados. Devem ser estimuladas também as empresas juniores no âmbito das IES.

4.1.4 – Estágios

O estágio deve ser atividade obrigatória de vivência profissional, executada interna ou externamente à IES, componente do currículo (200 horas) e regulamentado pelos colegiados acadêmicos da instituição, em consonância com a Lei n.º 11.788 de 25/09/2008, especialmente sob os seguintes critérios: (a) seja supervisionado por profissional de Relações Públicas da empresa concedente; (b) tenha aplicação de mecanismos efetivos de orientação e avaliação pelas IES e pelas instituições concedentes.

4.1.5 - Atividades complementares

Os cursos devem considerar para efeito de complementação de carga horária atividades complementares realizadas dentro ou fora da IES (200 horas), sob acompanhamento, orientação e avaliação de docentes do curso, tais como projetos de iniciação científica e de extensão, publicações, participação em cursos, oficinas, eventos, seminários e congressos científicos e profissionais, disciplinas em outros cursos, segundo critérios regulamentados no âmbito de cada IES.

4.1.6 – Trabalhos de conclusão de curso

As instituições devem oferecer a realização do trabalho de conclusão de curso (150 horas) em duas modalidades para escolha dos discentes: (a) trabalho monográfico, individual, podendo versar sobre tema específico de Relações Públicas ou estudos do campo da comunicação, de modo mais amplo, e/ou (b) trabalho de relações públicas aplicado a organizações do primeiro, segundo ou terceiro setores (individual ou em grupo), acompanhado de fundamentação, reflexão teórica e intervenção documentada. Em ambos os casos, deverá ser orientado por docente do curso e avaliado por banca composta por docentes e/ou profissionais, conforme resolução específica da IES.

4.2 – Perfil do egresso

O egresso do curso de Relações Públicas deve ser profissional ético, humanista, crítico e reflexivo, com as seguintes características:

- Capacidade acurada de análise conjuntural, de forma a lidar quantitativa e qualitativamente com dados estatísticos, econômicos e sociais, transformando-os em indicadores para a elaboração de políticas de comunicação;
- Percepção das dinâmicas socioculturais, tendo em vista interpretar as demandas dos diversos tipos de organizações e dos públicos;
- Compreensão das problemáticas contemporâneas, decorrentes da globalização, das tecnologias de informação e da comunicação e

- do desenvolvimento sustentável necessária ao planejamento de relações públicas;
- Entendimento do campo técnico-científico da comunicação, capaz de estabelecer uma visão sistêmica das políticas e estratégias de relacionamentos públicos;
 - Capacidade de liderança, negociação, tomada de decisão e visão empreendedora.

4.3 - Competências

4.3.1 – Gerais

- Dominar as linguagens e as técnicas utilizadas no processo de comunicação e nas diversas mídias, articulando as dimensões de criação, produção e interpretação;
- Articular de forma interdisciplinar as interfaces existentes nas diferentes áreas da comunicação, e outros campos do saber, promovendo a integração teórico-prática;
- Atuar em consonância com os princípios éticos de comunicação para a cidadania, considerando as questões contemporâneas de sustentabilidade;
- Produzir conhecimento científico no campo da comunicação e na área das Relações Públicas e exercer a docência.

4.3.2 - Específicas

- Desenvolver pesquisas, estratégias e políticas que favoreçam a interpretação qualificada da conjuntura sócio-organizacional;
- Criar, executar e avaliar planos, programas, campanhas e projetos estratégicos de relações públicas integrados às demandas organizacionais e da opinião pública;
- Sistematizar os repertórios necessários à prática profissional, nos âmbitos da gestão de processos comunicacionais, da cultura organizacional e das inovações tecnológicas;
- Utilizar técnicas e instrumentos adequados ao desenvolvimento de atividades específicas: assessoria de imprensa, organização de eventos, ceremonial e protocolo, ouvidoria, comunicação interna, pesquisa de opinião pública e de mercado;
- Realizar serviços de auditoria, consultoria e assessoria de comunicação de empresas;
- Atuar de forma qualificada em atividades de *lobby*/relações governamentais e comunicação pública;
- Administrar crises e controvérsias, promovendo ações para a construção e preservação da imagem e da reputação das organizações.

4.4 – Seleção e organização dos conteúdos

Os conteúdos são organizados em quatro grandes eixos: (1) Formação geral; (2) Formação em Comunicação; (3) Formação em Relações Públicas e (4) Formação suplementar. São indicados para cada eixo um conjunto de conteúdos básicos que podem ser contemplados em diversas atividades didáticas (disciplinas, oficinas, atividades laboratoriais, discussões temáticas, seminários etc.).

4.4.1 - Formação Geral

Contempla conteúdos de cultura geral e de formação ética e humanística:

Baseada essencialmente em conhecimentos das Humanidades e das Ciências Sociais Aplicadas; da filosofia e da sociologia, com foco na ética e nas questões da sociedade contemporânea. Podem ser agregados elementos gerais de economia, direito, antropologia, psicologia, estética e artes, ciência política, administração e outras áreas do conhecimento, conforme a linha de formação escolhida pela IES.

4.4.2 - Formação em Comunicação

Contempla conteúdos teóricos e aplicados das Ciências da Comunicação, com foco naqueles que contribuem para o entendimento dos processos e práticas de Relações Públicas:

4.4.2.1 – Fundamentos Teóricos da Comunicação

Estudos das correntes teóricas da comunicação; história social dos meios de comunicação; a pesquisa em comunicação; interfaces da comunicação com a cultura e a política; os campos profissionais, a legislação e a ética da comunicação.

4.4.2.2 – Linguagens, Mídias e Tecnologias

Estudos da linguagem, da retórica e do discurso; organização das informações; estudos das mídias, das tecnologias de informação e de comunicação; cibercultura; estudos semióticos da comunicação.

4.4.3 - Formação em Relações Públicas

Contempla conteúdos teóricos e aplicados com práticas laboratoriais que são específicos para a compreensão de Relações Públicas como processo e como atividade profissional:

4.4.3.1 – Fundamentos Teóricos e Técnicos

História, princípios e fundamentos das Relações Públicas, perspectivas teóricas e tendências; estudos sobre públicos e opinião pública; as relações públicas no contexto nacional e internacional; estudos de comunicação pública, responsabilidade social/histórica e sustentabilidade; políticas, planejamento e gestão estratégica da comunicação; assessorias de comunicação e estratégias de relacionamento com as mídias; planejamento e organização de eventos; prevenção e gerenciamento de comunicação de risco e crise;

comunicação governamental, no terceiro setor e nos movimentos sociais; estudos sobre teorias das organizações e correntes teóricas da comunicação organizacional; comunicação nos processos de gestão organizacional; estudos sobre a cultura organizacional e construção da imagem e da reputação; processos de comunicação interpessoal nas organizações; as relações públicas no contexto da comunicação integrada (institucional, administrativa, mercadológica e interna); avaliação e mensuração em comunicação; estudos de mercado e de negócios.

4.4.3.3 – Práticas Laboratoriais em RP

No decorrer de sua formação, o aluno deverá cursar atividades didáticas em laboratórios especializados com objetivo de desenvolver práticas tais como: pesquisas de opinião e imagem que fundamentem a execução de projetos específicos; diagnóstico, planejamento e gestão estratégica da comunicação; planejamento e organização de eventos; gerenciamento de crises; redação institucional; produção de mídias impressas, audiovisuais e digitais; webcomunicação; portais corporativos, governamentais e comunitários; realização de projetos sociais e culturais.

4.4.4 - Formação Suplementar

Contempla conteúdos de domínios conexos que são importantes para a construção do perfil e das competências pretendidas e seguindo a linha de formação escolhida pela IES:

Empreendedorismo e gestão de negócios; a comunicação nos processos de governança corporativa, psicologia social; estatística; *lobby* e relações governamentais; ceremonial e protocolo; ouvidoria.

5 - Acompanhamento e avaliação

Além do respeito às normas vigentes de avaliação institucional estabelecidas para as IES e em consonância com os critérios de avaliação do SINAES/MEC, o curso deve contemplar os seguintes critérios de qualidade:

- O perfil do corpo docente, agregando a experiência prático-profissional à acadêmica;
- Incentivo à produção científica e de publicações, contribuindo para o incremento dos indicadores de desenvolvimento da educação, da ciência e da tecnologia;
- Divulgação e socialização da produção científica de professores e alunos, bem como a promoção de grupos de pesquisa, em Relações Públicas ou áreas afins, inclusive em redes nacionais e internacionais;
- Investimento institucional para a qualificação dos professores, por meio de programas de capacitação em cursos de

aperfeiçoamento e em programas de pós-graduação *lato e stricto sensu*;

- Estabelecimento de políticas de capacitação docente e de planos de carreira;
- A infraestrutura adequada para operação do curso em sua plenitude, compatível com a supervisão docente nas atividades didáticas;
- A contribuição do curso para o desenvolvimento local e social e de cidadania nos contextos das IES, bem como avaliações periódicas da absorção do egresso pelo mercado de trabalho;
- A manutenção e a atualização permanente dos laboratórios e equipamentos técnicos necessários à aprendizagem, com apoio de funcionários técnicos devidamente capacitados;
- Atividades de pesquisa e extensão que promovam o aprofundamento do conhecimento na área de relações públicas, bem como do relacionamento da IES com os vários setores da sociedade;
- As condições adequadas à supervisão de estágios curriculares;
- O suprimento permanente de títulos atualizados (livros, periódicos e mídias digitais) nas bibliotecas e acesso a bases de dados científicas.

Brasília, 20 de outubro de 2010.

Margarida Maria Krohling Kunsch – Presidente

Cláudia Peixoto de Moura

Esnél José Fagundes

Márcio Simeone Henriques

Maria Aparecida Viviani Ferraz

Paulo Roberto Nassar de Oliveira

Ricardo Ferreira Freitas