

O ENSINO DE COMUNICAÇÃO FRENTE ÀS DIRETRIZES CURRICULARES



José Marques de Melo
Margarida M. Krohling Kunsch
Cláudia Peixoto de Moura
Eduardo Meditsch
Nair Prata
Paula Regina Puhl
Eneus Trindade
Ana Carolina Rocha Pessoa Temer
José Antonio Ferreira Cirino

Organizadores

FERNANDO FERREIRA ALMEIDA
ROBSON BASTOS DA SILVA
MARCELO BRISENO MARQUES DE MELO


Ensicom


INTERCOM


CNPq
Conselho Nacional de Desenvolvimento
Científico e Tecnológico


CAPES


FAPESP

Organizadores
Fernando Ferreira Almeida
Robson Bastos da Silva
Marcelo Briseno Marques de Melo

**O ENSINO DE COMUNICAÇÃO FRENTE ÀS
NOVAS DIRETRIZES CURRICULARES**

SÃO PAULO - 2015

DIRETORIA EXECUTIVA - TRIÊNIO 2014 2017

- Presidência – Marialva Carlos Barbosa (UFRJ)
Vice-Presidência – Ana Silvia Lopes Davi Médola (UNESP)
Diretoria Financeira – Fernando Ferreira de Almeida (METODISTA)
Diretoria Administrativa – Sonia Maria Ribeiro Jaconi (METODISTA)
Diretoria Científica – Iluska Maria da Silva Coutinho (UFJF)
Diretoria Cultural – Adriana Cristina Omena dos Santos (UFU)
Diretoria de Projetos – Tassiana Baldissera Camatti (PUCRS)
Diretoria de Documentação – Ana Paula Goulart Ribeiro (UFRJ)
Diretoria Editorial – Felipe Pena de Oliveira (UFF)
Diretoria de Relações Internacionais – Giovandro Marcus Ferreira (UFBA)
Diretoria Regional Norte – Allan Soljenítsin Barreto Rodrigues (UFAM)
Diretoria Regional Nordeste – Aline Maria Grego Lins (UNICAP)
Diretoria Regional Sudeste – Nair Prata Moreira Martins (UFOP)
Diretoria Regional Sul – Marcio Ronaldo Santos Fernandes (UNICENTRO)
Diretoria Regional Centro-Oeste – Daniela Cristiane Ota (UFMS)

CONSELHO FISCAL

- Elza Aparecida de Oliveira Filha (UP)
Luiz Alberto Beserra de Farias (USP)
Osvando J. de Moraes (UNESP)
Raquel Paiva de Araujo Soares (UFRJ)
Sandra Lucia Amaral de Assis Reimão (USP)

CONSELHO CURADOR – QUADRIÊNIO 2013-2017

Presidente – José Marques de Melo

Vice-Presidente – Manuel Carlos da Conceição Chaparro

Secretária – Cícilia Maria Krohling Peruzzo

Conselheiro – Adolpho Carlos Françoso Queiroz

Conselheira – Anamaria Fadul

Conselheiro – Antonio Carlos Hohlfeldt

Conselheiro – Gaudêncio Torquato

Conselheira – Margarida Maria Krohling Kunsch

Conselheira – Maria Immacolata Vassallo de Lopes

Conselheira – Sonia Virginia Moreira

Secretaria Executiva Intercom

Gerente Administrativo – Maria do Carmo Silva Barbosa

Web Designer – Genio Nascimento

O ensino de comunicação frente às Diretrizes Curriculares/
Organizadores, Fernando Ferreira Almeida, Robson Bastos da
Silva e Marcelo Briseno Marques de Melo. – São Paulo:
INTERCOM, 2015.

203 p.

E-book.

ISBN: 978-85-8208-093-1

Comunicação. 2. Teorias da Comunicação. 3. Jornalismo. 4.
Publicidade e Propaganda. 5. Relações Públicas.
6. Comunicação organizacional. 7. Cinema. 8. Rádio e
Televisão. 9. Ensino. 10. Pesquisa. Metodologia. I. de. II.
Título.

CDD-300

**Copyright © 2015 dos autores dos textos, cedidos para
esta edição à Sociedade Brasileira de Estudos
Interdisciplinares da Comunicação – INTERCOM**

EDITOR

**Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da
Comunicação – INTERCOM**

CAPA

**Gerson Mário de Abreu Farias
Jefferson José Ribeiro de Moura**

ILUSTRAÇÃO DA CAPA

AGICOM – Agência Integrada de Comunicação Metodista

REVISÃO

Robson Bastos da Silva

DIAGRAMAÇÃO

**Gerson Mário de Abreu Farias
Jefferson José Ribeiro de Moura**

Todos os direitos desta edição reservados à:
Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da
Comunicação – INTERCOM
Rua Joaquim Antunes, 705 – Pinheiros
CEP: 05415 – 012 – São Paulo – SP – Brasil –
Tel: (11) 2574 – 8477 / 3596 – 4747 / 3384 – 0303 / 3596 – 9494

<http://www.intercom.org.br> – E-mail: intercom@usp.br

SUMÁRIO

Apresentação	10
Fernando Ferreira Almeida, Robson Bastos da Silva e Marcelo Briseno Marques de Melo	
Desafios do ensino do jornalismo no século XXI	12
Prof. Dr. José Marques de Melo – INTERCOM - Universidade Metodista de São Paulo – UMESP	
Diretrizes Curriculares Nacionais para os Cursos de graduação de Relações Públicas: aportes conceituais e práticos para sua implantação	20
Prof ^ª . Dr ^ª . Margarida M. Krohling Kunsch - ECA-USP	
Os desafios da Implantação das Diretrizes Curriculares Nacionais no Curso de Relações Públicas	46
Prof ^ª . Dr ^ª . Cláudia Peixoto de Moura – PUC/RS	
A aplicação das novas diretrizes curriculares: oportunidade para o reencontro do Ensino de Jornalismo com o que foi perdido em sua História	64
Prof. Dr. Eduardo Meditsch – UFSC	
Diretrizes Curriculares para os Cursos de Rádio, TV e Internet	104
Prof ^ª . Dr ^ª . Nair Prata – UFOP	

- Ensino e pesquisa: o Intercom Júnior nos congressos regionais da Intercom e a visualização de conteúdos** 148
Prof^a. Dr^a. Paula Regina Puhl – PUC/RS
- Caminhos, Ações e Reflexões Para a Reformulação das Diretrizes Nacionais Curriculares em Publicidade e Propaganda** 166
Prof. Dr. Eneus Trindade – ECA/USP
- O ensino da Comunicação Social no Centro-Oeste do Brasil. Análise crítica da matriz curricular das graduações das Universidades Federais** 184
Prof^a. Dr^a. Ana Carolina Rocha Pessôa Temer e José Antônio Ferreira Cirino - UFG

APRESENTAÇÃO

O livro reúne artigos dos mais conceituados pesquisadores e professores da área do País. A obra é a soma de conhecimentos dos diversos segmentos da Comunicação Social. Faz parte do Projeto desenvolvido pelo INTERCOM há anos, quando foi criado o Fórum para o Seminário de Ensino em Comunicação (ENSICOM). Tem como objetivo estimular o debate acadêmico e a reflexão sobre as mudanças que neste início de século, a Comunicação está passando no campo tecnológico e profissional. O livro poderá servir como apoio didático em sala de aula, ou futuras pesquisas aos docentes, profissionais e alunos.

*Fernando Ferreira Almeida, Robson Bastos da Silva
e Marcelo Briseno Marques de Melo*

DESAFIOS DO ENSINO DO JORNALISMO NO SÉCULO XXI¹

José Marques de Melo

Professor emérito da Universidade de São Paulo e atual diretor-titular da Cátedra UNESCO de Comunicação do Brasil e Presidente da Federação Brasileira de Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação (SOCICOM). Foi presidente da comissão do MEC que estabeleceu as novas normas e diretrizes curriculares dos cursos de jornalismo.

¹ Este artigo corresponde à síntese das ideias contidas no livro que o autor lançou no início de 2009 – “Jornalismo: compreensão e reinvenção” (Editora Saraiva)

DEMANDA PRECOCE

Há mais de um século a educação dos jornalistas vem desafiando a sociedade brasileira. A demanda floresceu no caldo de cultura gerado pela mercantilização da imprensa. As gráficas substituíam utensílios manuais, artesanalmente manipulados, pelo maquinário industrial, movido a eletricidade. Os jornais deixavam de ser correias de transmissão dos partidos políticos para se converter em empresas auto-sustentáveis. A sociedade requeria profissionais competentes para produzir notícias de interesse coletivo e comentários sintonizados com as aspirações do público leitor.

PROVIDÊNCIA TARDIA

Onde formá-los? Evidentemente na universidade. Já em 1908, Gustavo de Lacerda, ao fundar a ABI, reivindicava tal providência. Contudo, a academia só abriu suas portas aos jornalistas, 40 anos depois. As primeiras escolas funcionaram em São Paulo (1947) e no Rio de Janeiro (1948). O Brasil vem acumulando, durante seis décadas, experiência na formação universitária de jornalistas. Construiu uma matriz pedagógica que lhe confere singularidade no panorama mundial. Tanto assim que a revista *Journalism: Theory, Practice and Criticism*, publicada simultaneamente em Washington, Londres, New Delhi e Singapura, dedica sua próxima edição (Vol. 10-1, 2009) ao caso brasileiro. Mesclando o padrão europeu (estudo teórico) com o modelo americano (aprendizagem pragmática), logramos uma via crítico-experimental de ensino-pesquisa.

FÁBRICAS DE DIPLOMA

O sistema é perfeito? Absolutamente não. Tem muitas fragilidades. Mas pode ser melhorado. Basta vontade política e compromisso educativo. Carente de maior interação com o mercado e a sociedade, muito nos beneficiaria o restabelecimento do estágio, condição necessária para oxigenar o treinamento profissional. Refinando o controle da qualidade do ensino, através de parcerias das universidades com as empresas e os sindicatos, arbitradas e mediadas pelo MEC, lograríamos separar o joio do trigo, colocando em quarentena as “fábricas de diploma” (escolas de baixo nível).

A verdade é que a reserva de mercado para os jornalistas diplomados contribuiu para a expansão das escolas de jornalismo, influenciando na mudança da postura ética adotada pela mídia, em todo o território nacional. Estima-se que mais de 300 cursos superiores estão funcionando no país. Mas também é preciso reconhecer que a lei do diploma favoreceu a proliferação de escolas de segunda classe. Acomodadas ao rito cartorial de expedir passaportes para o mercado de trabalho, nem se preocupam com as demandas ocupacionais, nem buscam acumular conhecimento jornalístico.

MODELO MESTIÇO

Apesar dessa contradição, o Brasil cunhou uma matriz didático-científica autônoma, refletindo melhoria na competência pedagógica e na capacidade investigativa em instituições de vanguarda. Trata-se de modelo mestiço, como o é a nossa cultura nacional, sedimentado no tripé - **conhecer, experimentar, pesquisar**.

A etapa cognitiva articula-se em função de dois eixos: as matérias que fundamentam os processos de codificação e os conteúdos a serem difundidos (humanísticos, comportamentais, gerenciais, tecnológicos etc.) e as interdisciplinas que pretendem explicar os fenômenos comunicacionais (da sociologia da comunicação à filosofia crítica e aos estudos culturais).

Mas o espaço privilegiado da aprendizagem corresponde aos laboratórios didáticos (estúdios, oficinas, estações, agências). Ali se concretiza o pragmatismo criativo, através da aplicação das técnicas jornalísticas ou de simulações didáticas e exercícios práticos. Monitorados pelos docentes, os alunos testam produtos que circulam e repercutem em audiências reais. A infra-estrutura laboratorial que dá sustentação à fase experimental do processo tem sido objeto de regulamentação por parte do MEC. É com base na sua composição e disponibilidade, além de outros fatores, que os cursos são autorizados e reconhecidos.

O circuito se completa com o fomento à pesquisa, através de projetos de iniciação científica ou de estudos avançados. Bolsistas recém graduados, postulando oportunidades na vida acadêmica, convergem cada vez mais para programas de mestrado e doutorado. Mas estes denotam pouca sintonia com as demandas da graduação, produzindo conhecimentos distanciados das atividades profissionais, salvo algumas exceções.

INCLUSÃO EDUCATIVA

O jornalismo adquiriu maior complexidade, principalmente em função da convergência midiática e das transformações da sociedade. Por isso, torna-se urgente

repensar as estratégias investigativas da pós-graduação para sintonizá-las com as prioridades cognitivas do novo século.

Precisamos, imediatamente, vencer a secular batalha pela inclusão educativa das maiorias incultas e iletradas que povoam o território nacional. Trata-se de criar e experimentar formatos jornalísticos que, potencializando as novas tecnologias, sejam capazes de catalisar o saber popular, estimulando o apetite cognitivo dos que estacionaram à margem da cultura impressa.

Nesse sentido, nada mais oportuno que o depoimento do diretor editorial da *Folha de S. Paulo*, Otavio Frias Filho ao Fórum Mega-Brasil *Mitos e Verdades do Brasil: Visões da Mídia* “Nós fazemos um jornalismo muito cifrado. Usamos o mesmo repertório, porque escrevemos para nossos pares, para nossos amigos, para as pessoas que conhecemos, na crença de que dessa forma estamos escrevendo para todos. E a verdade é que, infelizmente, pouco sabemos do leitor real, do que ele quer. E o que acontece é que há aí uma distância abissal entre o que oferecemos e o que deveria ser oferecido”. (*Jornalistas & Cia.*, São Paulo, 28/11/2008).

DISTORÇÕES CONGÊNITAS

O modelo vigente já não atende às aspirações nacionais nesta conjuntura de acelerada mutação tecnológica e de transformações velozes na vida cotidiana, engendrando novos processos de produção e difusão jornalística.

Capitalizando meio século de imersão em atividades jornalísticas, tenho consciência de que o nosso ensino do jornalismo precisa ser reinventando para superar, entre outras, duas distorções congênitas:

1) Romper a tradição gutenberiana que nos tem mantido prisioneiros de estruturas tecnologicamente anacrônicas que ainda governam a lógica dos processos de ensino-aprendizagem. Precisamos potencializar os recursos oferecidos pelas novas tecnologias digitais, formando profissionais vocacionados para produzir conteúdos jornalísticos de interesse do conjunto da sociedade, inclusive dos contingentes que permanecem excluídos do banquete civilizatório. Isso corresponde a priorizar os modos de expressão jornalística através do som e da imagem, sem evidentemente descuidar o código verbal.

2) Ultrapassar a caricatura balzaquiana que nos tem induzido a privilegiar a formação aristocrática de jornalistas comprometidos com os interesses das elites cultas ou medianamente educadas. Precisamos engendrar estratégias discursivas sintonizadas com o repertório das populações desinformadas e aplicar táticas motivadoras do apetite cultural daqueles bolsões marginalizados da sociedade de consumo. Do contrário, nossa Sociedade do Conhecimento será também uma caricatura, perpetuando a Sociedade dos Conhecidos (aquela que nos governa secularmente). Para tanto, precisamos tomar como referência também a cultura popular, ao invés de persistir no domínio exclusivo da cultura erudita.

SAIR DO GUETO

Como lograr essa transformação? Trata-se de compromisso que está a desfiar o espírito público da nova geração de educadores e investigadores do jornalismo.

Cabe a esse segmento da comunidade acadêmica, em sintonia com o mercado e a sociedade civil, romper as

paredes do gueto universitário, repensando o esgotamento do nosso modelo de jornalismo. Só assim poderemos incluir cognitivamente o vasto contingente que o jornalista venezuelano Eleazar Diaz Rangel com muita sensibilidade denominou “pueblos subinformados”.

Formar profissionais capazes de superar essa situação-limite e pesquisadores engajados na produção de conhecimento empírico, socialmente utilitário e culturalmente relevante, constitui o ponto de partida. Trata-se, afinal de contas, de romper a servidão intelectual que nos tem condenado a mimetizar padrões estéticos e reproduzir modelos forâneos, sempre de costas para o legado das gerações que nos precederam.

DIRETRIZES CURRICULARES NACIONAIS PARA OS CURSOS DE GRADUAÇÃO DE RELAÇÕES PÚBLICAS: APORTES CONCEITUAIS E PRÁTICOS PARA SUA IMPLANTAÇÃO

Margarida M. Krohling Kunsch

Professora titular e diretora da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP). Mestre e doutora em Ciências da Comunicação e livre-docente em Teoria da Comunicação Institucional: Políticas e Processos, pela ECA-USP. Autora e organizadora de grande número de obras de Comunicação Social. Foi presidente da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), da Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (Alaic), da Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação Organizacional e Relações Públicas (Abrapcorp) e da Confederação Ibero-Americana de Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação (Confibercom). É presidente da Federação Brasileira das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação (Socicom)). E-mails: mkkunsch@usp.br; mkkunsch@uol.com.br.

INTRODUÇÃO

As Relações Públicas e a Comunicação Organizacional constituem hoje campos acadêmicos e científicos próprios, com pesquisas, teorias e literatura reconhecidas mundialmente. O Brasil, graças a uma comunidade acadêmico-científica atuante, deu um salto qualitativo e quantitativo na produção nessas duas áreas, nas duas últimas décadas. Em 2009 foram lançadas obras históricas², reunindo grande número de estudiosos, que expressam o pensamento comunicacional brasileiro sobre esses campos no País.

A proposta das novas Diretrizes Curriculares Nacionais para os Cursos de Graduação de Relações Públicas, que foi elaborada por uma comissão de especialistas em 2010 e aprovada e homologada pelo Ministério de Educação em 2013, é bastante inovadora à medida que enfatiza a necessidade de uma formação universitária abrangente e que contemple uma visão integradora com os estudos e as práticas da comunicação nas organizações, envolvendo bases conceituais interdisciplinares e específicas.

Neste texto são explorados aspectos sobre os seguintes pontos: breve registro de alguns fatos conjunturais que precederam às DNCS de 2013; a abrangência e importância das Relações Públicas na contemporaneidade; como se deu o processo de elaboração da proposta para as essas novas diretrizes; considerações e percepções sobre diretrizes curriculares nacionais para o curso de graduação de Relações Públicas propriamente ditas; análises e percepções sobre iniciativas inovadoras, perspectivas positivas dessas novas diretrizes frente ao passado e os desafios a serem enfrentados pelos atores envolvidos nos processos de

² Essas obras, publicadas pela Editora Saraiva, estão nas referências finais (Kunsch, 2009).

implantação, avaliação e acompanhamento por parte das Instituições de Ensino Superior (IES); e, por fim, são apresentadas reflexões de como essas diretrizes poderão contribuir para uma maior identidade da profissão de relações públicas no Brasil e as contribuições fundamentais de Edgar Morin para pensar a educação do presente e do futuro.

Trata-se de um texto descritivo-analítico que tem como base publicações e estudos anteriores por nós realizados, bem como nossa experiência de 38 anos de magistério superior. Parte desse período foi por nós vivenciado diretamente como pesquisadora, docente e dirigente de cursos de Relações Públicas em universidades privadas e na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, quando tivemos a oportunidade de atuar na coordenação direta das reformas das estruturas curriculares do início dos anos 1980 (Parecer n. 480/83)³ e das diretrizes nacionais curriculares de 2001 (Parecer CNE/CES 492/2001)⁴. Além disso, atuamos como avaliadora para criação e reconhecimento de cursos pelo MEC até 2000 e como presidente da comissão de especialistas para elaboração da proposta (2010) das Diretrizes Curriculares Nacionais para o Curso Graduação de Relações Públicas aprovadas em 2013.

Com o intuito de contribuir para o grande debate do desafio que nós, educadores, hoje enfrentamos na formação dos jovens universitários em uma sociedade complexa e cheia de paradoxos da era digital, este artigo não tem a pretensão de

³ Essa Resolução n.2/84, de 24 de janeiro de 1984, fixou o currículo mínimo obrigatório do curso de Comunicação Social e suas respectivas habilitações

⁴ Em 04 de julho de 2001 foram aprovadas as novas Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Comunicação Social e de suas Habilitações que possibilitaram várias flexibilizações em relação ao currículo mínimo obrigatório da Resolução anterior.

esgotar o assunto. Ao contrário, são ideias e percepções para serem discutidas, criticadas e aperfeiçoadas.

1. CURSOS DE RELAÇÕES PÚBLICAS NO BRASIL: ANTES DAS DNCs DE 2013 E CONJUNTURAS

A trajetória da formação superior em Relações Públicas no Brasil está associada às diversas estruturas curriculares delineadas há seis décadas⁵, cujas normas foram estabelecidas há mais de quarenta anos. Sua institucionalização no País se deu a partir do modelo concebido pelo Ministério de Educação e das sucessivas reformas curriculares implementadas, a partir de 1969, para formatação do curso de Comunicação Social, com as respectivas habilitações de Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas, Radialismo (Rádio e Televisão), Cinema e Produção Editorial/Editoração. Ou seja, a formação profissional universitária de Relações Públicas se estabeleceu no âmbito da Comunicação Social e em conexão com as subáreas afins.

O primeiro curso superior de Relações Públicas, como uma das habilitações da Comunicação Social, foi criado pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo em 1967⁶. Outra iniciativa ocorreu no nordeste brasileiro, tendo Francisco Higinio Barbosa Lima sido o idealizador e o grande protagonista dessa história, quando, em dia 22 de dezembro de 1967, criou a Escola Superior de Relações Públicas (Esurp), em Recife (PE)⁷.

⁵ Para mais detalhes sobre o histórico das diversas estruturas curriculares do campo comunicacional no Brasil, consultar Cláudia Peixoto de Moura (1991).

⁶ Maria Stella Thomazi registra esse fato em sua tese de doutorado (1991, p. 39-40).

⁷ Há informações de que a Esurp encerrou suas atividades em 2014.

Ao longo das últimas décadas o curso de Relações Públicas no País passou por diversas mudanças curriculares e já foi objeto de estudos e de debates no meio universitário e no mercado profissional. Já tivemos oportunidade de, em publicações anteriores (sobretudo em Kunsch, 2003), reunir dados históricos sobre seu surgimento e sua evolução. Embora consideremos importante resgatar sua memória, não cabe aqui repeti-la⁸. São muitas as histórias, os problemas e também as conquistas.

Já chegamos a contar com 102 cursos no Brasil, mas atualmente, segundo dados recentes levantados junto ao MEC, em outras fontes e pela Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação Organizacional e Relações Públicas (Abrapcorp), só há 79, dos quais apenas 66 em funcionamento. Pergunta-se, por que muitos cursos foram extintos ou deixaram de ser oferecidos, favorecendo, por exemplo os de Jornalismo e de Publicidade e Propogandas?

Na nossa percepção, muitos cursos deixaram de existir e estão fechados em algumas regiões no território nacional por equívocos provocados pelas próprias Instituições de Ensino Superior (IES). Além de alguns deles possuírem matrizes curriculares ultrapassadas, há falta de investimentos por parte das IES em infraestrutura laboratorial específica, no oferecimento condições institucionais adequadas e na preparação de um corpo docente qualificado e engajado para que os cursos possam oferecer uma formação que atenda às demandas sociais contemporâneas e do mercado.

Outras questões estão relacionadas com os propósitos dos seus projetos pedagógicos e com a falta de definição objetiva do perfil do profissional que se pretende formar. Muitas IES não deixam claro, nos seus informativos e nas

⁸ Cf. KUNSCH, Margarida M. Krohling (2003).

mídias institucionais, o que de fato faz esse profissional, bem como a abrangência da atividade de Relações Públicas nas organizações em geral e nos mercados de segmentos de profissionais liberais e autônomos. Certamente, tais informações ajudariam o jovem interessado em prestar seu vestibular para o curso superior de Relações Públicas a ter mais clareza acerca da profissão. Acreditamos que, apesar dos avanços, ainda falta um entendimento público do verdadeiro significado das funções e das atividades de Relações Públicas e mesmo da Comunicação Organizacional.

Qual prefeitura, qual secretaria de governo e quais empresas em geral e organizações não-governamentais (ONGs) não precisam se relacionar com seus públicos, planejar sua comunicação e gerenciar seus processos comunicativos? No atual contexto, como atividade e profissão, as Relações Públicas vêm se constituindo em um importante fator de desenvolvimento econômico e social, pelas possibilidades que apresentam de agregar valor à prática das organizações e buscar interlocução efetiva com os públicos, num contexto democrático. As Relações Públicas são um importante fator de potencialização dos atores sociais, dos públicos e do almejado reconhecimento social das entidades corporativas, dos órgãos governamentais etc. para além do modelo publicitário ou mercadológico.

No entanto, como já mencionado, nem todas as IES deixam isso claro e não investem nos seus cursos de Relações Públicas. Mas, apesar desses e de muitos outros percalços, há que se reconhecer e valorizar as conquistas e melhorias de muitos dos cursos existentes, em grande parte de universidades públicas e privadas. Isto ocorre, sobretudo, na capital e no Estado de São Paulo, bem como em muitas das universidades na Região Sul, onde se registrada uma crescente demanda e ampliação desses cursos.

Uma das ênfases que muitos desses cursos bem-sucedidos e em expansão têm dado, nas suas proposições, é direcioná-los para uma formação estratégica, enfatizando a formação dos futuros egressos como gestores da comunicação nas organizações. Nesta perspectiva há muitos estudos teóricos e aplicados das interfaces com a Comunicação Organizacional.

No Brasil, estudos já realizados identificam que as interfaces entre os dois campos, tanto no nível acadêmico como na prática, estão muito presentes. Trata-se de uma característica singular da realidade brasileira, diferentemente, por exemplo do que ocorre nos Estados Unidos. Constituímos uma comunidade acadêmica de Comunicação Organizacional e Relações Públicas representativa no País, onde o diálogo entre esses dois campos é uma realidade construtiva e constante. Tanto é que, em 2006, criamos uma entidade científica: a Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação Organizacional e Relações Públicas (Abrapcorp)⁹, que tem exercido um importante papel quanto ao reconhecimento desses campos junto à comunidade científica nacional e internacional e aos órgãos de fomento.

Se levarmos em conta as bases conceituais de ambas as áreas, vamos verificar que possuem suas especificidades próprias e propósitos diferentes, mas que se interconectam à medida que focam em organizações e comportamentos de pessoas, grupos e formação de opinião pública e de comportamento de públicos. A Comunicação Organizacional como fenômeno intrínseco à natureza das organizações é uma entidade dinâmica como um organismo vivo. E as Relações Públicas administram essa comunicação.

Em 2009, o MEC teve a iniciativa de debater entre

⁹ Para mais informações, consultar: www.abrapcorp.org.br.

especialistas a necessidade de rever as nomenclaturas dos cursos de bacharelado e licenciatura. O principal propósito dessa iniciativa era extinguir as habilitações, estabelecendo novos referenciais curriculares nacionais desses cursos de todas as áreas de conhecimento no País. Em 2010¹⁰, tivemos, juntamente com Elisabeth Brandão, a oportunidade de elaborar os referenciais do Curso de Relações Públicas. A determinação do MEC era que se produzisse um documento claro, objetivo e que, no limite de uma página, fossem descritos, além do nome do curso, os seguintes itens: 1. Perfil do egresso; 2. Temas e conteúdo específicos; 3. Áreas de atuação; 4. Infraestrutura; e 5. Legislação.

O evento promovido pelo MEC ocorreu em julho de 2009, em Curitiba (PR), com todas as áreas das Ciências Sociais e das Humanidades. Em paralelo com demais colegas da área de Comunicação, que elaboraram os referenciais para os cursos de Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Rádio e Televisão etc., produzimos os de Relações Públicas.

Ousamos colocar como nomenclatura “Curso de Graduação de Comunicação Organizacional e Relações Públicas”. No entanto, houve uma reação muito negativa por parte do Conselho Federal de Profissionais de Relações Públicas (Conferp), que até mesmo enviou um ofício ao MEC, o qual resolveu manter o nome então vigente.

Como educadoras, buscamos voltar nossos olhos para a realidade situacional dos cursos de Relações Públicas no Brasil, para o futuro dos estudantes que deverão estar preparados para

¹⁰ O documento “Referenciais Curriculares Nacionais dos Cursos de Bacharelado e Licenciatura” foi Publicado pelo MEC em abril de 2010. Cf. portal.mec.gov.br e referenciais.

enfrentar um novo mercado de trabalho, bem como para a necessária sintonia com a produção científica nacional e internacional, por meio de uma visão abrangente de Relações Públicas e da Comunicação Organizacional. Com a nova proposta, queríamos possibilitar um melhor entendimento e abrir mais possibilidades de abertura de novos cursos, evitando também o fechamento de muitos que já vinha ocorrendo na época. Sabemos que a visão corporativista impera no Brasil e muitas vezes se fecha em guetos que impedem uma abertura maior e com mais ousadia para atender às demandas contemporâneas da sociedade e do mercado com vistas também ao futuro.

Na prática corrente, quando se fala em comunicação nas organizações, o entendimento é muito mais claro e menos abstrato do que Relações Públicas, que sempre foi um termo muito polissêmico. Se considerarmos a grande demanda que se tem hoje no campo das comunicações, quando novas profissões surgem e necessitam de perfis muito mais ecléticos, a formação universitária precisa se pautar por uma perspectiva muito mais interdisciplinar e dinâmica e não ficar presa em legislações obsoletas que não são respeitadas na prática.

2. ABRANGÊNCIA E IMPORTÂNCIA DAS RELAÇÕES PÚBLICAS

Relações Públicas, como área acadêmica e atividade profissional, tem como objetos as organizações e seus públicos, instâncias distintas, mas que se relacionam dialeticamente. É com elas que a área trabalha, promovendo e administrando relacionamentos e, muitas vezes, mediando conflitos, valendo-se para tanto de estratégias e de programas de comunicação de acordo com diferentes situações reais do ambiente social.

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.

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 e de instrumentos de comunicação no ambiente organizacional.

Na atualidade, as fortes mudanças sociais, econômicas, culturais, políticas e tecnológicas evidenciam a necessidade premente de estabelecimento de novas diretrizes curriculares, que consolidem as Relações Públicas 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. É basicamente isto que se propõe com as novas diretrizes curriculares que abordamos a seguir.

3. O PROCESSO DE ELABORAÇÃO DA PROPOSTAS PARA AS NOVAS DIRETRIZES

A proposta de diretrizes curriculares para os cursos de Relações Públicas foi elaborada por uma comissão de

especialistas da área, instituída pelo Ministério da Educação, por meio da Portaria 595, de 24 de maio de 2010, da Secretaria de Educação Superior (Sesu/MEC). Essa comissão foi formada por sete integrantes, com composição representativa em termos regionais, de entidades científicas e de classe e com atuação profissional e acadêmica reconhecidas. Foi composta pelos seguintes professores: Margarida Maria Krohling Kunsch (presidente), Cláudia Peixoto de Moura, Esnél José Fagundes, Márcio Simeone Henriques (relator), Maria Aparecida Viviani Ferraz, Paulo Roberto Nassar de Oliveira e Ricardo Ferreira Freitas.

A comissão realizou amplo e exaustivo trabalho de junho a outubro de 2010, que envolveu não só a produção de documentos, mas também de consultas e ouvidorias dos diversos segmentos envolvidos (estudantes, professores, profissionais, empresários e representantes da sociedade civil). Essas consultas foram realizadas de forma virtual no *site* do MEC e em audiências públicas presenciais em cada uma das cinco regiões brasileiras, ocorridas nas cidades de Porto Alegre, São Paulo, Recife, Manaus e Brasília. Também contou com diversas contribuições de entidades empresariais, profissionais e de ensino. Foram, ainda, realizados levantamentos e análises sobre a situação dos cursos de graduação em Relações Públicas no país e sobre a atividade dessa área no Brasil e no mundo.

As audiências públicas e a consulta virtual foram abertas a sugestões, basicamente, sobre três questões: o perfil esperado do profissional de relações públicas, diante das transformações políticas, culturais, sociais e tecnológicas contemporâneas; as competências necessárias à formação superior; e os mecanismos, conteúdos curriculares, padrões de qualidade e instrumentos de formação do profissional a serem incorporados pelas instituições de ensino superior.

A consulta pública virtual recebeu sugestões de 30 de julho a 30 de setembro de 2010, por meio de formulário no portal do MEC. Foram recebidas no total 119 contribuições de todo o país, assim distribuídas:

Categoria	Contribuições	%
Estudantes	51	42,86
Profissionais de relações públicas	50	41,02
Outros profissionais	02	1,68
Professores	16	13,44
Total	119	100,00

Foram realizadas cinco consultas públicas regionais, a saber:

Região	Local	Data	Número 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

Foram recebidos e considerados documentos das seguintes instituições: Associação Brasileira das Empresas de Comunicação (Abracom); 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) e da 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; e Universidade Metodista de São Paulo.

Todo o processo foi documentado pela comissão, que produziu seu relatório e o encaminhou ao Ministério da Educação dentro do prazo estabelecido pela referida Portaria. Os subsídios então colhidos reforçaram a necessidade de reposicionar a formação, tendo em vista a grande expansão dos campos profissional e acadêmico e a patente desatualização dos parâmetros até então estabelecidos para os cursos de Comunicação Social (dos quais, até então, Relações Públicas era considerada uma habilitação).

A proposição dessas novas diretrizes, tendo em conta as Relações Públicas como um curso específico, ocorre num momento de grandes mudanças e de reordenamento tanto das práticas quanto do campo acadêmico da área da Comunicação Social, já não mais definido no âmbito de habilitações, mas exigindo novos desenhos. O diagnóstico realizado com ampla participação de pessoas dos meios profissional e acadêmico denotou um crescimento extraordinário de atuação profissional voltado para a comunicação das organizações em geral, bem como considerável desenvolvimento teórico, conceitual e metodológico.

4. DIRETRIZES CURRICULARES NACIONAIS PARA O CURSO GRADUAÇÃO DE RELAÇÕES PÚBLICAS

A Comissão de Especialistas em Relações Públicas entregou, em 21 de outubro de 2010, ao então Diretor de Regulação e Supervisão da Secretaria de Educação Superior (Sesu) do Ministério da Educação, Prof. Dr. Paulo Wollinger, o relatório com a proposta de Diretrizes Curriculares Nacionais para o Curso de Graduação de Relações Públicas. O documento, na forma de um relatório, sintetizou os estudos e discussões da Comissão, realizados desde a sua instalação em 28 de junho até outubro de 2010. Esse documento ficou parado por dois anos e meio no MEC e teve o parecer aprovado pelo Conselho Nacional de Educação (CNE)¹¹ somente em 14 de março de 2013, sendo que a homologação ocorreu pelo Ministério da Educação em setembro deste mesmo ano.

Dessa forma o Ministério da Educação homologou no dia 11 de setembro de 2013 o parecer da Câmara de Educação Superior do Conselho Nacional de Educação (CNE). E, com a Resolução n. 2, de 27 de setembro de 2013, instituiu as Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação de Relações Públicas¹².

Na mesma oportunidade, o Ministério da Educação homologou, no dia 11 de setembro de 2013, o parecer da Câmara de Educação Superior do Conselho Nacional de Educação (CNE)

¹¹ O Parecer 85/2013 pode ser consultado no portal do MEC, em:

<<http://portal.mec.gov.br/>

[index.php?option=com_content&view=article&id=18550&Itemid=866#marco](http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=18550&Itemid=866#marco)>.

¹² A publicação do Despacho do Ministro da Educação, que homologou o Parecer,

pode ser consultado no Diário Oficial da União, no *link*

<[http://www.in.gov.br/visualiza/index.jsp?jornal=1&pagina=](http://www.in.gov.br/visualiza/index.jsp?jornal=1&pagina=10&data=12%2F09%2F2013)

[10&data=12%2F09%2F2013](http://www.in.gov.br/visualiza/index.jsp?jornal=1&pagina=10&data=12%2F09%2F2013)>.

do Curso de Graduação em Jornalismo, consolidada pela Resolução n. 1, de 27 de setembro de 2013.

Com tais normativas o Ministério e o Conselho Nacional de Educação sinalizaram inequivocamente a substituição dessas habilitações de Comunicação Social, que passaram a ser então consideradas cursos de graduação, tanto para a avaliação no âmbito nacional quanto para efeito de autorização de reconhecimento e renovação de reconhecimento.

Observamos que tal fato já havia ocorrido, em 2006, com o Curso de Cinema, conforme Resolução de n. 10, de 27 de junho de 2006, que instituiu as Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação de Cinema e Audiovisual.

Com isto, por enquanto, na área de graduação em Comunicação no País, são esses três cursos que se configuram com nomenclatura própria, sendo excluída a categoria de habilitação. Sabemos de iniciativas dos cursos de Publicidade e Propaganda e de Rádio e Televisão que já encaminharam solicitação ao MEC para que sejam constituídas comissões de especialistas com vistas a se estabelecerem também para eles novas diretrizes curriculares específicas.

Faces às muitas controvérsias levantadas com o fato de que esses cursos deixem de ser nomeados de “Comunicação Social”, é importante destacar que a Comunicação continua a ser a grande área de conhecimento e dela os cursos fazem parte, assim como acontece com as demais áreas das outras ciências. Ocorre que, com o crescimento de novos campos do saber, é muito natural e salutar essa evolução e esse fortalecimento de campos específicos. Basta verificar a diversidade, por exemplo, dos cursos de Engenharia, Medicina etc. O campo das Ciências

da Comunicação cresceu muito nas últimas décadas e as suas áreas possuem hoje uma expressiva produção científica e técnica. Basta verificar a amplitude da literatura disponível de todas as áreas das Ciências da Comunicação.

5. INOVAÇÃO, PERSPECTIVAS E DESAFIOS

Ao se fazer uma análise criteriosa da Resolução n. 2, de 27 de setembro de 2013, que instituiu as Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação de Relações Públicas, pode-se observar que seu conteúdo é bastante abrangente, inovador e ao mesmo tempo muito desafiador frente aos *satus quo* dos cursos de Relações Públicas existentes no país.

Muitos desses, por uma série de razões, conforme mencionado anteriormente, possuem matrizes curriculares obsoletas, que nem sempre correspondem às novas demandas da sociedade e do mercado profissional. Além do problema de as Instituições de Ensino Superior (IES) não oferecerem condições institucionais necessárias para o pleno funcionamento do curso, há ainda a falta de apoio para uma melhor qualificação do corpo docente. Este é um item importante de avaliação e de acompanhamento, que essas diretrizes contemplam e que irão exigir mais atenção e investimentos das IES, sobretudo das privadas que, em grande parte, pouco investem em pesquisa e na formação continuada dos seus professores, bem como em apoios financeiros para participação em congressos científicos e técnicos, em reciclagem etc.

O art. 2º dessa Resolução estabelece uma série de princípios norteadores e determina um claro estabelecimento de quais componentes curriculares abrangem essas

diretrizes: I - Projeto pedagógico e matriz curricular; II - Linhas de formação; III - Articulação teórico-prática; IV - Processos de atualização; V - Carga horária total; VI - Estrutura laboratorial; VII - Descrição de competências gerais e específicas; VIII - Habilidades e perfil desejado para o futuro profissional; IX - Conteúdos curriculares; X - Estágio curricular supervisionado; XI - Acompanhamento e avaliação; XII - Atividades complementares; e XIII - Trabalho de conclusão de curso¹³.

Muitos são os pontos que podem ser considerados como inovadores no delineamento para elaboração do projeto pedagógico. Há, por exemplo, muita ênfase na necessidade de uma formação com foco na gestão estratégica da comunicação nas organizações, superando portanto, a antiga visão puramente tática e tecnicista da profissão de Relações Públicas. Outro grande destaque é a necessidade de uma formação geral e humanística numa perspectiva interdisciplinar com visão crítica e sintonizada com a sociedade contemporânea e com as demandas regionais e locais de onde estão instalados os cursos. Isto é,

[...] a reflexão e a crítica acompanharão 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.

A oportunidade para que os estudantes possam ter mais flexibilidade na composição do seu histórico escolar é também um ponto importante e inovador nas novas DCNs:

¹³ O detalhamento de todos estes componentes pode ser consultado na íntegra da Resolução disponibilizada no *site* do MEC e em outras fontes das entidades da área de Relações Públicas.

“Dever-se-á garantir oferta de disciplinas e atividades didáticas optativas, de livre escolha do aluno”. Isto exigirá um novo formato na montagem da matriz curricular, sobretudo para aquelas IES que até o presente momento oferecem as disciplinas numa estrutura curricular fechada e obrigatória por semestres e, em alguns casos, até anuais. Sem, portanto, oferecer a possibilidade de os discentes optarem por determinados créditos de disciplinas optativas ou eletivas e atividades complementares.

Os eixos de formação são centrados em quatro grandes tópicos temáticos: 1. Formação Geral; 2. Formação em Comunicação; 3. Formação em Relações Públicas; e 4. Formação Suplementar. Em cada um desses eixos os conteúdos básicos poderão ser contemplados em diversas atividades didáticas tais como disciplinas, oficinas, atividades laboratoriais, discussões temáticas, seminários etc.

Consideramos que os princípios e as proposições dos conteúdos temáticos estão muito bem delineados e sintonizados com as demandas sociais da contemporaneidade e com vistas ao futuro. Se forem confrontados com o que está descrito no perfil do egresso e nas competências gerais e específicas exigidas, há muita coerência e eles se conectam de forma pertinente. Evidentemente, tudo irá depender de como o curso será oferecido e administrado.

Duas questões referentes à carga horária total de 3.200 horas e à exigência de Estágio Supervisionado geraram muita polêmica, sobretudo no segmento dos cursos de Relações Públicas das faculdades ou escolas das universidades e/ou IES privadas. Na verdade o acréscimo ocorrido da carga horária em relação às diretrizes anteriores se deu em razão das 200 horas para o estágio supervisionado e mais 200 horas para atividades

complementares, que, somadas às 2800 destinadas às disciplinas obrigatórias e optativas, levaram a esse total.

Em relação ao Estágio Supervisionado, é bom destacar que essa inovação objetiva principalmente possibilitar ao aluno ter um contato direto com a prática no mercado profissional e ter uma visão mais real das funções e atividades da área de Relações Públicas. Nas audiências públicas houve muitas manifestações dos depoentes da academia sobre a falta de clareza do que faz um profissional de Relações Públicas dentro da própria escola/faculdade. Diferentemente das demais áreas afins da Comunicação, quando os estudantes vivenciam diretamente as práticas já na escola/faculdade, os participantes consideraram que os cursos de Relações Públicas ainda são um tanto abstratos. É evidente que tudo dependerá da proposta pedagógica das IES que os oferecem e de cada realidade local e regional. Nessa direção as novas diretrizes enfatizam também a necessidade das práticas laboratoriais e a exigência de laboratórios específicos como os de pesquisa de opinião entre outros. Essa questão tem merecido pouca atenção das IES, que sempre privilegiaram laboratórios e estúdios especializados para os cursos de Cinema e Audiovisual, Jornalismo, Publicidade e Propaganda e Rádio e Televisão, em detrimento do curso de Relações Públicas. Portanto, os estudantes precisam, já na faculdade/escola, ter a oportunidade de praticar as atividades de Relações Públicas em condições laboratoriais dignas e adequadas aos propósitos do seu curso.

A obrigatoriedade do Estágio Supervisionado exigirá uma nova postura das IES. Estas terão que se preocupar em interagir com a comunidade e as organizações locais na tentativa de abrir portas para seus alunos. Trata-se de uma questão-chave, pois as IES precisam ter um compromisso

social de não só oferecer o curso, mas de criar pontes e induzir a colocação dos egressos no mercado profissional.

As Atividades Complementares também exigirão por parte das IES, por meio dos coordenadores e professores do curso, um acompanhamento mais estreito com a vida acadêmica do estudante, abrindo novos horizontes de contatos com outras formas de aprendizagem que ultrapassem as salas de aula.

Muitos outros aspectos dessas diretrizes mereceriam ser comentados, mas julgamos serem estes os pontos que mais se destacam e que, certamente, constituem desafios importantes a serem enfrentados por aqueles que irão cuidar diretamente da implantação dos novos currículos.

6. A CONTRIBUIÇÃO PARA UMA MAIOR IDENTIDADE DA PROFISSÃO DE RELAÇÕES PÚBLICAS

Acreditamos que as Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação de Relações Públicas, homologadas pelo MEC em setembro de 2013, se forem implantadas adequadamente, darão um novo norte para os cursos de Relações Públicas no Brasil e contribuirão para uma maior identidade da profissão. Depois de seis décadas da criação do primeiro curso superior no País e da institucionalização acadêmica e profissional da área, não se justifica mais não ter uma identidade própria reconhecida e valorizada pública e socialmente. O egresso deve acreditar na profissão que escolheu, ter um posicionamento firme e orgulhar-se do curso que fez e da sua área de formação.

Destacamos que se trata de “diretrizes” e não constituem a proposição de um elenco de disciplinas obrigatórias do currículo mínimo obrigatório como o da

Resolução n. 2/84. A matriz curricular das disciplinas deve ser constantemente atualizada e revista diante da dinâmica da sociedade e das suas transformações. É uma ilusão achar que, numa sociedade em contínuas e rápidas mudanças como aquela em que estamos vivendo, basta produzir um projeto pedagógico ideal e aplicá-lo para se formar o profissional de Comunicação ou de Relações Públicas idealizado pelas Diretrizes Nacionais Curriculares do Curso de Relações Públicas. Tratando-se de uma área dinâmica e interdisciplinar como a nossa, e considerando a abrangência interdisciplinar das Ciências da Comunicação, qualquer montagem pedagógica de um curso tem de oferecer opções e possibilidades para inovação. Para tanto, é preciso pensar na flexibilidade como uma das saídas para que novas inserções ou adaptações sejam viáveis.

A eficácia da aplicação de qualquer projeto pedagógico de um curso universitário irá depender da vontade política e dos investimentos por parte dos dirigentes das IES, das condições institucionais adequadas para o pleno funcionamento do curso, do corpo docente qualificado e do interesse e envolvimento do corpo discente.

Para assegurar uma formação que dê ao futuro profissional um apurado senso crítico e a consciência de sua responsabilidade perante a sociedade e da ética no desempenho de sua profissão, considera-se como fundamental um grupo de disciplinas teóricas gerais e específicas, conforme determinam as novas Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso Graduação de Relações Públicas. No campo político, o processo de consolidação democrática suscita uma maior consciência de cidadania, refletida na exigência de uma maior transparência nas decisões e ações do Estado e na crescente autonomização dos processos sociais. Essas mudanças têm levado as

organizações públicas e privadas e não-governamentais (terceiro setor) a assumirem uma nova postura e, nesse cenário, o profissional de comunicação deve ter um perfil não apenas técnico, mas uma visão integrada e estratégica da comunicação, capaz de promover o relacionamento transparente entre o público e a organização.

O perfil desejado do bacharel em Relações Públicas envolve hoje uma carga de formação geral humanística e técnico-profissional que o capacite a ser um agente comprometido com as transformações sociais, não um mero técnico-profissional, preocupado apenas no “fazer” e no “como-fazer”. Ou seja, as Ciências da Comunicação constituem um campo que exige um olhar interdisciplinar em outras áreas e ciências. Seus agentes precisam ter visão de mundo, possuir uma formação geral e humanística sólida, conhecer profundamente sua própria área, ter o domínio das técnicas e atuar com base científica.

Como muitos cursos estão em pleno processo de estudos e definições para o início da implantação, em 2016, das Diretrizes Nacionais Curriculares do Curso de Graduação de Relações Públicas de 2013, não é nossa intenção apresentar aqui possíveis conclusões. Há muito por fazer e observar sobre o percurso a ser desenvolvido nos próximos anos, bem como avaliar os futuros resultados que serão alcançados.

Uma fonte inspiradora que poderá iluminar e fundamentar nossa prática cotidiana na Educação são os ensinamentos de Edgar Morin, no livro *Os sete saberes necessários à educação do futuro* (2011)¹⁴, como base para um novo olhar na nossa responsabilidade na formação universitária, a saber: 1. O conhecimento; 2. O conhecimento pertinente; 3. A condição

¹⁴ Nesta obra, originalmente publicada pela Unesco, Morin apresenta importantes reflexões sobre cada um desses sete saberes.

humana; 4. Ensinar a identidade terrena – a era planetária; 5. Enfrentar as incertezas; 6. Ensinar a compreensão; e 7. A ética do gênero humano. Como podemos nos valer dos ensinamentos desse pensador na reestruturação dos Cursos de Relações Públicas, a partir das novas diretrizes curriculares? Quais seriam os novos desafios para que o curso adquira uma visão abrangente e interdisciplinar apesar de vir a ser específico? Não temos a pretensão de encontrar as respostas, mas acreditamos que seus ensinamentos serão de grande valia para todos os educadores e agentes que se incumbem de elaborar e aplicar um projeto pedagógico de qualquer curso superior, bem como de todos aqueles que se envolvem com a Educação.

Independentemente de questões como diretrizes curriculares e suas implicações, o que deve imperar é uma filosofia de Educação e uma missão por parte das Instituições de Ensino Superior e do conjunto de seus atores – estudantes, professores, corpo funcional, dirigentes etc. – no dia a dia da vida universitária. Nesse sentido, é sempre relevante recordar também o que disse Edgar Morin (2009, p. 15) sobre a dupla missão da universidade:

A universidade conserva, memoriza, integra e ritualiza uma herança cultural de saberes, ideias e valores, porque ela se incumbe de reexaminá-la, atualizá-la e transmiti-la, o que acaba por ter um efeito regenerador. A universidade gera saberes, ideias e valores que, posteriormente, farão parte dessa mesma herança. Por isso, ela é simultaneamente conservadora, regeneradora e geradora.

Nesse sentido ao mesmo tempo em que se preserva e valoriza o passado, os valores e saberes já constituídos por uma sociedade, a universidade precisa ter a coragem de criar, ousar, inovar e induzir a construção de novos paradigmas para o desenvolvimento da educação e da ciência. Que os ensinamentos do Edgar Morin iluminem os agentes envolvidos com a

implantação das Diretrizes Nacionais Curriculares do Curso de Graduação de Relações Públicas de 2013 e criem bases junto aos órgãos competentes para uma maior valorização da Educação em nosso País.

REFERÊNCIAS

KUNSCH, Margarida M. Krohling. **Propostas pedagógicas para o curso de relações públicas: análises e perspectivas.** In: PERUZZO, Cícilia M. Krohling; SILVA, Robson Bastos da (Org.). *Retrato do ensino em comunicação no Brasil.* Taubaté: Unitau/Intercom, 2003. p. 45-62.

_____. **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.

_____. (Org.). **Relações públicas: história, teorias e estratégias nas organizações contemporâneas.** São Paulo: Editora Saraiva, 2009a. 512 p.

_____. (Org.). **Comunicação organizacional.** Vol. 1. Histórico, fundamentos e processos. São Paulo: Editora Saraiva, 2009b. 408 p.

_____. (Org.). **Comunicação organizacional.** Vol. 2. Linguagem, gestão e perspectivas. São Paulo: Editora Saraiva, 2009. 376 p.

_____. (Org.). **Relações públicas e comunicação organizacional: campos acadêmicos e aplicados de múltiplas perspectivas.** São Caetano do Sul, SP: Difusão, 2009c.

MEC - Ministério da Educação. Parecer aprovado pelo CNE em 14 de março de 2013 e Resolução n. 2 de 27 de setembro de 2013. Disponível em: <www.mec.gov.br>.

MORIN, Edgar; ALMEIDA, Maria da Conceição; CARVALHO, Edgard de Assis (Org.). **Educação e complexidade: os setes saberes e outros ensaios**. 5. ed. São Paulo: Cortez: 2009.

MORIN, Edgar. **Os sete saberes necessários à educação do futuro**. 2. ed. – revisada. São Paulo: Cortez; Brasília: Unesco, 2011.

MOURA, Cláudia Peixoto. **O curso de comunicação social no Brasil: do currículo mínimo às novas diretrizes curriculares**. Porto Alegre: Edipucrs, 2002.

THOMAZI, Maria Stella. **O ensino e a pesquisa em relações públicas no Brasil e a sua repercussão na profissão**. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – ECA-USP, 1991.

OS DESAFIOS DA IMPLANTAÇÃO DAS DIRETRIZES CURRICULARES NACIONAIS NO CURSO DE RELAÇÕES PÚBLICAS¹⁵

Cláudia Peixoto de Moura

Doutora em Ciências da Comunicação (2000) pela Universidade de São Paulo (USP), Pós-Doutora (2009) pela Universidade de Coimbra (UC), com apoio da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio Grande do Sul (FAPERGS). Mestre em Sociologia (1990); Especialista em Comunicação Social nas áreas Administração em Publicidade e Propaganda (1981), Estilo Jornalístico (1982) e Administração em Relações Públicas (1986); Graduada em Comunicação Social, nas habilitações Publicidade e Propaganda (1979), Jornalismo (1980) e Relações Públicas (1984), pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS). Docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social e do Curso de Relações Públicas, da Faculdade de Comunicação Social (FAMECOS), da PUCRS. Integrante da Comissão de Especialistas em Formação Superior de Relações Públicas, para as Diretrizes Curriculares Nacionais, designada pela Portaria 595/2010, da Secretaria de Educação Superior, do Ministério da Educação (SESu/MEC).

¹⁵ Texto elaborado a partir da palestra realizada no III Seminário sobre o Ensino de Graduação em Comunicação Social (ENSICOM), evento ocorrido no XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, em Foz do Iguaçu /PR, de 1º a 5 de setembro de 2014.

CONSIDERAÇÕES INICIAIS

O texto apresenta aspectos das Diretrizes Curriculares do Curso de Relações Públicas que podem ser considerados como desafios para a sua implantação. Tem como objetivo demonstrar tópicos relevantes do documento homologado pelo Ministério de Educação (MEC) para a formação na área. Os aspectos abordados no texto são: datas da trajetória das Diretrizes Curriculares, comparações entre as Diretrizes de 2002 e de 2013 e seus eixos para a formação, estrutura curricular e carga horária determinadas para o curso, que fazem parte das preocupações das instituições de ensino superior (IES). O atual momento caracteriza-se por um período de transição no qual os Cursos de Relações Públicas necessitam adaptar ou reestruturar seus projetos pedagógicos, observando os encaminhamentos das Diretrizes Curriculares Nacionais.

O assunto é tratado com base em uma pesquisa bibliográfica e documental, cujas informações coletadas estão registradas em fontes oficiais. Há dois documentos referentes às Diretrizes Curriculares estabelecidas para a área de Relações Públicas, após o advento do Currículo Mínimo que regulamentava o seu ensino: as Diretrizes Curriculares da Área de Comunicação Social e suas Habilitações (2002) e as Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Relações Públicas (2013). O documento de 2002 contribuiu para a constituição das Diretrizes Curriculares de 2013, possibilitando algumas comparações entre as duas resoluções.

DATAS RELEVANTES PARA A FORMAÇÃO EM RELAÇÕES PÚBLICAS

A trajetória das Diretrizes Curriculares inicia ainda no período da vigência do último Currículo Mínimo, estabelecido em 1984 e obrigatório para os Cursos de Comunicação Social, com seis habilitações, entre elas a de Relações Públicas. De 1994 a 1997, aconteceu o *“Parlamento Nacional de Relações Públicas”*, promovido pelo Conselho Federal dos Profissionais de Relações Públicas (CONFERP), que se caracterizou por ser um Fórum de Debates sobre a profissão, envolvendo os Conselhos Regionais. Uma das pautas do Parlamento Nacional foi a formação profissional, sendo que suas conclusões contribuíram para a elaboração das Diretrizes Curriculares de 2002.

Também, em 1995, ocorreu o *“I Seminário Nacional pela Qualidade de Ensino em Comunicação”*, em Brasília, que possibilitou a constituição do *“Movimento Nacional pela Qualidade de Ensino em Comunicação”*. O referido movimento fortaleceu a discussão a respeito da formação na área de Comunicação. E, em 1997, no Congresso Nacional Extraordinário dos Jornalistas, em Vila Velha (ES), houve o debate sobre a *“Formação Profissional e Qualidade de Ensino em Comunicação”*, que resultou numa proposta de Bases para a Formulação do *“Programa Nacional de Estímulo à Qualidade da Formação Profissional dos Jornalistas”*.

As entidades de Relações Públicas e de Jornalismo já demonstravam, na época, uma preocupação com a formação de seus profissionais. Ainda em 1997, foi enviado para as instituições de ensino superior o Edital nº 4 – SESu/MEC, cujo objetivo geral era promover uma discussão e angariar informações básicas para as novas diretrizes curriculares dos cursos de graduação. Muitas IES atenderam a solicitação e

enviaram ao órgão oficial documentos contendo análises e sugestões para a nova etapa do ensino de Comunicação.

No ano de 1998, a programação do 28º Congresso Nacional dos Jornalistas indicava a temática *“Formação Profissional: Programa Nacional de Estímulo à Qualidade da Formação de Jornalistas”*, cujo debate teve lugar no Rio de Janeiro (RJ). No mesmo ano, durante o XXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, promovido pela Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (INTERCOM), houve o *“Fórum do Movimento pela Qualidade do Ensino – Encontro Nacional dos Representantes de Entidades de Comunicação (INTERCOM, ABECOM¹⁶, ENECOS¹⁷, COMPÓS¹⁸, FENAJ¹⁹, UCBC²⁰)”*, em Recife (PE). O movimento recebeu o apoio das entidades e consolidou a discussão sobre a formação em Comunicação e em Jornalismo, especificamente.

Um grupo composto por docentes representantes de cada habilitação foi convidado pelo MEC a participar da comissão que traçaria os rumos do ensino de Comunicação no Brasil, que foi presidida por uma professora de Relações Públicas. Em 1999, as Diretrizes Curriculares da Área de Comunicação e suas Habilitações, estabelecidas pela Comissão de Especialistas de Ensino de Comunicação Social (CEE/COM), foram encaminhadas ao Ministério. No entanto, somente em 2001, o Parecer nº 492, do Conselho Nacional de Educação (CNE/MEC), homologou as referidas Diretrizes Curriculares. E em 2002, a Resolução nº 16, do CNE/MEC,

¹⁶ Associação Brasileira de Escolas de Comunicação Social

¹⁷ Executiva Nacional dos Estudantes de Comunicação Social

¹⁸ Associação Nacional dos Programas de Pós-graduação em Comunicação

¹⁹ Federação Nacional dos Jornalistas

²⁰ União Cristã Brasileira de Comunicação Social

fixou as Diretrizes Curriculares da Área de Comunicação Social e suas Habilitações.

Neste mesmo ano, o CONFERP lançou a Resolução Normativa nº 43 que define as funções e atividades privativas dos profissionais de Relações Públicas, com base no resultado do “*Parlamento Nacional de Relações Públicas*”. E a FENAJ elaborou, em conjunto com ABECOM, COMPÓS, ENECOS, INTERCOM, o documento denominado “*Programa Nacional de Estímulo à Qualidade da Formação Profissional dos Jornalistas*”, que foi assinado durante o Fórum Nacional dos Professores de Jornalismo. Novamente, as entidades de Relações Públicas e de Jornalismo realizaram atividades para o fortalecimento de suas práticas profissionais.

Em 2010, mediante a Portaria nº 545, do CNE/MEC, foi instituída a Comissão de Especialistas para formular as novas Diretrizes Curriculares direcionadas especificamente aos Cursos de Relações Públicas, e não mais de Comunicação Social com a respectiva habilitação. Idêntico encaminhamento ocorreu em Jornalismo, um ano antes. No entanto, as homologações aconteceram no mesmo dia, para ambas as áreas, ocasião em que a Resolução nº 2, do Conselho Nacional de Educação/Câmara de Educação Superior (CNE/CES), de 27 de setembro de 2013, institui as Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Relações Públicas.

Nos anos de 2012, de 2013 e de 2014, a INTERCOM promoveu o “*Seminário sobre o Ensino de Graduação em Comunicação Social*” (ENSICOM), que debateu questões relativas às Diretrizes Curriculares Nacionais, antes e após as suas homologações. A Federação Brasileira das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação (SOCICOM) organizou o “*Fórum Diretrizes Curriculares Nacionais - Curso*

de Graduação de Relações Públicas” com coordenadores e professores de Relações Públicas de todas as regiões do país, em novembro de 2013, em São Paulo (SP), com a finalidade de explicitar as Diretrizes Curriculares específicas, recém homologadas para os novos cursos, com novos enfoques teóricos, melhoria da qualidade de ensino mediante a pesquisa e a produção científica, sendo estes aspectos uma tendência à formação na área.

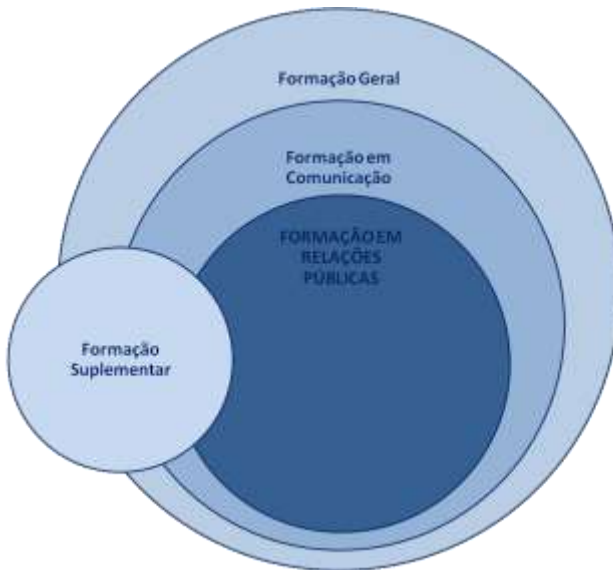
DIRETRIZES CURRICULARES E EIXOS PARA A FORMAÇÃO EM RELAÇÕES PÚBLICAS

O documento de 2002 registrava a possibilidade de Cursos de Comunicação Social com habilitações, entre elas a de Relações Públicas; de um curso superior com apenas uma habilitação específica, que poderia ser a de Relações Públicas; e a indicação de áreas do conhecimento. Já o documento de 2013 revela a existência de uma área de Comunicação com cursos distintos, e não mais um Curso de Comunicação Social com habilitações. Assim, há possibilidade de um curso superior de Jornalismo ou de Relações Públicas ou de Publicidade e Propaganda, que está inserido dentro da área de Comunicação, pertencente às Ciências Sociais Aplicadas. Também indica conteúdos para os eixos da formação, de modo mais pontual, e não áreas do conhecimento como nas diretrizes anteriores.

A organização dos conteúdos do Curso de Relações Públicas difere nos dois documentos. Em 2002, havia referência a conteúdos básicos e específicos. Para os básicos eram recomendados os conhecimentos teórico-conceituais; analíticos e informativos sobre a atualidade; de linguagens, técnicas e tecnologias midiáticas; e ético-políticos. Para os específicos existia a recomendação de reflexões e práticas no

campo geral da Comunicação e no campo da habilitação específica. Em 2013, há quatro eixos de formação: a) Formação Geral: com Cultura geral e Formação ética e humanística; b) Formação em Comunicação: com Fundamentos teóricos das Ciências da Comunicação, e Linguagens, mídias e tecnologias; c) Formação em Relações Públicas: com Fundamentos teóricos e técnicos aplicados em Relações Públicas, e Práticas laboratoriais em Relações Públicas; d) Formação Suplementar: com domínios conexos, interfaces entre áreas. Os referidos eixos podem ser representados no seguinte diagrama²¹:

Diagrama – Eixos de Formação em Relações Públicas



²¹ Diagrama elaborado pela Comissão de Especialistas em Formação Superior de Relações Públicas, para as Diretrizes Curriculares Nacionais, designada pela Portaria 595/2010, da Secretaria de Educação Superior, do Ministério da Educação (SESu/MEC). Reprodução adaptada pela autora.

Esta representação demonstra o foco na formação em Relações Públicas, ou seja, a centralidade nas temáticas relacionadas à área profissional. Os demais eixos constituem aportes teóricos e técnicos para uma fundamentação adequada. Assim, as Diretrizes Curriculares de 2013 recomendam a organização do curso direcionada à área profissional com o apoio de saberes e conhecimentos de comunicação, de cultura geral e de abordagens que atendam os interesses institucionais, regionais e, principalmente, oportunizem um repertório aos discentes. Esta perspectiva difere daquela apresentada no documento de 2002, que privilegiava os diversos fundamentos de áreas afins para a composição de uma formação profissional.

O egresso de 2002, impregnado de saberes fragmentados de variadas áreas para a sua formação, transforma-se em um profissional focado em Relações Públicas, em 2013, com capacidade para estabelecer interfaces com outros conhecimentos necessários a suas práticas multifuncionais. O encaminhamento de 2002 apontava para um movimento acadêmico que iniciava com aspectos gerais e derivava para questões específicas da profissão. A perspectiva de 2013 se apresenta de forma contrária: enfatiza o específico da profissão e, posteriormente, amplia-se para as questões abrangentes que podem contribuir às múltiplas demandas da sociedade atual, com as devidas apropriações teóricas, técnicas e práticas inerentes ao exercício qualificado de Relações Públicas.

ESTRUTURA CURRICULAR E CARGA HORÁRIA PARA A FORMAÇÃO EM RELAÇÕES PÚBLICAS

A estrutura curricular proposta está segmentada nos referidos quatro eixos complementares, cujos conteúdos

podem ser abordados em disciplinas, em seminários, em oficinas e em atividades laboratoriais, além do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), do Estágio Supervisionado e das Atividades Complementares. A carga horária estabelecida para o curso demonstra a ênfase na formação centrada em Relações Públicas. As 3.200 horas indicadas são distribuídas da seguinte maneira:

- 2.800 horas para os eixos de formação, sendo:
 - 1.400 horas - no mínimo - para o eixo de formação em Relações Públicas, incluindo 150 horas para Trabalho de Conclusão de Curso (trabalho monográfico e/ou trabalho aplicado),
 - Outras 1.400 horas - no máximo - para os eixos de formação Geral, em Comunicação e Suplementar.
- 200 horas para Estágio Supervisionado, com orientação e avaliação,
- 200 horas para Atividades Complementares, realizadas de forma extracurricular.

É relevante registrar que pode haver uma carga horária destinada às atividades docentes e uma carga horária direcionada às atividades discentes. O caso do Estágio Supervisionado demonstra este aspecto. É uma atividade obrigatória executada interna ou externamente à Instituição de Ensino Superior que precisa ser regulamentada pelo colegiado acadêmico. Trata-se de um conjunto de atividades programadas e orientadas por professores, com práticas profissionais desenvolvidas de maneira planejada. Sua implantação pode ocorrer contemplando:

- Supervisão docente do estágio – com horas de orientação para professor,
- Atividades discentes no estágio – com horas de produção do aluno. Estas horas podem ser planejadas com atividades dentro da IES, em contato direto com docentes responsáveis pelo estágio, e/ou fora da IES, mediante plano discutido com docentes responsáveis pelo estágio, e/ou na modalidade EAD (ensino à distância), com monitoramento de docentes responsáveis pelo estágio.

A exemplo do Processo de Bolonha, instituído na Comunidade Europeia, o princípio é - o estudante possuir créditos ou horas com atividades presenciais, junto ao professor, e créditos ou horas com atividades planejadas conforme o Projeto Pedagógico do Curso. Assim, o professor terá um número de horas para desenvolver atividades com os estudantes e os alunos necessitarão cumprir uma carga horária maior em atividades programadas para as 200 horas definidas.

O mesmo acontece no Trabalho de Conclusão de Curso, para o qual há obrigatoriedade de destinar 150 horas a serem cumpridas em uma e/ou duas modalidades:

- Trabalho monográfico desenvolvido individualmente abordando um tema específico de Relações Públicas, ou tema relacionado aos estudos do campo da Comunicação, de modo mais amplo, e/ou
- Trabalho aplicado de Relações Públicas, desenvolvido individualmente ou em grupo, em organizações do primeiro, segundo e terceiro setores, com fundamentação, reflexão teórica e intervenção documentada.

Em ambos os casos, o Trabalho de Conclusão de Curso deverá ser orientado por professores do curso e

avaliado por uma banca composta por docentes e/ou profissionais, conforme regulamento institucional. O professor terá um número de horas para a orientação do TCC, juntamente com os discentes, e os alunos necessitarão cumprir uma carga horária maior para o desenvolvimento do TCC com atividades de pesquisa ou com práticas aplicadas para cumprir as 150 horas definidas. Especificamente, para o trabalho monográfico, é possível incluir nesta carga horária uma disciplina de pesquisa científica preparatória ao projeto de investigação proposto pelo estudante. Quanto à banca avaliadora, o convite a docentes do curso ou a profissionais do mercado depende da modalidade e da temática do trabalho desenvolvido.

Já as Atividades Complementares podem ser realizadas dentro ou fora da IES, de acordo com uma regulamentação institucional, destinada a validar estudos, atividades e práticas extracurriculares dos estudantes que devem cumprir 200 horas (presenciais ou à distância). Os recursos humanos e financeiros para esta carga horária estabelecida dependem da natureza das Atividades Complementares, havendo possibilidade de considerar: monitorias; estágios (não supervisionados); cursos/disciplinas em áreas afins; projetos de extensão; projetos de iniciação científica; publicações; participação em oficinas, eventos, seminários, congressos científicos e profissionais.

UMA POSSÍVEL IMPLANTAÇÃO DAS DIRETRIZES CURRICULARES DE 2013

A implantação das Diretrizes Curriculares parece ser o maior desafio das instituições de ensino superior, uma vez que os tópicos elencados acima exigem recursos humanos e financeiros. A questão é: como implantar as diretrizes de 2013

de forma adequada, com os recursos institucionais disponíveis? Não há uma resposta definitiva, e sim diversas possibilidades considerando as especificidades de cada IES. Porém, há princípios gerais para uma formação qualificada em Relações Públicas:

- a) Um projeto pedagógico e uma matriz curricular que privilegie a formação humanística, crítica, ética e multidisciplinar, característica da atividade profissional em sintonia com as demandas da sociedade. Também é recomendável haver disciplinas e atividades de livre escolha dos alunos, para possibilitar estudos diferenciados conforme os interesses dos discentes;
- b) Linhas de formação específicas, de acordo com a proposta institucional, e a definição de uma identidade mais precisa para o curso, conforme as demandas sociais e a inserção regional. Uma identidade bem definida para o curso, associada a uma preocupação social e à regionalização, beneficia o egresso em termos de conhecimento e de certificação institucional, diferenciando a IES das demais;
- c) Uma articulação teórico-prática que promova a conexão entre as disciplinas e entre os eixos de formação. O conhecimento e a análise das práticas profissionais de Relações Públicas estão no centro dos estudos, sendo o foco da formação. Os outros eixos (Comunicação, Geral e Suplementar) contribuem e fundamentam o ensino na medida em que oportunizam interfaces com teorias e técnicas de áreas afins;
- d) Uma atualização para a renovação de conhecimentos teórico-práticos, que é essencial para garantir a qualidade do ensino de Relações Públicas. Há necessidade de uma capacitação de professores, periodicamente, que pode ser

desenvolvida mediante atividades de pesquisa e de extensão. Também é possível incluir estudantes nestas atividades de pesquisa e de extensão, em um trabalho conjunto;

- e) Uma autonomia para a produção de conhecimento, a partir de projetos de pesquisa e de grupos de pesquisa. O conhecimento produzido é um capital cultural dos docentes, em parceria com os discentes, e do próprio curso que oportunizou esta produção acadêmica. A integração entre diversas áreas profissionais em pesquisas desenvolvidas pode contribuir para a análise das múltiplas perspectivas da área.

Portanto, os quatro eixos de formação e a proporcionalidade de cada um na matriz curricular precisam ser considerados, assim como a estrutura curricular e a carga horária recomendada. O Projeto Pedagógico do Curso de Relações Públicas necessita apresentar uma estrutura com um núcleo específico que revele a identidade do curso; uma estrutura flexível que promova a diversificação na formação do aluno; um perfil do egresso a atingir (o SER ideal de um egresso), com as habilidades a desenvolver (o FAZER ideal de um egresso) que oportunizem um exercício profissional adequado; uma integração entre teoria e prática, pesquisa básica e aplicada que possibilite uma formação baseada na produção de conhecimento.

Para desenvolver o Projeto Pedagógico do Curso com os aspectos essenciais das Diretrizes Curriculares Nacionais é fundamental observar a documentação existente direcionada a tal finalidade:

- Documentos do MEC - as Diretrizes Curriculares Nacionais para o Curso de Graduação em Relações Públicas, homologadas em 2013, e o instrumento de

avaliação de Cursos de Graduação que o Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais (INEP) adota para a autorização. O reconhecimento e a renovação de reconhecimento de cursos;

- Documentos da Área - a legislação de 1967 que regulamenta a profissão e a Resolução número 43 do CONFERP, de 2002, que atualiza a legislação, além de publicações de eventos acadêmicos que abordam as tendências da área, e de divulgações a respeito de tendências do mercado profissional;
- Documentos da Instituição de Ensino Superior – as orientações institucionais para a elaboração do Projeto Pedagógico do Curso e o Projeto Pedagógico vigente do Curso de Relações Públicas (se houver).

A construção do Projeto Pedagógico do Curso é cercada de muitas dúvidas e os documentos citados acima podem auxiliar na tomada de decisões. Merece registro o fato das conclusões do *“Parlamento Nacional de Relações Públicas”* (1997) terem sido decisivas para a Resolução nº 43 do CONFERP (2002) e terem sido observadas para a Resolução nº 16, do CNE/MEC que fixou as Diretrizes Curriculares da Área de Comunicação Social e suas Habilitações (2002). E ambos os documentos de 2002 contribuíram na elaboração das novas Diretrizes Curriculares Nacionais para o Curso de Graduação em Relações Públicas (2013).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Uma possível definição de Relações Públicas possui várias categorias teóricas que merecem um estudo aprofundado e um debate sobre suas próprias práticas. Então,

a administração do processo de relacionamentos pelas ações de comunicação entre públicos e organizações, tendo a informação como matéria-prima da atividade, pode ser o fundamento que norteará o ensino da área. Em decorrência, é preciso compreender a amplitude de cada termo: Qual a definição de administração? O que significa um processo de relacionamentos? Que tipos de relacionamentos podem ser considerados? O que são ações de comunicação? Quais os conceitos de comunicação? Como ocorre a comunicação entre públicos e organizações? Que tipos de públicos podem ser considerados? Como mapear estes públicos? Quais as características das organizações? Como a informação pode ser matéria-prima da atividade? Quais os conceitos de informação? Quais as perspectivas e tendências de Relações Públicas? E a pergunta mais relevante: por que estudar Relações Públicas a partir deste fundamento?

A busca de respostas a estes questionamentos estará presente nas disciplinas, nas atividades laboratoriais, nos seminários, nas oficinas planejadas conforme o Projeto Pedagógico do Curso. A discussão da atividade-meio, que emprega muitos profissionais no mercado, está vinculada às tecnologias digitais e às mídias sociais, possibilitando aos alunos estabelecer, futuramente, transações nacionais e internacionais no mundo dos negócios. O egresso do Curso de Relações Públicas precisa SER um cidadão do mundo para um FAZER mediante práticas multiculturais, multifuncionais, multidisciplinares, exercidas de forma humanística, crítica e ética.

O Projeto Pedagógico do Curso depende de tendências curriculares incorporadas na proposta para a formação em Relações Públicas. Há três tendências básicas (Moreira, 1995) que permeiam os estudos desenvolvidos

sobre Currículo, revelando o posicionamento institucional e estratégico para o ensino de uma área.

- a) Especialização do Fazer – no qual o planejamento curricular está centrado em disciplinas (currículo tecnocrático), podendo ser caracterizado como um currículo formal baseado em uma matriz de disciplinas;
- b) Reflexão humanista sobre o Fazer – no qual a construção curricular ocorre a partir de experiências das pessoas (currículo humanista), podendo ser caracterizado como um currículo em ação com base em demandas da sociedade;
- c) Reflexão crítica sobre o Fazer – no qual a construção curricular acontece a partir de uma visão crítica (currículo emancipatório), podendo ser caracterizado como uma revelação do currículo oculto para uma transformação social.

Com as Diretrizes Curriculares Nacionais, homologadas em 2013, a tendência é elaborar um Projeto Pedagógico para o Curso de Relações Públicas sob a vertente da Reflexão humanista sobre o Fazer. Esta pode ser considerada uma etapa superior à vertente indicada como Especialização do Fazer, que estava em sintonia com o último currículo mínimo estabelecido pelo MEC, em 1984. Assim, o momento atual é de adaptação ou reestruturação dos Projetos Pedagógicos dos Cursos de Relações Públicas. Implantar as Diretrizes Curriculares Nacionais é um desafio para as IES. Porém, um desafio ainda maior é construir um projeto de curso centrado em uma reflexão humanista sobre o seu Fazer para o egresso Ser um profissional de Relações Públicas a frente de seu tempo.

REFERÊNCIAS

Diretrizes Curriculares da área de Comunicação Social e suas habilitações. Resolução nº 16. Brasília/DF: CNE/MEC, 2002.

Diretrizes Curriculares Nacionais do curso de graduação em Relações Públicas. Resolução nº 2. Brasília/DF: CNE/MEC, 2013.

(http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_content&id=12991:diretrizes-curriculares-cursos-de-graduacao)

Instrumento de avaliação de cursos de graduação presencial e à distância. Brasília/DF: INEP, 2012.
(<http://portal.inep.gov.br/superior-condicoesdeensino-manuais>)

MOREIRA, Antonio Flavio Barbosa. **Currículos e programas no Brasil.** 2.ed. Campinas/SP: Papirus, 1995. (Coleção Magistério: Formação e Trabalho Pedagógico)

MOURA, Cláudia Peixoto de. **O Curso de Comunicação Social no Brasil: do currículo mínimo às novas diretrizes curriculares.** Porto Alegre/RS: Edipucrs, 2002. (Coleção Comunicação)

Parlamento Nacional de Relações Públicas. Documento conclusivo. Atibaia/SP: CONFERP, 1997.

(http://www.conferp.org.br/wp-content/uploads/2014/03/1_atibaia.pdf)

Resolução Normativa nº 43. Brasília/DF: CONFERP, 2002.
(<http://www.conferp.org.br>)

A APLICAÇÃO DAS NOVAS DIRETRIZES CURRICULARES: OPORTUNIDADE PARA O REENCONTRO DO ENSINO DE JORNALISMO COM O QUE FOI PERDIDO EM SUA HISTÓRIA²²

Eduardo Meditsch

Professor da Universidade Federal de Santa Catarina desde 1982 e Pesquisador do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) desde 2000. Jornalista formado pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (1979), tem Mestrado em Comunicação pela Universidade de São Paulo (1990) e Doutorado em Ciências da Comunicação pela Universidade Nova de Lisboa, em Portugal (1997). Foi coordenador do GT Estudos sobre Periodismo da Alaic entre 1998 e 2007. Fez estágio-sênior de Pós-Doutorado na University of Texas at Austin em 2010/2011. Integrou a Comissão de Especialistas que elaborou a proposta das Diretrizes Curriculares Nacionais para os Cursos de Jornalismo aprovadas pelo Conselho Nacional de Educação em 2013.

²² Este texto é uma versão escrita da apresentação feita pelo autor no Seminário de Ensino de Graduação em Comunicação - Ensicom durante o XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Intercom 2014 - realizado em Foz do Iguaçu, no Paraná.

As faculdades brasileiras de jornalismo vivem desde 2013 um intenso debate sobre os seus currículos. O Conselho Nacional de Educação aprovou então as novas diretrizes curriculares nacionais, que restabelecem a autonomia dos cursos dentro da área da Comunicação, que havia sido suprimida no Brasil após o Golpe de 1964. Mas o debate sobre as vantagens e desvantagens desta mudança que ocorre hoje expressa mais as expectativas e os receios de alterações nas posições de poder dentro das faculdades - entre professores oriundos do meio profissional e das ciências humanas - do que o de uma correção do curso histórico desviado há 50 anos por imposições políticas e militares. Meio século depois, a história dos motivos que fizeram surgir uma nova área acadêmica chamada Comunicação, que redirecionou as escolas de Jornalismo no Brasil e no mundo, foi quase completamente apagada. As escolas de todo o Brasil tem até outubro de 2015 para se adaptar ao novo currículo, e até lá o debate interno vai ser intenso, como as contradições que foram sendo armadas durante todo esse percurso histórico.

A perda dessa memória tem várias possíveis explicações. A mais óbvia, é de que se trata, em grande parte, de uma história secreta. Pesquisadores que tentaram vasculhá-la a partir dos Estados Unidos, como o historiador Timothy Glander (2009) e o jornalista investigativo Christopher Simpson (1994), esbarraram na resistência do governo norteamericano em abrir seus arquivos a respeito. A criação da área acadêmica da Comunicação fez parte da estratégia de Guerra Psicológica do governo dos Estados Unidos, que envolveu financiamentos militares secretos a instituições e personalidades acadêmicas para realizar pesquisas e dar consultorias em ações internas e externas que até hoje não podem ser reveladas.

A instrumentalização do ensino de jornalismo pela política externa norteamericana é quase tão antiga quanto esta área acadêmica. A primeira faculdade foi fundada na Universidade de Missouri em 1908, e cinco anos depois seu diretor, Walter Williams, já percorria o mundo a serviço do governo federal, com o patrocínio de uma fundação privada. A exportação do modelo americano de fazer e ensinar jornalismo, com a perspectiva de expansão econômica e dominação cultural, fez muito sucesso para a política de panamericanismo inspirada na Doutrina Monroe, que reservava o futuro da América para os Americanos. Mas não se restringiu à América, e a faculdade pioneira de Missouri espalhou seu modelo para os vários continentes, como na faculdade montada para o Kuonmitang do generalíssimo Chiang Kai-shek, na China (WEINBERG, 2008). A Escola de Pulitzer, na Universidade de Columbia, também participou deste esforço, tanto no Oriente como na América Latina, onde ajudou a criar a Faculdade de Jornalismo da Universidade Central da Venezuela com verbas secretas da indústria petrolífera (BOYLAN, 2003).

Mas, como neste caso, a doutrina democrática da liberdade de imprensa, que sustentava o ideário do jornalismo estadunidense, entrava em choque com a realidade das ditaduras implantadas com apoio norteamericano por todo o terceiro mundo. Foi para resolver melhor esta equação que o establishment de Washington buscou apoio acadêmico a partir da Segunda Guerra. E o exemplo a seguir foi o de Hitler.

A Alemanha possuía a mais avançada "Ciência dos Jornais" no início do Século XX. Com a ascensão do nazismo ao poder e sua intervenção nas universidades, este conhecimento foi posto a serviço do partido, subsidiando o trabalho do Ministério da Propaganda de Goebbels, que apoiou a transformação da Ciência Jornalística em Ciência

Publicística, para mobilizar todas as formas de publicação existentes em torno do pensamento único do III Reich.

A Publicística alemã foi chamada Comunicação de Massa nos Estados Unidos. Os acadêmicos que se reuniram em torno do Office of War Information na Segunda Guerra Mundial foram os responsáveis pela institucionalização da nova ciência, ao mesmo tempo em que continuavam prestando serviços às áreas militar e da inteligência durante a Guerra Fria. O primeiro doutorado em Comunicação de Massa foi implantado no mesmo ano na Universidade de Illinois, sob a liderança de Wilbur Schramm, um professor de literatura feito diretor de uma escola de jornalismo. Um segundo centro de pesquisa seria fundado também por ele na Universidade de Stanford. Uma coletânea de textos organizada por Schramm e publicada em livro com o título *Mass Communications* é considerada a obra inaugural da nova ciência, e consolida os nomes dos que, a partir de então, seriam saudados como os patronos intelectuais da disciplina na história oficial do campo, escrita pelo próprio Schramm. De acordo com historiadores mais críticos, os textos eram versões, para consumo público, das pesquisas que os autores faziam secretamente para o governo.

Estes mesmos historiadores apontam que as verbas secretas - intermediadas por fundações como a Ford e a Rockefeller - e as indicações políticas, num período marcado pelo macarthismo, consolidaram o grupo no controle desta área acadêmica nos Estados Unidos. Para tanto foi feita uma verdadeira guerra de ocupação nas escolas de jornalismo, onde os professores vindos da área profissional, em geral pouco titulados e avessos à linguagem científica, tiveram pouca condição de resistir ao avanço dos novos doutores em Comunicação, estes geralmente com formação nas ciências sociais.

O grupo liderado por Wilbur Schramm passou a ter também um forte protagonismo internacional no período em que a Europa dependia dos Estados Unidos para se reerguer, e os norte-americanos firmavam as bases de sua hegemonia no Ocidente. Uma das entidades que teve forte influência neste processo foi a Unesco, na época amplamente dominada pela política externa norte-americana. A partir do final dos anos 1940, o braço de Comunicação e Cultura da ONU passou a se preocupar com a questão do ensino de jornalismo no mundo, realizando vários seminários para debater o tema. O resultado concreto desses seminários foi a proposta de criação de centros internacionais para a formação de professores de jornalismo, e o primeiro foi inaugurado em Estrasburgo, na França. A Escola de Estrasburgo iria se multiplicarem seguida, abrindo filiais para atuar na África, Ásia e América Latina. Para esta última, foi fundado o Centro Internacional de Estudos Superiores em Jornalismo para a América Latina (Ciespal), com sede em Quito, no Equador, com o apoio do governo, da universidade e da imprensa local.

Até o início dos anos 1960, prevaleceu ainda no ensino de jornalismo da América Latina a doutrina da liberdade de imprensa como bastião da democracia, o que por um lado ajudava a promover o *American Way of Life* mas por outro incomodava as ditaduras aliadas dos Estados Unidos no continente. Mas embora mantida por conveniência da mídia, a doutrina do jornalismo associado à liberdade e da democracia como propaganda contra o comunismo já não se sustentava num período em que os Estados Unidos apoiava mais ditaduras por todo o terceiro mundo. Como o Centro de Estudos Internacionais (CENIS) do Massachusetts Institute of Technologie (MIT) advertira, o próprio desenvolvimento industrial e urbano nos países pobres gerava expectativas na população que jamais poderiam ser atendidas, e essa

insatisfação tendia a ser capitalizada por partidos nacionalistas ou comunistas nos regimes democráticos. A solução seria a gestão do desenvolvimento desses países "de forma segura", através de governos autoritários.

Em consonância com essa nova orientação, os setores acadêmicos norte-americanos financiados pelo setor de Guerra Psicológica, cunharam então o conceito de "comunicação para o desenvolvimento", para substituir o ensino de jornalismo no terceiro mundo. A nova doutrina propunha que os países atrasados precisariam primeiro se desenvolver para depois alcançar a democracia. Nos países subdesenvolvidos, portanto, não caberia imitar um jornalismo nos moldes ocidentais, que ademais poderia alimentar conflitos que prejudicariam o seu desenvolvimento. Ao invés de jornalistas no sentido clássico, os países pobres precisariam de profissionais de um novo tipo, capazes ao mesmo tempo de dominar as linguagens dos diversos meios e de trabalhar de forma combinada com informação, relações públicas, publicidade comercial e propaganda política, de fazer pesquisa científica para embasar suas atividades e de compreender a função da censura quando necessária ao desenvolvimento. Este profissional se chamaria "jornalista para o desenvolvimento" nos países do oriente, e "comunicador polivalente" na América Latina. As escolas de jornalismo se transformariam em escolas de Ciências da Informação, num primeiro momento, mas logo depois seriam padronizadas em todo o continente, por orientação do Ciespal, com o nome de escolas de Comunicação Social. A ciência da liberdade, associada ao ideal democrático, dava lugar a uma nova ciência do controle social.

Os Cadernos de Jornalismo do Jornal do Brasil, editados por Alberto Dines, são reconhecidos como a mais importante publicação técnica de sua época. O seu segundo

número, publicado em 1965, é um documento sobre a forma ingênua e confusa como a Comunicação chegou ao Brasil, com três textos que tratam do assunto mas que não conversam entre si. No primeiro deles, o jornalista Pompeu de Sousa, professor da Universidade de Brasília, apresenta o seu projeto para a que seria a primeira Faculdade de Comunicação do país, mas que ainda mantinha a autonomia da identidade clássica do jornalismo ao lado de cursos também autônomos de Publicidade e Cinema. Um segundo texto era a tradução de parte do livro *Comunicação para o Desenvolvimento*, de Wilbur Schramm, apresentado como uma grande inovação teórica. E o terceiro, uma reflexão do professor de jornalismo norteamericano Curtis Macdongall sobre o que estava acontecendo nas faculdades de seu país: "Desde a II Grande Guerra, um determinado número de especialistas em Ciências Sociais começou a interessar-se em uma análise quantitativa dos diferentes aspectos da conduta social, em face da teoria da comunicabilidade. Muitas dessas descobertas são úteis ao propagandista, ao anunciante, ao consultor sobre relações públicas, a todos aqueles que tem ideias ou produtos para vender. O conhecimento do que pretendem é importante para o verdadeiro jornalista que é, afinal, o protetor das vítimas em potencial."

No tumultuado contexto do ano seguinte ao golpe de 1964, a advertência de Macdongall não foi ouvida, o projeto de Pompeu de Sousa foi abortado na UnB com sua demissão da universidade pelo regime, e substituído por um novo projeto de Comunicação para o Desenvolvimento, nos moldes propostos por Wilbur Schramm, que acabava com a formação específica em jornalismo. Em 1965 mesmo, o Ciespal realizava um Seminário Regional do Rio de Janeiro, com a presença do ministro da Educação, Suplicy de Lacerda -

responsável pela demissão de Pompeu e destruição do projeto de Darcy Ribeiro na UnB - onde um grupo de acadêmicos entusiasmados com o regime militar propôs o redirecionamento dos cursos de jornalismo para que fossem postos a serviço da guerra psicológica contra o comunismo (BELTRÃO, 1965). A Comunicação para a guerra fria substituiria o ensino de jornalismo nos currículos mínimos obrigatórios que foram decretados pelos militares em 1965 e 1969, redigidos pelo jornalista e acadêmico Celso Kelly, que assumiu a presidência da Associação Brasileira de Imprensa após o golpe.

No entanto, a reação das escolas foi grande à supressão do jornalismo no currículo, e a saída foi conciliar a proposta da Comunicação com a formação profissional através da criação de especializações - chamadas de habilitações nos currículos. As grades curriculares comportariam uma parte comum a todas - a da Teoria da Comunicação - e uma parte específica para jornalismo, publicidade, relações públicas, e comunicação polivalente, que se tornaria uma especialização a mais, logo posta em desuso. Esta conciliação pragmática, no entanto, teve como efeito romper o elo entre teoria e prática nos cursos, já que a teoria era pensada para um modelo de profissional que as escolas jamais formaram em nosso país.

Mas este não foi o único percalço da história da comunicação para o desenvolvimento na América Latina, onde, em geral, ela prosperou mais do que no Brasil, e as faculdades seguem ainda hoje formando "licenciados em Comunicação", e não jornalistas ou publicitários. Ocorre que uma virada de mesa na Unesco nos anos 1980 tirou os Estados Unidos do controle da instituição, que passou para mãos europeias. Em consequência, houve uma aproximação entre a social democracia do velho continente e as esquerdas

do terceiro mundo, que resultou na proposta de uma nova ordem mundial da comunicação. Nas escolas da Unesco, como a Ciespal do Equador, essa virada colocou a proposta da comunicação para o desenvolvimento nas mãos de intelectuais de esquerda, que a interpretaram numa perspectiva emancipadora para os povos latinoamericanos. O feitiço havia virado contra o feiticeiro, e as escolas de Comunicação do continente se tornaram vozes críticas tanto da mídia tradicional como do imperialismo norteamericano.

Com esta virada, nos anos 1980s, as escolas também se tornaram laboratórios de comunicação alternativa, mas com o fim das ditaduras, o fim da guerra fria e a despolitização das universidades que se seguiu, este potencial foi sendo neutralizado por uma postura cada vez mais acadêmica. Uma postura ainda crítica à mídia, mas sem proposta de intervenção na realidade. Nos anos 1990s, o Brasil assistiu à consolidação da pós-graduação em Comunicação, que começou a construir o status científico de cuja falta a área se ressentia, sob a liderança dos cientistas sociais que se incorporaram ao campo nessas fases anteriores. Mas o vínculo entre teoria e prática no jornalismo, perdido pela intervenção política nas escolas durante a Guerra Fria, não foi retomado nessas fases posteriores. No período de hegemonia e militância de esquerda, porque o leninismo sempre teve dificuldade para situar o papel do jornalismo fora da propaganda, o que acabava por reforçar a tese da guerra psicológica. E na fase pós Guerra Fria, porque a hegemonia dos cientistas vindos das áreas de humanas, dentro das escolas, fez com que elas se desinteressassem pelas práticas profissionais que não fossem as das suas áreas de origem, voltadas para a própria vida acadêmica.

Esta nova situação levou a um desequilíbrio, que levou defensores do ideal profissional, como o prêmio nobel

colombiano Gabriel García Márquez, a buscar alternativas ao criar a sua Fundação Nuevo Periodismo Iberoamericano: "A ansiedade de que o jornalismo recupere seu prestígio é percebida em todo lugar. As faculdades de Comunicação são alvo de críticas ácidas, e nem sempre sem razão. Talvez a origem de seu infortúnio seja ensinar muitas coisas úteis para o ofício, mas muito pouco do próprio ofício." (GARCÍA MÁRQUEZ, 2011).

Também a Unesco, no início do novo século, revisou a sua posição histórica, e num contexto em que o mundo em desenvolvimento volta a conviver com a democracia, propôs um novo currículo-modelo para os cursos das nações emergentes em que eles deixam de ser de Comunicação e voltam a ser identificados como de Jornalismo.

Foi nessa nova onda em que o MEC tomou a iniciativa de criar as Diretrizes Curriculares Nacionais específicas para o Jornalismo e as outras profissões da área da Comunicação. As entidades profissionais e acadêmicas do jornalismo participaram da elaboração e apoiaram a medida, mas não houve consenso a respeito disso na área maior da Comunicação, onde outras entidades, como por exemplo a Compós, que representa a pósgraduação, protestaram contra as novas diretrizes e defenderam a volta do "comunicador polivalente" inventado na Guerra Fria.

Mas como lembrou o professor Marques de Melo, presidente da Comissão de Especialistas que assessorou o MEC na elaboração das novas diretrizes, durante encontro sobre o tema promovido pela Socicom na ECA-USP em fevereiro de 2014, o sentido das novas diretrizes é adequar os cursos à necessidade da sociedade brasileira de formar jornalistas capacitados a lidar com os desafios colocados para a profissão neste momento histórico da democracia brasileira.

Lembrou que a transformação dos Cursos de Jornalismo em Cursos de Comunicação foi uma imposição da ditadura militar orientada por objetivos da Guerra Fria, e que embora a área acadêmica tenha superado aquelas orientações voltadas para o controle social em seu desenvolvimento histórico, a estrutura dos Cursos de Comunicação com suas habilitações até agora não recuperou o elo entre a produção acadêmica e a prática que foi perdido naquele momento, e em consequência não dá conta de maneira satisfatória das necessidades de formação de jornalistas para atuarem numa sociedade democrática.

Neste sentido, tenho enfatizado a aplicação das diretrizes como uma oportunidade histórica de superar a dicotomia entre teoria e prática em nossos cursos, uma vez que a norma aprovada no CNE acaba com a ambiguidade entre formar para a prática do jornalismo e formar para a área acadêmica da comunicação, definindo objetivos bem claros e coerentes neste sentido. Ao contrário do que afirmam alguns críticos das novas diretrizes (de Jornalismo, RP, Cinema e Audiovisual, etc.), isso não significa um rompimento com a área maior da Comunicação, mas o seu revigoramento como ciência aplicada, com a retomada do vínculo com as profissões que lhe deram origem e justificam a sua existência.

O perfil do egresso, definido no Art. 5, não deixa dúvidas a este respeito, e deve ser tomado como o norte em relação ao qual todo o projeto pedagógico e a grade curricular devem se voltar:

Art. 5º O concluinte do curso de Jornalismo deve estar apto para o desempenho profissional de jornalista, com formação acadêmica generalista, humanista, crítica, ética e reflexiva, capacitando-o, dessa forma, a atuar como produtor intelectual e agente da cidadania, capaz de responder, por um

lado, à complexidade e ao pluralismo característicos da sociedade e da cultura contemporâneas, e, por outro, possuir os fundamentos teóricos e técnicos especializados, o que lhe proporcionará clareza e segurança para o exercício de sua função social específica, de identidade profissional singular e diferenciada em relação ao campo maior da comunicação social.

Uma série de indicativos listados no Art. 4 tornam ainda mais claro que os novos projetos pedagógicos e currículos devem representar uma quebra de paradigma em relação aos atuais cursos de Comunicação. Afinal, as diretrizes foram estruturadas a partir de um diagnóstico (disponível na íntegra no documento original da Comissão) que aponta as falhas da concepção atualmente em vigor nas escolas para a formação de jornalistas e propõe a sua revisão, perspectiva esta que depois de intenso debate nacional foi incorporada na norma do CNE:

Art. 4º A elaboração do projeto pedagógico do curso de bacharelado em Jornalismo deverá observar os seguintes indicativos:

I - formar profissionais com competência teórica, técnica, tecnológica, ética, estética para atuar criticamente na profissão, de modo responsável, produzindo assim seu aprimoramento;

II - enfatizar, em sua formação, o espírito empreendedor e o domínio científico, de forma que sejam capazes de produzir pesquisa, conceber, executar e avaliar projetos inovadores que respondam às exigências contemporâneas e ampliem a atuação profissional em novos campos, projetando a função social da profissão em contextos ainda não delineados no presente;

III - orientar a formação teórica e técnica para as especificidades do jornalismo, com grande atenção à prática profissional, dentro de padrões internacionalmente reconhecidos, comprometidos com a liberdade de expressão, o direito à informação, a dignidade do exercício profissional e o interesse público;

IV - aprofundar o compromisso com a profissão e os seus valores, por meio da elevação da autoestima profissional, dando ênfase à formação do jornalista como intelectual, produtor e/ou articulador de informações e conhecimentos sobre a atualidade, em todos os seus aspectos;

V - preparar profissionais para atuar num contexto de mutação tecnológica constante no qual, além de dominar as técnicas e as ferramentas contemporâneas, é preciso conhecê-las em seus princípios para transformá-las na medida das exigências do presente;

VI - ter como horizonte profissional o ambiente regido pela convergência tecnológica, em que o jornalismo impresso, embora conserve a sua importância no conjunto midiático, não seja a espinha dorsal do espaço de trabalho, nem dite as referências da profissão;

VII - incluir, na formação profissional, as rotinas de trabalho do jornalista em assessoria a instituições de todos os tipos;

VIII - atentar para a necessidade de preparar profissionais que possam exercer dignamente a atividade como autônomos em contexto econômico cuja oferta de emprego não cresce na mesma proporção que a oferta de mão-de-obra;

IX - instituir a graduação como etapa de formação profissional continuada e permanente.

A partir desse novo perfil do egresso e dos indicativos para o projeto pedagógico coerentes com o seu alcance é que são definidas no Parágrafo Único do Artigo 5o. as competências esperadas dos profissionais formados nos cursos (gerais, cognitivas, pragmáticas e comportamentais) e que não estão sendo desenvolvidas de maneira satisfatória nos atuais cursos de Comunicação. Vale a pena refletir sobre elas na realização da tarefa dos Núcleos Docentes Estruturantes:

Parágrafo único. Nessa perspectiva, as competências, habilidades, conhecimentos, atitudes e valores a serem desenvolvidos incluem:

I - Competências gerais:

a) compreender e valorizar, como conquistas históricas da cidadania e indicadores de um estágio avançado de civilização, em processo constante de riscos e aperfeiçoamento: o regime democrático, o pluralismo de ideias e de opiniões, a cultura da paz, os direitos humanos, as liberdades públicas, a justiça social e o desenvolvimento sustentável;

b) conhecer, em sua unicidade e complexidade intrínsecas, a história, a cultura e a realidade social, econômica e política brasileira, considerando especialmente a diversidade regional, os contextos latino-americano e ibero-americano, o eixo sul-sul e o processo de internacionalização da produção jornalística;

c) identificar e reconhecer a relevância e o interesse público entre os temas da atualidade;

d) *distinguir entre o verdadeiro e o falso a partir de um sistema de referências éticas e profissionais;*

e) *pesquisar, selecionar e analisar informações em qualquer campo de conhecimento específico;*

f) *dominar a expressão oral e a escrita em língua portuguesa;*

g) *ter domínio instrumental de, pelo menos, dois outros idiomas - preferencialmente inglês e espanhol, integrantes que são do contexto geopolítico em que o Brasil está inserido;*

h) *interagir com pessoas e grupos sociais de formações e culturas diversas e diferentes níveis de escolaridade;*

i) *ser capaz de trabalhar em equipes profissionais multifacetadas;*

j) *saber utilizar as tecnologias de informação e comunicação;*

k) *pautar-se pela inovação permanente de métodos, técnicas e procedimentos;*

l) *cultivar a curiosidade sobre os mais diversos assuntos e a humildade em relação ao conhecimento;*

m) *Compreender que o aprendizado é permanente;*

n) *saber conviver com o poder, a fama e a celebridade, mantendo a independência e o distanciamento necessários em relação a eles;*

o) *perceber constrangimentos à atuação profissional e desenvolver senso crítico em relação a isso;*

p) procurar ou criar alternativas para o aperfeiçoamento das práticas profissionais;

q) atuar sempre com discernimento ético.

II - Competências cognitivas:

a) conhecer a história, os fundamentos e os cânones profissionais do jornalismo;

b) conhecer a construção histórica e os fundamentos da cidadania;

c) compreender e valorizar o papel do jornalismo na democracia e no exercício da cidadania;

d) compreender as especificidades éticas, técnicas e estéticas do jornalismo, em sua complexidade de linguagem e como forma diferenciada de produção e socialização de informação e conhecimento sobre a realidade;

e) discernir os objetivos e as lógicas de funcionamento das instituições privadas, estatais, públicas, partidárias, religiosas ou de outra natureza em que o jornalismo é exercido, assim como as influências do contexto sobre esse exercício.

III - Competências pragmáticas:

a) contextualizar, interpretar e explicar informações relevantes da atualidade, agregando-lhes elementos de elucidação necessários à compreensão da realidade;

b) perseguir elevado grau de precisão no registro e na interpretação dos fatos noticiáveis;

c) propor, planejar, executar e avaliar projetos na área de jornalismo;

d) *organizar pautas e planejar coberturas jornalísticas;*

e) *formular questões e conduzir entrevistas;*

f) *adotar critérios de rigor e independência na seleção das fontes e no relacionamento profissional com elas, tendo em vista o princípio da pluralidade, o favorecimento do debate, o aprofundamento da investigação e a garantia social da veracidade;*

g) *dominar metodologias jornalísticas de apuração, depuração, aferição, além das de produzir, editar e difundir;*

h) *conhecer conceitos e dominar técnicas dos gêneros jornalísticos;*

i) *produzir enunciados jornalísticos com clareza, rigor e correção e ser capaz de editá-los em espaços e períodos de tempo limitados;*

j) *traduzir em linguagem jornalística, preservando-os, conteúdos originalmente formulados em linguagens técnico-científicas, mas cuja relevância social justifique e/ou exija disseminação não especializada;*

k) *elaborar, coordenar e executar projetos editoriais de cunho jornalístico para diferentes tipos de instituições e públicos;*

l) *elaborar, coordenar e executar projetos de assessoria jornalística a instituições legalmente constituídas de qualquer natureza, assim como projetos de jornalismo em comunicação comunitária, estratégica ou corporativa;*

m) compreender, dominar e gerir processos de produção jornalística, bem como ser capaz de aperfeiçoá-los pela inovação e pelo exercício do raciocínio crítico;

n) dominar linguagens midiáticas e formatos discursivos, utilizados nos processos de produção jornalística nos diferentes meios e modalidades tecnológicas de comunicação;

o) dominar o instrumental tecnológico - hardware e software - utilizado na produção jornalística;

p) avaliar criticamente produtos e práticas jornalísticas.

V Competências comportamentais:

a) perceber a importância e os mecanismos da regulamentação político-jurídica da profissão e da área de comunicação social;

b) identificar, estudar e analisar questões éticas e deontológicas no jornalismo;

c) conhecer e respeitar os princípios éticos e as normas deontológicas da profissão;

d) avaliar, à luz de valores éticos, as razões e os efeitos das ações jornalísticas;

e) atentar para os processos que envolvam a recepção de mensagens jornalísticas e o seu impacto sobre os diversos setores da sociedade;

f) impor aos critérios, às decisões e às escolhas da atividade profissional as razões do interesse público;

g) exercer, sobre os poderes constituídos, fiscalização comprometida com a verdade dos fatos, o direito

dos cidadãos à informação e o livre trânsito das ideias e das mais diversas opiniões.

Ao contrário do que tem dito alguns críticos das novas diretrizes, essa quebra de paradigma não significa um abandono da teoria ou da pesquisa científica nos cursos: pelo contrário, significa a sua valorização, dando-lhe coerência e sentido na formação profissional de jornalistas como produtores intelectuais. Não se trata de uma opção pelo tecnicismo, mas de uma exigência de reorientação dos conteúdos teóricos ministrados nos cursos, que pela norma não devem ocupar menos de 50% de toda a carga horária de disciplinas. Uma reorientação para que façam mais sentido na formação dos alunos enquanto intelectuais, com uma visão ampla, generalista e humanista, mas ao mesmo tempo especializada, uma vez que o jornalismo, como produção de conhecimento, tem uma perspectiva diferenciada em relação a da ciência e a da arte.

O objetivo principal do curso de graduação não é de formar acadêmicos - tarefa da pós graduação - mas sim profissionais. No entanto, o conhecimento acadêmico é imprescindível nesta formação profissional. Não um conhecimento acadêmico qualquer, orientado segundo os interesses idiossincráticos dos docentes, que muitas vezes se afastaram muito das necessidades da prática. Esta é uma distorção provocada pela estrutura departamental da universidade, já apontada por muitos estudos de especialistas em educação superior, que prejudica principalmente as áreas de ciência aplicada, e está bastante evidente na nossa área.

Se é claro que o jornalista, como intelectual, necessita de uma sólida capacidade de interpretação da realidade e de uma ampla cultura geral - e aí quase todo o conhecimento acadêmico costuma ser útil - também é

evidente que o curso de graduação tem duração limitada para lhe garantir o que só alcançará ao longo de muitos anos, num processo de formação permanente. Por isso o projeto pedagógico precisa ser focado nos conteúdos acadêmicos que são imprescindíveis a um bacharel em jornalismo. Isso pode tirar muitos docentes e departamentos de suas atuais zonas de conforto, e explica grande parte da resistência à mudança em relação às novas diretrizes. Mas é uma questão que precisa ser enfrentada pragmaticamente, com o devido respeito pelas diferenças, equilibrando determinação e diplomacia para enfrentar as resistências pessoais e corporativas.

As diretrizes curriculares, no entanto, não são um currículo mínimo obrigatório, e por isso não impõem disciplinas. Essas deverão ser estruturadas livre e criativamente pelas instituições, a partir das indicações das diretrizes interpretadas com base na localização e vocação de cada instituição, de sua história, experiência e inserção particulares. O resultado deve, sim, representar a aplicação do que está sendo proposto, mas de uma maneira sempre original e coerente. Cada instituição tem suas particularidades que lhe definem oportunidades e limitações, tem tradições, seus pontos fortes e fracos - são públicas, privadas, comunitárias; estão em grandes cidades ou em pequenas localidades do interior; tem clientela local, regional ou nacional, formam profissionais para atuar em várias funções e em diferentes âmbitos geográficos; são escolas isoladas ou fazem parte de universidades; tem relações com o mercado, com o setor público, com movimentos sociais - e os projetos pedagógicas de cada uma devem procurar tirar o maior proveito dessas particularidades e superar suas limitações. Não serão - e não devem ser - todos iguais.

No encontro da Socicom em São Paulo se questionou se os eixos de formação propostos representavam as disciplinas a serem oferecidas, e se sugeriam já um certo ordenamento das mesmas. Nem uma coisa nem outra. Os eixos apontam os conteúdos imprescindíveis; mas a forma como serão ministrados, as disciplinas ou outras atividades em que serão contemplados, onde isso vai aparecer na grade, se serão ministrados isoladamente ou reunidos com outros conteúdos interdisciplinarmente, tudo isso fica a critério dos Núcleos Docentes Estruturantes na elaboração dos projetos pedagógicos.

No entanto, algumas indicações precisam ser observadas. O Eixo número I, por exemplo, aponta:

I - Eixo de fundamentação humanística, cujo objetivo é capacitar o jornalista para exercer a sua função intelectual de produtor e difusor de informações e conhecimentos de interesse para a cidadania, privilegiando a realidade brasileira, como formação histórica, estrutura jurídica e instituições políticas contemporâneas; sua geografia humana e economia política; suas raízes étnicas, regiões ecológicas, cultura popular, crenças e tradições; arte, literatura, ciência, tecnologia, bem como os fatores essenciais para o fortalecimento da democracia, entre eles as relações internacionais, a diversidade cultural, os direitos individuais e coletivos; as políticas públicas, o desenvolvimento sustentável, as oportunidades de esportes, lazer e entretenimento e o acesso aos bens culturais da humanidade, sem se descuidar dos processos de globalização, regionalização e das singularidades locais, comunitárias e da vida cotidiana.

Isso significa também uma quebra de paradigma em relação ao que se tem utilizado como formação

humanística em muitos cursos de comunicação, e que são disciplinas básicas e conceituais de sociologia, antropologia, psicologia, etc. É claro, mais uma vez, que esses conteúdos conceituais podem ser úteis para a cultura geral e a formação científica do aluno, mas um jornalista precisa antes conhecer a realidade do que conhecer conceitos de outras ciências humanas. Os conceitos são úteis como ferramentas na medida em que sirvam para ajudá-lo a conhecer e interpretar a realidade. Neste sentido, mais do que disciplinas básicas conceituais, o que se espera que os alunos conheçam num curso de jornalismo são as grandes obras das ciências humanas que apresentam e explicam nossa realidade, a história, a política, a geografia, a economia, a sociedade e a cultura contemporâneas, nos níveis local, regional, nacional e internacional. As disciplinas introdutórias das outras ciências humanas podem aparecer no projeto como atividade complementar, não podem substituir esses conteúdos essenciais. Um jornalista não pode ser um alienado no mundo em que vive e trabalha, para usar um termo um pouco fora da moda.

O segundo eixo, também teórico, trata da fundamentação específica, ou seja, relacionada ao jornalismo. As questões relacionadas à mídia em geral e à comunicação numa perspectiva mais abrangente não entram aqui, estão num outro eixo. Aqui, o que entra é o que é especificamente jornalístico (e que está ausente ou insuficientemente desenvolvido nos atuais cursos de comunicação):

II - Eixo de fundamentação específica, cuja função é proporcionar ao jornalista clareza conceitual e visão crítica sobre a especificidade de sua profissão, tais como: fundamentos históricos, taxonômicos, éticos, epistemológicos; ordenamento jurídico e deontológico; instituições, pensadores e obras canônicas; manifestações públicas, industriais e

comunitárias; os instrumentos de autorregulação; observação crítica; análise comparada; revisão da pesquisa científica sobre os paradigmas hegemônicos e as tendências emergentes.

Aqui se trata de conhecer a natureza do jornalismo e ter informação sobre as suas manifestações, suas origens, suas instituições, suas possibilidades e limitações. Não se admite que um bacharel em jornalismo seja incapaz de conceituar jornalismo, como se viu no debate sobre a exigência do diploma, ou que não seja capaz de distinguir entre os conceitos de mídia e jornalismo. Não se admite que não tenha cultura jornalística, que ignore as obras canônicas, seus pensadores, o estado da arte da produção científica sobre jornalismo. Não pode ignorar o que se passa no mundo do jornalismo na esfera local, nacional e internacional.

Numa de suas últimas entrevistas, o professor norte-americano James Carey observou que ao contrário do que ocorre na área acadêmica da Literatura, na de Comunicação não se dá referências aos alunos a partir das obras canônicas. Lá se estuda os melhores autores e suas obras e se diz aos alunos: "isso é literatura". Na área de comunicação, se escolhe os mais vexatórios exemplos, onde o jornalismo não cumpre adequadamente seu papel cultural e se diz aos alunos: "isso é jornalismo." Obviamente, essa perspectiva tem que mudar se quisermos formar profissionais capazes de aperfeiçoar o jornalismo existente. Um bacharel em jornalismo tem que ter uma forte cultura jornalística e clareza sobre os melhores padrões profissionais, e é o que este segundo eixo teórico deve proporcionar. As questões relacionadas à mídia e à comunicação social e humana numa perspectiva mais ampla entram no terceiro eixo teórico:

III - Eixo de fundamentação contextual, que tem por escopo embasar o conhecimento das teorias da comunicação, informação e cibercultura, em suas dimensões filosóficas, políticas, psicológicas e socioculturais, o que deve incluir as rotinas de produção e os processos de recepção, bem como a regulamentação dos sistemas midiáticos, em função do mercado potencial, além dos princípios que regem as áreas conexas.

É aqui que entra o conhecimento do estado da arte dos estudos da mídia e das Ciências da Comunicação, que não podem ser ignorados por um bacharel em Jornalismo mas também não substituem os conteúdos do eixo anterior, antes os complementam. Por isso a ênfase deve ser nos conteúdos teóricos -dentre os muitos das cada vez mais amplas Ciências da Comunicação -que melhor se apliquem à compreensão do Jornalismo. Também entram aqui teorias que podem ser vistas como instrumentais e que nem sempre estão presentes nos currículos de Comunicação, como a epistemologia, as ciências cognitivas, da linguagem e do discurso, a semiótica, as ciências da informação, que evoluíram muito com a revolução tecnológica e pouco tem a ver com a velha biblioteconomia, a retórica e a argumentação, a estatística aplicada, e assim por diante.

Os três primeiros eixos, que correspondem a 50% do total do curso, dão a fundamentação teórica à questão da prática que será trabalhada nos três seguintes, com o cuidado para que não se estabeleçam novas dicotomias entre os dois blocos. Para que isso seja evitado é possível tanto criar disciplinas e atividades com caráter interdisciplinar reunindo conteúdo dos vários blocos, quanto incluir uma parte teórica nas disciplinas mais próximas da técnica. Afinal, como observou o educador Paulo Freire, as técnicas são sempre teorias cristalizadas, uma vez que derivam de perspectivas

teóricas que criaram respostas a problemas práticos em determinadas circunstâncias históricas. No atual ambiente de mutação cultural e tecnológica acelerada, é imprescindível desvelar as teorias que estão por trás das técnicas e processos profissionais, seus fundamentos lógicos e suas convenções, mantidas muitas vezes por simples inércia, uma vez que já não basta reproduzi-los, e a universidade tem um papel fundamental e insubstituível na invenção do jornalismo que ainda está por vir.

No atual momento desta mutação isso significa ter como norte o jornalismo digital, a convergência multimídia e as novas formas de circulação da informação na sociedade, como as redes sociais, que estão redefinindo o papel do jornalismo. Isso significa superar uma concepção de currículo que até hoje teve o jornalismo impresso como centro. Mas o bom senso indica que não se abandone totalmente o que comprovadamente funcionou bem nesta fase (o jornalismo é o único curso universitário que ensina efetivamente a escrever, por exemplo), e que o fascínio pelas novas tecnologias não desvie o objetivo do curso, pois as ferramentas são um meio imprescindível de dominar mas não um fim em si, e as mais inovadoras hoje estarão obsoletas em poucos anos. As novas diretrizes podem durar uma ou duas décadas até a próxima atualização, e deve-se ter o cuidado de não fixar os currículos em tecnologias e processos datados, para evitar os transtornos que isso pode trazer. O último currículo mínimo, de 1984, foi em pouco tempo considerado desatualizado por incluir uma disciplina de videotexto, novíssima tecnologia da época, que antecedeu a internet, mas que ficou anacrônica rapidamente.

No debate sobre a prática profissional para a qual formamos nossos alunos, no encontro da Socicom, dois outros aspectos foram salientados: o primeiro, de que como em

outras profissões, a graduação deve dar a base para toda a carreira do estudante, e não apenas para o seu primeiro emprego - uma crítica que se faz aos cursos de jornalismo em diversos países por terem como norte apenas a formação de focas para trabalharem na mídia tradicional. Assim, a preparação para a prática deve ter em mente não apenas a formação de repórteres, mas também de todas as funções do jornalismo, inclusive de seu planejamento e gestão; e também não apenas a formação de futuros empregados, do setor privado ou público, mas também a capacitação para a sobrevivência como autônomos e para o empreendimento de novos projetos autossustentáveis, com ou sem fins lucrativos. Afinal, o modelo de negócio que historicamente sustentou o jornalismo está fazendo água e é preciso reinventá-lo, e o novo ambiente cultural e tecnológico é um momento extraordinário de oportunidades abertas neste sentido, de que a universidade não pode deixar de participar.

O segundo aspecto em relação à formação profissional para a vida inteira que os cursos devem garantir tem a ver com a observação do percurso dos nossos egressos que, em sua maioria, após alguns anos de passagem pela mídia, vão trabalhar em assessorias, na vida acadêmica, ou em outras funções não convencionais do jornalismo onde aplicam os conhecimentos obtidos na faculdade, quando não ingressam diretamente no mercado através dessas opções. Uma formação para a vida inteira não pode ficar de costas a esta realidade. Evidentemente, um curso de graduação de quatro anos não pode formar para tudo o que seus egressos possam a vir querer fazer em suas vidas profissionais, principalmente se for fora da profissão. Essa pretensão foi o erro da malograda concepção do "comunicador polivalente" que confundiu tanto a nossa área acadêmica, e deixou suas marcas até hoje em termos de

obscurantismo conceitual com consequências funestas para a integração entre teoria e prática.

A falta de clareza teórica sobre o Jornalismo - de que falamos acima - resultado da ausência de foco da Teoria da Comunicação - obstaculizou até hoje um debate necessário no campo sobre a natureza da assessoria de imprensa e de como se relaciona efetivamente com os fundamentos do Jornalismo. É um debate a ser aprofundado no ensino e na pesquisa em Jornalismo a partir de agora focados prioritariamente em seus próprios problemas teóricos. E o debate desses problemas teóricos deve estar presente necessariamente nos eixos que preparam o estudante para a prática.

O primeiro deles - o eixo 4 - trata dos fundamentos gerais do Jornalismo e dos processos que deles decorrem:

IV - Eixo de formação profissional, que objetiva fundamentar o conhecimento teórico e prático, familiarizando os estudantes com os processos de gestão, produção, métodos e técnicas de apuração, redação e edição jornalística, possibilitando-lhes investigar os acontecimentos relatados pelas fontes, bem como capacitá-los a exercer a crítica e a prática redacional em língua portuguesa, de acordo com os gêneros e os formatos jornalísticos instituídos, as inovações tecnológicas, retóricas e argumentativas.

Dentro desse quarto eixo se colocam as disciplinas de métodos e técnicas fundamentais de apuração, redação, produção audiovisual e gráfica, edição, etc., que são próprias do Jornalismo em todas as suas variantes midiáticas e especializadas. Privilegia-se aqui esta visão geral do Jornalismo como método e processo de produção de informação e conhecimento, independente das situações

particulares em que é exercido. A aplicação desses princípios, conhecimentos e habilidades gerais necessários à prática jornalística às diversas plataformas e editorias está prevista para os conteúdos do eixo 5:

V - Eixo de aplicação processual, cujo objetivo é o de fornecer ao jornalista ferramentas técnicas e metodológicas, de modo que possa efetuar coberturas em diferentes suportes: jornalismo impresso, radiojornalismo, telejornalismo, webjornalismo, assessorias de imprensa e outras demandas do mercado de trabalho.

E, finalmente, o eixo de número 6 propõe a experimentação integradora de todos os anteriores em atividades laboratoriais, que não devem mais se restringir ao impresso, e devem ser o mais próximos possíveis de uma experiência verdadeira de jornalismo, ou seja, com públicos bem definidos, periodicidades regulares, relação com fontes reais, sem que com isso deixem de lado o seu caráter experimental, voltado para a inovação e não para a reprodução da mídia tradicional.

VI - Eixo de prática laboratorial, que tem por objetivo adquirir conhecimentos e desenvolver habilidades inerentes à profissão a partir da aplicação de informações e valores. Possui a função de integrar os demais eixos, alicerçado em projetos editoriais definidos e orientados a públicos reais, com publicação efetiva e periodicidade regular, tais como: jornal, revista e livro, jornal mural, radiojornal, telejornal, webjornal, agência de notícias, assessoria de imprensa, entre outros.

A apresentação dos eixos está apresentada numa ordem lógica, mas isso não deve ser confundido com um ordenamento cronológico a ser dado às disciplinas numa grade curricular. Pelo contrário, a norma recomenda o

equilíbrio entre teoria e prática ao longo de todo o curso e a presença de atividades laboratoriais desde suas fases iniciais. A experiência pedagógica também aconselha a colocar o contato com a profissão e suas práticas desde o início do curso, tirando proveito da motivação e interesse dos estudantes, tanto para otimizar os resultados didáticos quanto para diminuir a evasão dos cursos. Os Núcleos Docentes Estruturantes que montarão os currículos de cada instituição tem liberdade e devem ter criatividade para agrupar e ordenar esses conteúdos em disciplinas que não estão definidas aqui (ficando a seu critério estabelecer ou não pré-requisitos), com o cuidado apenas de obter o melhor resultado pedagógico tendo em vista o perfil do egresso e as competências que o alunado deve adquirir no curso. É o que está definido nos artigos 8 e 9 da Resolução:

Art. 8º As instituições de educação superior têm ampla liberdade para, consoante seus projetos pedagógicos, selecionar, propor, denominar e ordenar as disciplinas do currículo a partir dos conteúdos, do perfil do egresso e das competências apontados anteriormente.

Parágrafo único. É valorizada a equidade entre as cargas horárias destinadas a cada um dos eixos de formação.

Art. 9º A organização curricular deverá valorizar o equilíbrio e a integração entre teoria e prática durante toda a duração do curso, observando os seguintes requisitos:

I - carga horária suficiente para distribuição estratégica e equilibrada dos eixos curriculares e demais atividades previstas;

II - distribuição das atividades laboratoriais, a partir do primeiro semestre, numa sequência progressiva, até a

conclusão do curso, de acordo com os níveis de complexidade e de aprendizagem;

III - garantia de oportunidade de conhecimento da realidade, nos contextos local, regional e nacional.

O parágrafo único do Art. 8 aponta para a equidade entre as cargas horárias destinadas aos seis eixos de formação. A questão das cargas horárias mínimas e máximas estão definidas nos Artigos 10, que estabelece 3000 horas como mínimo para o curso, incluindo 200 horas como mínimo para o estágio curricular. No entanto, estas, mais as atividades complementares, não podem exceder 20% do total (600 horas no caso do currículo se restringir às 3000):

Art. 10. A carga horária total do curso deve ser de, no mínimo, 3.000 (três mil) horas, sendo que, de acordo com a Resolução CNE/CES nº 2/2007, o estágio curricular supervisionado e as atividades complementares não poderão exceder a 20% (vinte por cento) da carga horária total do curso.

Parágrafo único. A carga horária mínima destinada ao estágio curricular supervisionado deve ser de 200 (duzentas) horas.

No encontro da Socicom, a questão do estágio foi apresentada pela professora Valci Zuculoto, representante da Fenaj. A Federação e os Sindicatos podem tirar as dúvidas a este respeito. O que as Diretrizes apontam é que o estágio pode ser feito no setor privado, no setor público, no terceiro setor ou na própria instituição de ensino (em suas assessorias de imprensa ou emissoras, por exemplo), e que não deve ser confundido com as atividades laboratoriais curriculares nem com os TCCs. Cada instituição deve elaborar uma regulamentação de estágio, que deve ser feito

necessariamente sob a supervisão de profissional formado no local de trabalho e acompanhamento de professor do curso. É o que define o Art. 12:

Art. 12. O estágio curricular supervisionado é componente obrigatório do currículo, tendo como objetivo consolidar práticas de desempenho profissional inerente ao perfil do formando, definido em cada instituição por seus colegiados acadêmicos, aos quais competem aprovar o regulamento correspondente, com suas diferentes modalidades de operacionalização.

§ 1º O estágio curricular supervisionado poderá ser realizado em instituições públicas, privadas ou do terceiro setor ou na própria instituição de ensino, em veículos autônomos ou assessorias profissionais.

§ 2º As atividades do estágio curricular supervisionado deverão ser programadas para os períodos finais do curso, possibilitando aos alunos concluintes testar os conhecimentos assimilados em aulas e laboratórios, cabendo aos responsáveis pelo acompanhamento, supervisão e avaliação do estágio curricular avaliar e aprovar o relatório final, resguardando o padrão de qualidade nos domínios indispensáveis ao exercício da profissão.

§ 3º A instituição de educação superior deve incluir, no projeto pedagógico do curso de graduação em Jornalismo, a natureza do estágio curricular supervisionado, através de regulamentação própria aprovada por colegiado, indicando os critérios, procedimentos e mecanismos de avaliação, observada a legislação e as recomendações das entidades profissionais do jornalismo.

§ 4º É vedado convalidar como estágio curricular supervisionado a prestação de serviços, realizada a qualquer

título, que não seja compatível com as funções profissionais do jornalista; que caracterize a substituição indevida de profissional formado ou, ainda, que seja realizado em ambiente de trabalho sem a presença e o acompanhamento de jornalistas profissionais, tampouco sem a necessária supervisão docente.

§ 5º É vedado convalidar como estágio curricular supervisionado os trabalhos laboratoriais feitos durante o curso.

A questão de como ficam os Trabalhos de Conclusão de Curso foi apresentada no encontro da Socicom pela professora Claudia Lago, presidente da SBPJor. Na Resolução aprovada pelo CNE, os TCCs podem ser tanto monografias teóricas como trabalhos práticos mas, neste último caso, devem ser acompanhados também por um texto de reflexão teórica. Cada escola deve elaborar um regulamento para os seus TCCs detalhando como serão realizados. O que muda em relação aos atuais cursos de comunicação é que, no caso de opção por monografia teórica, o objeto de estudo deve obrigatoriamente ser ligado ao jornalismo. No caso de trabalho prático, pode ser sobre qualquer tema, por exemplo num documentário ou reportagem ou site informativo sobre a vida numa favela. Aí o jornalismo entra como método e como objeto de reflexão no texto que acompanha e analisa o trabalho prático realizado. Outra questão debatida no evento foi a de que o TCC passa a ser obrigatoriamente individual. Uma maneira de lidar com isso em projetos que pela sua abrangência seriam necessariamente coletivos (e o jornalismo é um trabalho de equipe) é a definição de funções e atribuições claras a cada um dos membros da equipe, que serão avaliados pelo desempenho nas mesmas e sua reflexão sobre elas, e não apenas pelo resultado coletivo do trabalho.

As atividades complementares que podem compor a carga horária mínima dos cursos também devem ser regulamentadas pelas instituições, mas a Resolução é bastante restrita sobre a sua natureza. Podem ser disciplinas de outros cursos universitários da instituição ou validadas por ela não incluídas no currículo, ou atividades de monitoria, pesquisa e extensão. Mas, nos casos dessas três últimas, precisam ser validadas por sua apresentação em congressos da área para contar os créditos. O Art. 13 também exige que sejam supervisionadas por professor do curso:

Art. 13. As atividades complementares são componentes curriculares não obrigatórios que possibilitam o reconhecimento, por avaliação, de habilidades, conhecimentos e competências do aluno, dentre elas as adquiridas fora do ambiente de ensino.

§ 1º As atividades complementares constituem componentes curriculares enriquecedores e úteis para o perfil do formando e não devem ser confundidas com estágio curricular supervisionado ou com Trabalho de Conclusão de Curso.

§ 2º O conjunto de atividades complementares tem o objetivo de dar flexibilidade ao currículo e deve ser selecionado e realizado pelo aluno ao longo de seu curso de graduação, de acordo com seu interesse e com a aprovação da coordenação do curso.

§ 3º As atividades complementares devem ser realizadas sob a supervisão, orientação e avaliação de docentes do próprio curso.

§ 4º Os mecanismos e critérios para avaliação das atividades complementares devem ser definidos em regulamento próprio da instituição, respeitadas as

particularidades e especificidades próprias do curso de Jornalismo, atribuindo a elas um sistema de créditos, pontos ou computação de horas para efeito de integralização do total da carga horária previsto para o curso.

§ 5º São consideradas atividades complementares:

I - atividades didáticas: frequência e aprovação em disciplinas não previstas no currículo do curso, ampliando o conhecimento dos estudantes de Jornalismo sobre conteúdo específicos, como economia, política, direito, legislação, ecologia, cultura, esportes, ciência, tecnologia etc.

II - atividades acadêmicas: apresentação de relatos de iniciação científica, pesquisa experimental, extensão comunitária ou monitoria didática em congressos acadêmicos e profissionais.

Os artigos 14 a 16 estabelecem procedimentos para garantir os padrões de qualidade dos cursos e os critérios para a sua avaliação pelo MEC nos momentos de reconhecimento inicial e de renovação do mesmo. Então, o projeto pedagógico, a grade curricular, a estrutura física e laboratorial e a qualidade e adequação do corpo docente e técnico são fundamentais. Neste sentido, as diretrizes são também uma oportunidade para coordenadores e professores reivindicarem melhores condições de trabalho e a ampliação do quadro docente de forma a incluir mais profissionais com o perfil necessário à nova orientação dos cursos. Isso pode influir não apenas na avaliação do MEC, mas também na do mercado.

Art. 14. As instituições de educação superior deverão adotar regras próprias de avaliação internas e externas, para que sejam sistemáticas e envolvam todos os

recursos materiais e humanos participantes do curso, centradas no atendimento às Diretrizes Curriculares Nacionais do curso de graduação em Jornalismo, definidas e aprovadas pelo Conselho Nacional de Educação.

Art. 15. Os Planos de Disciplinas devem ser fornecidos aos alunos antes do início de cada período letivo e devem conter, além dos conteúdos e das atividades, a metodologia das aulas, os critérios de avaliação e a bibliografia fundamental, necessariamente disponível na biblioteca da instituição. Desta maneira, os alunos poderão discernir claramente a relação entre as Diretrizes Curriculares Nacionais do curso de graduação em Jornalismo, a grade curricular da instituição e o processo de avaliação a que serão submetidos no final do curso.

Art. 16. O sistema de avaliação institucional dos cursos de Jornalismo deve contemplar, dentre outros critérios:

I - o conjunto da produção jornalística e de atividades de pesquisa e de extensão realizadas pelos alunos ao longo do curso;

II - o conjunto da produção acadêmica e técnica reunida pelos professores;

III - a contribuição do curso para o desenvolvimento local social e de cidadania nos contextos em que a instituição de educação superior está inserida;

IV - o espaço físico e as instalações adequadas para todas as atividades previstas, assim como o número de alunos por turma, que deve ser compatível com a supervisão docente nas atividades práticas;

V - o funcionamento, com permanente atualização, dos laboratórios técnicos especializados para a

aprendizagem teórico-prática do jornalismo a partir de diversos recursos de linguagens e suportes tecnológicos, de biblioteca, hemeroteca e bancos de dados, com acervos especializados;

VI - as condições de acesso e facilidade de utilização da infraestrutura do curso pelos alunos, que devem ser adequadas ao tamanho do corpo discente, de forma que possam garantir o cumprimento do total de carga horária para todos os alunos matriculados em cada disciplina ou atividade;

VII - a inserção profissional alcançada pelos alunos egressos do curso;

VIII - a experiência profissional, a titulação acadêmica, a produção científica, o vínculo institucional, o regime de trabalho e a aderência às disciplinas e atividades sob responsabilidade do docente.

O prazo estipulado para a implementação das diretrizes foi de dois anos a partir da publicação da Resolução em 01 de outubro de 2013. Isso gerou algumas dúvidas, levantadas na reunião da Socicom, principalmente em relação aos cursos com ingresso anual em março. Eles deverão aplicar o novo currículo à turma de ingressantes em março de 2015 ou podem aprová-lo até setembro para aplicá-lo aos ingressantes de 2016? Isso não fica claro no texto, e a dúvida será tirada pelas entidades numa consulta à Secretaria de Ensino Superior.

Art. 17. As Diretrizes Curriculares Nacionais instituídas nesta Resolução deverão ser implantadas pelas instituições de educação superior, obrigatoriamente, no prazo máximo de 2 (dois) anos, aos alunos ingressantes, a partir da publicação desta.

Parágrafo único. As IES poderão optar pela aplicação das Diretrizes Curriculares Nacionais do curso de graduação em Jornalismo aos demais alunos do período ou ano subsequente à publicação desta Resolução

O que fica claro na Resolução e no Parecer que a embasa é que os Cursos de Jornalismo não poderão mais ser uma habilitação dos Cursos de Comunicação. Ao contrário do que ficou estabelecido nas diretrizes de Cinema e Audiovisual, esta possibilidade não foi admitida no caso dos Cursos de Jornalismo, como também não nos de Relações Públicas. A questão foi largamente debatida no Parecer, e o Conselho Nacional da Educação optou pela formação de jornalistas em cursos específicos de jornalismo, como sugeria a Comissão de Especialistas e as entidades da área de Jornalismo, revogando desta forma a validade das atuais diretrizes para os Cursos de Comunicação com Habilitação em Jornalismo:

Art. 18. Esta Resolução entrará em vigor na data de sua publicação, ficando revogadas as disposições em contrário

Obviamente, isso cria uma questão política a ser enfrentada em cada instituição e na área de Comunicação como um todo. As diretrizes de Cinema e Audiovisual, Jornalismo e Relações Públicas estão definidas, mas as das outras habilitações que também deverão se tornar cursos autônomos - Publicidade, Editoração e Radialismo - ainda não foram encaminhadas pelo MEC. A situação de outros cursos que não se enquadram nas atuais habilitações e nem nas denominações previstas - como os de Comunicação Multimídia e de Estudos de Mídia - está indefinida ainda na legislação. As entidades de jornalismo deveriam apoiar os colegas dessas outras áreas do nosso campo maior da

Comunicação para que consigam também sua autonomia para construir seus próprios cursos com projetos pedagógicos coerentes com seus objetivos profissionais e acadêmicos. Se a diversidade inerente ao campo for compreendida e respeitada por todas as suas áreas, ele será fortalecido como um todo, teremos todos maior possibilidade de realização profissional e conviveremos com menos conflitos internos, podendo usar a energia desperdiçada com eles nas lutas que nos são comuns.

REFERÊNCIAS

BELTRÃO, Luis. IV Seminário - Rio de Janeiro in CIESPAL. **Enseñanza de Periodismo y Medios de Información Colectiva**. Informe Final, Seminarios Regionales en America Latina. Quito: Ediciones Ciespal no. 34, 1965 p. 339-355

BRASIL. Ministério da Educação. Conselho Nacional da Educação. Câmara de Educação Superior. Resolução No. 10, de 27 de junho de 2006. Disponível em http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/rces10_06.pdf. Acesso em 13 de junho de 2014

BRASIL. Ministério da Educação. Conselho Nacional da Educação. Câmara de Educação Superior. Resolução CSE/CES No. 1 de 27 de setembro de 2013. Resolução CSE/CES No. 2 de 27 de setembro de 2013. Disponíveis em http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=19121&Itemid=866

BOYLAN, James. **Pulitzer's School**: Columbia University's School of Journalism, 1903-2003. New York: Columbia University Press, 2003

FARRAR, Ronald A. **A creed for my profession: Walter Williams, Journalist to the World.** Columbia: University of Missouri Press, 1998

GARCÍA MÁRQUEZ, Gabriel. Jornalismo, o melhor ofício do mundo in GARCÍA MÁRQUEZ, Gabriel. **Eu não vim aqui fazer um discurso.** Rio de Janeiro: Record, 2011

GLANDER, Timothy. **Origins of Mass Communications Research during the American Cold War: Educational Effects and Contemporary Implications.** New York, Rotledge, 2009

KUNSCH, M.M.K.; MELO, J.M. (orgs.) **Comunicação ibero-americana: sistemas midiáticos, diversidade cultural, pesquisa e pós-graduação.** São Paulo: Eca-Usp./Socicom/Ibercom, 2012

MACDONGALL, Curtis D. Da Necessidade de Interpretação. **Cadernos de Jornalismo.** 1(2) Rio de Janeiro: Edições Jornal do Brasil, julho-agosto 1965. p. 7-16

MACHADO, M.B. **Pesquisa em Jornalismo no Brasil: dados e reflexões sobre três ambientes.** Anais do II Congresso Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. Salvador: SBPJor, novembro de 2004

MEDITSCH, Eduardo. **Pedagogia e pesquisa para o jornalismo que está por vir.** Florianópolis: Insular/Edufsc, 2012

MELO, J.M. et al. Diretrizes Curriculares Nacionais para o Curso de Jornalismo. Relatório da Comissão de Especialistas instituída pelo Ministério da Educação. Disponível em http://portal.mec.gov.br/dmdocuments/documento_final_curso_s_jornalismo.pdf Acesso em 12 de junho de 2014

NIXON, Raymond. **Investigaciones sobre Comunicación Colectiva**: rumbos y tendencias. 2a. ed. Quito: Ediciones Ciespal, 1968

PARK, D.W.; POOLEY, J. (eds.), **The History of Media and Communication Research**: contested memories. New York: Peter Lang, 2008

RUDIGER, Francisco. A trajetória da publicística como proposta criadora de uma ciência da comunicação autônoma nos países de língua alemã. **Comunicação e Sociedade**. 33 (57), pp. 105-130, jan/jun 2012

SALMERON, Roberto. **A Universidade interrompida**: Brasília 1964-1965. Brasília: Editora da UnB, 1998

SIMPSON, Christopher. **Science of Coercion**: Communication Research & Psychological Warfare 1945-1960. New York: Oxford University Press, 1994

SOUSA, Pompeu. A Faculdade de Comunicação da UnB. **Cadernos de Jornalismo**. 1(2) Rio de Janeiro: Edições Jornal do Brasil, julho-agosto 1965.

WILLIAMS, Sara Lockwood. **Twenty Years of Education for Journalism**: a History of the School of Journalism of the University of Missouri Columbia, Missouri, U.S.A. Columbia: The E.W. Stephens Publishing Company, 1929

WEINBERG, Steve. **A Journalism of Humanity**: a candid history of the Word's First Journalism School. Columbia and London: University of Missouri Press, 2008

TAYLOR, Mark C. **Crisis on Campus**: A Bold Plan for Reforming Our Colleges and Universities. New York: Alfred A. Knopf, 2010

DIRETRIZES CURRICULARES PARA OS CURSOS DE RÁDIO, TV E INTERNET

Nair Prata

Jornalista e doutora em Linguística Aplicada (UFMG).
Professora adjunta da Universidade Federal de Ouro
Preto (UFOP), diretora Regional Sudeste da Intercom e
diretora administrativa da Associação Brasileira de
Pesquisadores de História da Mídia (Alcar).
nairprata@uol.com.br

O tema Diretrizes Curriculares para os cursos de Rádio, TV e Internet será analisado a partir de dois parâmetros. Inicialmente, traçaremos de forma breve a trajetória e o cenário desses cursos no país. A seguir, faremos uma apresentação das gestões para a constituição de um grupo responsável por discutir os primeiros encaminhamentos rumo às diretrizes curriculares.

I. CURSOS DE GRADUAÇÃO EM RADIALISMO NO BRASIL: TRAJETÓRIA E CENÁRIO²³

1. O desafio para reconstituir a história

Descortinar o universo dos cursos de Radialismo no Brasil se tornou um grande desafio tanto pela ausência de bibliografia específica sobre o tema, quanto pela definição de parâmetros que pudessem conduzir ao mapeamento do nosso objeto de pesquisa. Soma-se a esses fatores o fato de muitas Instituições de Ensino Superior (IES) não disporem de registro da memória dos cursos. Por vezes, nos deparamos com algumas IES nas quais houve mudança de coordenação de cursos, o que contribuiu para a perda da sua história.

Com o objetivo de contribuir para a compreensão do processo de constituição dos cursos e sua situação atual optamos, então, por resgatar pistas sobre cursos pioneiros de Radialismo no país e apresentar o panorama desses cursos. Faz-se importante destacar que nossa pesquisa não tem a pretensão de relacionar todos os cursos de Radialismo que

²³ Este primeiro tópico trata-se do artigo "Cursos de Radialismo no Brasil: trajetória e cenário", produzido por PRATA, Nair; PESSOA, Sônia Caldas; SANTOS, Maria Cláudia e CAMPELO, Wanir, apresentado no 35º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, em Fortaleza, 2012.

existem ou que já existiram no Brasil; trata-se de um recorte temporal, tendo como marco os anos de 2006 a 2009, e com critérios metodológicos que nos permitem vislumbrar esse cenário nos últimos anos.

A base da nossa metodologia é o Exame Nacional de Desempenho de Estudantes (Enade), que começou a ser realizado em 2004 e “avalia o rendimento dos alunos dos cursos de graduação, ingressantes e concluintes, em relação aos conteúdos programáticos dos cursos em que estão matriculados. O exame é obrigatório para os alunos selecionados e condição indispensável para a emissão do histórico escolar”²⁴. Realizado pelo Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (Inep), a periodicidade máxima com que cada área do conhecimento é avaliada é trienal. Para os cursos de Radialismo já foram realizadas duas edições do exame: em 2006 e em 2009. Entendemos que a presença no Enade pode significar a vitalidade de um curso, por isso a opção por esse viés metodológico.

Assim, contemplamos quatro cenários que podem contribuir para o entendimento da constituição dos cursos e sua situação atual: 1) Cursos presentes nos testes do Enade (especificamente no caso do Radialismo, em 2006 e 2009); 2) Cursos presentes no Enade 2006, mas ausentes do Enade 2009; 3) Cursos presentes apenas no Enade 2009 e 4) Cursos ausentes em ambos os Enades, que passamos a chamar de *Achados da pesquisa*.

Na lista do Enade de 2006 constam 47 cursos e no Enade 2009, 46 cursos. Três cursos que fizeram parte do

²⁴ Fonte:

http://portal.mec.gov.br/index.php?litemid=313&id=181&option=com_content&view=article. Data de acesso: 17/02/2012.

Enade 2006 não estiveram presentes em 2009. E dois cursos passaram a fazer parte do Enade 2009, sem que tenham participado da prova em 2006.

Já para os cursos que chamamos de Achados da pesquisa, a metodologia foi o cruzamento de dados: listagem das Instituições de Ensino Superior X pesquisas em sites voltados para orientação de pré-vestibulandos (como www.guiadoestudante.abril.com.br, www.estudantes.com.br e www.carreiraseemprego.com.br). Por meio de observação, as *homepages* das instituições de ensino citadas nesses sites foram pesquisadas.

A pesquisa foi realizada entre fevereiro e dezembro de 2011 e contemplou as IES nas cinco regiões do país: Centro-Oeste, Nordeste, Norte, Sudeste e Sul.

2. Constituição e adequação dos cursos de Radialismo no Brasil

A implantação dos cursos de Radialismo no Brasil está diretamente relacionada à trajetória do ensino de Comunicação Social. É do início do século XX a proposta da criação do curso superior de Jornalismo no país, lançada durante o ato de instalação da Associação Brasileira de Imprensa (ABI). Mas o Decreto-Lei número 5.480, que instituiu o curso de Jornalismo no sistema de ensino superior viria anos mais tarde; em 1943 estava autorizada a implantação na Faculdade de Filosofia, da Universidade do Brasil, no Rio de Janeiro (MOURA, 2002).

De acordo com o professor José Marques de Melo²⁵, “o primeiro curso de Rádio-TV foi criado pela Escola de Comunicação e Artes (ECA), da USP, em 1966, e começou a funcionar em 1967”. A criação da Escola de Comunicações Culturais, da Universidade de São Paulo, incluía as áreas de Jornalismo, Rádio e Televisão, Arte Dramática, Cinema, Biblioteconomia, Documentação e Relações Públicas. Passou a se chamar Escola de Comunicações e Artes em 1969, já com o curso de Rádio e TV integrando a lista dos primeiros cursos da USP (SANTOS, 1998). Atualmente, Radialismo não consta na lista de cursos oferecidos pela USP.

O primeiro diretor foi o professor André Casquel Madrid. Também conhecido pelo nome artístico de Leonardo de Castro, Madrid foi o primeiro a defender, no Brasil, uma tese de doutorado na área do curso. Nascido²⁶ em agosto de 1926, na cidade de São Manoel, interior de São Paulo, André Casquel começou a trabalhar com rádio em 1945. A primeira experiência foi na Rádio Bandeirantes. Começou como locutor, depois foi radioator, e diretor de programas. Anos depois, passou pelas TVs Paulista e Cultura. Em meados da década de 90, passou a dirigir a produtora de Flávio Maluf (filho do político Paulo Maluf), e assumiu o comando das campanhas eleitorais do ex-prefeito de São Paulo. André Casquel Madrid morreu em 2011, aos 85 anos. Durante toda a carreira, o diretor do primeiro curso de rádio do Brasil se dedicou a pesquisas de imagem e som.

Um dos pioneiros é também Francisco Assis Martins Fernandes, formando do curso superior de Radialismo da ECA-USP. Depois de se tornar bacharel, em 1971, pelo

²⁵ Em mensagem, por e-mail, enviada às autoras deste trabalho, quando perguntado sobre qual seria o primeiro curso de Radialismo do Brasil.

²⁶ Dados do site museudatv.com.br/biografias. Acesso feito em 20 de janeiro de 2011.

primeiro curso de Rádio-TV do Brasil, lecionou na própria Escola de Comunicação e Artes. Assumiu disciplinas como Produção Publicitária em Rádio, Televisão e Cinema e Propaganda em Telerradiodifusão, entre várias outras dos cursos ligados à ECA.

As diretrizes para a elaboração do currículo, instalações e laboratórios de Radialismo (Rádio e TV), juntamente com as demais habilitações em Comunicação Social, foram determinadas pelo Ministério da Educação (MEC), em 1983, por meio do parecer número 480 do Conselho Federal de Educação. Um ano depois, com base nesse mesmo parecer, o MEC instituiu a exigência do currículo mínimo para os mesmos cursos (MOURA, 2002).

Os sindicatos de radialistas, após anos de debate sobre o assunto, conseguiram o reconhecimento legal da profissão no final dos anos 1970. A regulamentação da profissão ocorreu, em 1979, por meio do Decreto 84.134, de 30 de outubro, que dispõe sobre a Lei 6.615, de 16 de dezembro de 1978. As atividades especificadas pela lei estão agrupadas em três setores de atuação: administração; produção e técnica. Conhecida como a Lei do Radialista, elimina o registro provisório da categoria, mas não prevê a obrigatoriedade do diploma em curso superior de qualquer natureza. O radialista deve ter o registro da Delegacia Regional do Trabalho para o exercício da profissão.

O vocábulo *radialista*, no entanto, faz parte da rotina do mercado de radiodifusão desde a década de 40 (Prata, 2010 *apud* Brito, 2008). Nicolau Tuma, ao fundar a Associação Brasileira de Rádio, em 1943, utilizou a palavra no estatuto da entidade. Ao explicar a origem do vocábulo, Tuma dizia: “Radialista é a soma de rádio com idealista, pois trabalhávamos muito e não ganhávamos nada”.

O rádio, bem como o curso de Radialismo, ainda não está entre os objetos de pesquisa que atraíam a atenção de muitos pesquisadores no meio acadêmico. Moreira (2005) define três fases para os registros impressos sobre o rádio no país. As décadas de 1940 e 1950 constituem a primeira fase com o predomínio dos manuais de redação sobre o rádio. Os livros-depoimento foram a marca de 1960 a 1980. Já a percepção social sobre o meio rádio daria a tônica dos trabalhos acadêmicos a partir dos anos 90.

A pesquisa sobre rádio no Brasil pode ser considerada recente, com início efetivo nos anos 1980, na perspectiva de Prata (2011). Até então, as produções eram isoladas, capitaneadas principalmente por profissionais da comunicação. Em 1991, a criação de um grupo, pela Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), com o objetivo de pesquisar exclusivamente o rádio, catapultou a área como locus privilegiado de investigação. De acordo com a autora,

Neste início do século XXI, as pesquisas brasileiras sobre o rádio estão concentradas, principalmente: 1) Nas investigações e publicações do Grupo de Pesquisa Rádio e Mídia Sonora da Intercom e do Grupo de Trabalho História do Rádio da Associação Brasileira de História da Mídia; 2) No trabalho desenvolvido pelos grupos de pesquisa alocados em universidades. No Diretório dos Grupos registrados no CNPq, há pelo menos 40 grupos que têm a mídia rádio como palavra-chave²⁷; 3) E, em menor número, pela ação de pesquisadores que atuam de forma isolada, geralmente profissionais do rádio (p. 2).

Assim como os cursos de Jornalismo e de Radialismo apresentam semelhanças e especificidades, as funções dos

²⁷ <http://dgp.cnpq.br/buscaoperacional/>. Data de acesso: 01/07/2011.

profissionais formados pelas duas habilitações por vezes se confundem, como aponta Prata (2010):

Radialistas e jornalistas têm algumas funções semelhantes perante a legislação, que não explicita necessárias especificidades de ambas as profissões. Há alguns casos bastante conflitantes como, por exemplo, as diversas funções de produtores e locutores, que acabam pertencendo a uma ou outra categoria profissional. Ortriwano (1985, p. 99) lembra que a regulamentação profissional de ambas as profissões deixa muito a desejar, “merecendo um aperfeiçoamento que as aproxime da realidade da prática profissional” (p.1009).

O bacharelado em Radialismo passou por mudanças recentemente: recebeu o código 321R01, deve ter carga horária mínima de 2.700 horas e ser integralizado em quatro anos, de acordo com as Referências Curriculares Nacionais dos Cursos de Bacharelado e Licenciatura do Ministério da Educação, em 2010. A atuação do profissional de Rádio, TV e Internet pode se configurar, de acordo com o documento:

O Bacharel em Rádio, TV e Internet pode atuar como pesquisador em Instituições de Ensino Superior; em emissoras de rádio; em estações de televisão; em provedores de conteúdo para Internet; em agências de publicidade; em produtoras de áudio, vídeo ou multimídia; em treinamento de mídia. Também pode atuar de forma autônoma, em empresa própria ou prestando consultoria (MEC, 2010, p. 93).

A decisão do MEC de adaptar a nomenclatura dos cursos imprime um ar contemporâneo ao curso de Radialismo, prestes a completar 50 anos de implantação. Foram modificados vários cursos de bacharelado e licenciatura com o objetivo de unificar os nomes das graduações, o que facilitaria a regulamentação das profissões. Bastante polêmica e muito discutida pelo meio acadêmico e entidades estudantis, a decisão sugere o Rádio,

TV e Internet para cursos na área de Comunicação Social existentes no país, conforme tabela abaixo:

Nomenclatura antiga	Nomenclatura atual
Áudio Visual e Novas Mídias	Rádio, TV e Internet ou Cinema e Audiovisual
Audiovisual	Rádio, TV e Internet ou Cinema e Audiovisual
Audiovisual e Novas Mídias	Rádio, TV e Internet ou Cinema e Audiovisual
Comunicação Social	Jornalismo ou Publicidade e Propaganda ou Rádio TV e Relações Públicas
Radialismo	Rádio, TV e Internet
Radialismo - Produção em Mídia Audiovisual	Rádio, TV e Internet
Radialismo - Rádio e TV	Rádio, TV e Internet
Radialismo (Rádio e Televisão)	Rádio, TV e Internet
Radialismo (Rádio e TV)	Rádio, TV e Internet
Radialismo, Rádio e Televisão	Rádio, TV e Internet
Radialismo/Rádio/TV	Rádio, TV e Internet
Rádio e Televisão	Rádio, TV e Internet
Rádio e TV	Rádio, TV e Internet
Rádio, TV e Multimídia	Rádio, TV e Internet
Rádio/TV	Rádio, TV e Internet
Tecnologia e Mídias Digitais	Rádio, TV e Internet ou Curso Superior de Tecnologia em Produção Multimídia

Como o MEC sugeriu a modificação do nome do curso de Radialismo, mas não a determinou, vigora hoje no país nomenclaturas diferenciadas para o curso na área superior de rádio. Algumas instituições, como a Universidade Federal de Pernambuco, que sedia um dos cursos mais antigos do país, iniciado na década de 1970, já promoveram a mudança.

3. Panorama dos cursos brasileiros de Radialismo

A partir da listagem do Enade 2006 e 2009, utilizamos alguns procedimentos para levantamento e conferência de informações nos cursos de Comunicação – Radialismo ou Rádio e TV relacionados pelo Inep. Na primeira fase do levantamento foram enviados questionários para as coordenações de curso das IES. Entre os dados solicitados estavam a trajetória do curso, a importância para o mercado regional, o perfil do egresso, entre outros. Diante da não resposta de alguns cursos, pesquisamos no site das IES as informações disponíveis sobre o curso de Radialismo. Na terceira fase, em alguns casos enviamos o questionário para as assessorias de comunicação das IES e entramos em contato telefônico com as assessorias de comunicação. Por fim, conferimos se o curso foi oferecido no edital do vestibular 2012.

1. Cursos presentes no Enade 2006 e Enade 2009 (44 cursos)

Centro-Oeste (2 cursos)

IES	Resumo	Oferta no vestibular 2012	Site
Mato Grosso			
Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT) Cuiabá/MT PÚBLICA	Comunicação Social: Radialismo O profissional caracteriza-se pelo relacionamento com a realidade social e cultural e com ambientes naturais, voltado à percepção, à interpretação e à recriação de produtos de comunicação por meio de sons e imagens disponíveis à sociedade. O egresso deve ter domínio técnico, estético e de procedimentos expressivos relativos a essa elaboração audiovisual, adquirindo uma visão crítico-	Sim	www.ufmt.br

ENSICOM

	analítica acerca da realidade local, nacional e mundial, do ponto de vista sociológico, econômico, político, filosófico e psicológico.		
Mato Grosso do Sul			
Universidade Católica Dom Bosco (UCDB) Campo Grande/MS PRIVADA	Não consta na lista de cursos de graduação da IES em 2012.	Não	www.ucdb.br

Nordeste (10 cursos)

IES	Resumo	Oferta no vestibular 2012	Site
Bahia			
Centro Universitário Jorge Amado (UNIJORGE) Salvador/BA PRIVADA	Não consta na lista de cursos de graduação da IES em 2012.	Não	www.unijorge.edu.br
Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC) Ilhéus/BA PÚBLICA	Comunicação Social: Rádio e TV Forma profissionais capazes de criar, produzir, distribuir e realizar análises críticas referentes às mídias, às práticas profissionais e sociais. O egresso se caracteriza pela percepção, interpretação, recriação e registro da realidade social e cultural através de som e imagem; pelo domínio técnico, estético e de procedimentos expressivos pertinentes a elaboração audiovisual; e as demais funções profissionais ou empresariais da área da Comunicação.	Sim	www.uesc.br/

O ENSINO DE COMUNICAÇÃO FRENTE ÀS NOVAS DIRETRIZES CURRICULARES

Ceará			
Faculdade Nordeste (FANOR) Fortaleza/CE PRIVADA	Rádio, TV e Internet O curso tem por objetivo proporcionar a seus alunos a capacidade de desenvolver material audiovisual para veicular em qualquer tipo de mídia. Além das aulas teóricas, o aluno tem a possibilidade de desenvolver suas habilidades na prática, realizando projetos criativos, elaborando roteiro, fazendo direção, locução, composição de personagens, gravando e editando.	Sim	www.fanor.edu.br
Maranhão			
Universidade Federal do Maranhão (UFMA) São Luís/MA PÚBLICA	Comunicação Social: Radialismo Forma profissionais habilitados para trabalhar em rádio e TV, em empresas de radiodifusão, agências de publicidade e propaganda e assessorias de comunicação, com produção, edição e apresentação de programas. O egresso pode atuar em áreas de criação, planejamento e produção audiovisual para diferentes tipos de mídia e finalidades comunicativas, além de áreas voltadas à administração, planejamento, orçamento de estruturas de emissoras e produtoras de audiovisuais.	Sim	www.ufma.br
Paraíba			
Universidade Federal da Paraíba (UFPB) João Pessoa/PB PÚBLICA	Comunicação Social: Radialismo O curso forma profissionais capazes de produzir e gravar programas para rádio e TV, além de conduzir entrevistas. O profissional tem de ser versátil e tecnicamente competente.	Sim	www.cchla.ufpb.br

ENSICOM

Pernambuco			
Faculdade Maurício de Nassau (FMN) Recife/PE PRIVADA	Não consta na lista de cursos de graduação da IES em 2012.	Não	www.mauriciodenassau.edu.br
Universidade Federal de Pernambuco (UFPE) Recife/PE PÚBLICA	Rádio, TV e Internet O curso prepara o profissional para explorar novas possibilidades de expressão artística e cultural, além de informar, divertir e educar, por intermédio de mensagens sonoras e/ou visuais, nos meios convencionais ou alternativos. Entre as funções desenvolvidas, constam a de Autor, Roteirista, Diretor, Produtor, Pesquisador, dentre outros.	Sim	www.ufpe.br
Rio Grande do Norte			
Universidade do Estado do Rio Grande do Norte (UERN) Mossoró/RN PÚBLICA	Comunicação Social: Radialismo O curso tem por objetivos dotar o aluno de conhecimento ético, político, científico e cultural e de uma formação técnica adequada, com ênfase na geração e disseminação de produtos audiovisuais. O egresso deverá ser capaz de realizar análises críticas referentes às mídias e às práticas profissionais e sociais; além de ter habilidade para refletir a variedade e mutabilidade de demandas sociais e profissionais na área	Sim	www.uern.br
Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN) Natal/RN PÚBLICA	Comunicação Social: Radialismo O radialista atua na direção e produção de programas de rádio e televisão; lida com a produção de programas, desde a roteirização até a edição final, nas áreas de documentários, programas institucionais, educativos, de treinamento, etc. A atividade desse profissional exige, além da capacidade administrativa, um	Sim	www.ufrn.br

O ENSINO DE COMUNICAÇÃO FRENTE ÀS NOVAS DIRETRIZES CURRICULARES

	amplo conhecimento das linguagens radiofônicas e televisivas, uma vez que também responde pelas funções de planejamento.		
Sergipe			
Universidade Federal de Sergipe (UFS) São Cristóvão/SE PÚBLICA	Comunicação Social: Audiovisual (substitui a antiga graduação Rádio e TV) Passou por uma atualização curricular em função dos avanços nas novas tecnologias associadas à produção de áudio e vídeo.	Sim	www.ufs.br

Norte (1 curso)

IES	Resumo	Oferta no vestibular 2012	Site
Amazonas			
Centro Universitário do Norte- (UNINORTE) Manaus/AM PRIVADA	Comunicação Social: Radialismo Referência nos estudos dos processos midiáticos e na formação de comunicadores profissionais. Prioriza o equilíbrio na formação teórica e prática. Desenvolve projetos que permitem ao aluno aprender, na prática, o que viu em sala de aula.	Sim	www.uninorte.com.br

Sul (5 cursos)

IES	Resumo	Oferta no vestibular 2012	Site
Paraná			
Escola Superior de Estudos Empresariais e Informática (ESEEI) Curitiba/Paraná PRIVADA	Rádio e TV O curso forma profissionais com conhecimentos voltados às técnicas de comunicação e linguagens, <i>hardwares</i> e <i>softwares</i> , que os levem a participar de todo o processo de produção de mensagens específicas em seu campo de	Sim	sites.garlix.com.br/eseei2

ENSICOM

	atuação. Espera-se que o egresso possa desenvolver habilidades e competências operacionais nas linguagens; no uso de equipamentos; na transmissão de informações e na utilização dos recursos técnicos.		
Universidade Tuiuti do Paraná (UTP) Curitiba/PR PRIVADA	Comunicação Social: Rádio e TV O curso tem como missão formar profissionais com competência e responsabilidade na gestão da informação. O acadêmico é capacitado para enfrentar as transformações da sociedade com inovação e ética. O egresso deve estar apto a produzir e gerenciar produções de rádio e TV	Sim	www.utp.br
Rio Grande do Sul			
Universidade de Santa Cruz do Sul (UNISC) Santa Cruz/RS PRIVADA	Comunicação Social: Radialismo e Produção em Mídia Audiovisual Oferece formação que atende a uma tripla demanda: as diretrizes curriculares do ministério da educação; a política pedagógica da universidade e a sintonia com o mercado regional. O profissional desenvolve atividades práticas e técnicas específicas para atuar em rádio e TV e internet, produtoras de vídeo e cinema, agências de propaganda, empresas que desenvolvem produtos para hipermissão e web.	Sim	www.unisc.br
Santa Catarina			
Faculdades Integradas Associação de Ensino de Santa Catarina (FASSESC) Florianópolis/SC PRIVADA	Comunicação Social: Mídia Eletrônica Forma profissionais aptos a trabalhar e pesquisar novos recursos para os meios de comunicação, podendo atuar no jornalismo online, com arquitetura da informação em meio eletrônico, gerência e execução de projetos	Sim	www.assesc.edu.br

O ENSINO DE COMUNICAÇÃO FRENTE ÀS NOVAS DIRETRIZES CURRICULARES

	multimídia; design para web e interfaces gráficas e sonoras. O curso enfatiza o planejamento para veiculação, desenvolvimento de projetos e roteiros de produção buscando sua preparação para a convergência digital.		
Universidade do Oeste de Santa Catarina (UNOESC) Joaçaba/SC PRIVADA	Comunicação Social: Radialismo Forma profissionais especializados para trabalhar na produção de conteúdo para cinema, TV, vídeo e rádio, atuando como produtor, diretor de arte, editor, roteirista, diretor de fotografia, programador e cinegrafista em emissoras de televisão e rádio, produtoras de áudio e vídeo, coordenação de projetos, produção e direção de produtos para cinema e vídeo, além de cuidar de detalhes de interpretação, locução e dublagem.	Sim	www.unoesc.edu.br

Sudeste (26 cursos)

IES	Resumo	Oferta no vestibular 2012	Site
Espírito Santo			
Faculdades Integradas São Pedro (FAESA) Vitória/ES PRIVADA	Rádio e TV Prepara profissionais para atuarem, de forma consciente e crítica, na produção de peças audiovisuais. Os alunos vivenciam as diferentes etapas de produção, desde a elaboração de projetos à veiculação dos produtos e contam com moderna infraestrutura para experimentar a prática audiovisual: laboratórios de redação; locução e edição para rádio; estúdio de televisão; ilhas de edição de TV; laboratório multimídia; estúdio e laboratório de ampliação fotográfica.	Sim	www.aev.edu.br

ENSICOM

Minas Gerais			
Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) Belo Horizonte/MG PÚBLICA	Não consta na lista de cursos de graduação da IES em 2012.	Não	www.ufmg.br
Rio de Janeiro			
Faculdades Integradas Hélio Alonso (FACHA) Rio de Janeiro/RJ PRIVADA	Radialismo O curso prepara profissionais para criar, escrever e realizar programas de televisão ou de rádio, produzir e dirigir documentários, shows, comerciais, spots, jingles, clips e programas que possibilitam a expansão e o desenvolvimento do conhecimento necessário à aptidão do mercado de trabalho.	Sim	www.facha.edu.br
Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) Rio de Janeiro/RJ PÚBLICA	Comunicação Social: Rádio e TV O curso oferece uma formação versátil que equilibra o embasamento teórico, necessário a uma visão crítica da função dos meios de comunicação na sociedade, e o aprendizado prático, voltado para a compreensão dos métodos de trabalho em comunicação, o uso criativo de novas tecnologias e a capacidade de readaptação profissional a um mercado em permanente mobilidade.	Sim	www.ufrj.br
São Paulo			
Centro Universitário Monte Serrat (UNIMONTE) Santos/SP PRIVADA	Não consta na lista de cursos de graduação da IES em 2012.	Não	www.unimonte.br
Centro Universitário Belas Artes de São Paulo (FEBASP) São Paulo/SP PRIVADA	Rádio e TV Avaliado com nota máxima pelo MEC, o curso valoriza a liberdade de expressão e tem como foco principal os processos de criação para rádio, TV e vídeo,	Sim	www.belasartes.br

O ENSINO DE COMUNICAÇÃO FRENTE ÀS NOVAS DIRETRIZES CURRICULARES

	contemplando a convergência digital e as novas mídias. A Matriz Curricular foi criada para formar um profissional diferenciado e as aulas contemplam os novos formatos de mídia e desenvolvimento da criatividade.		
Centro Universitário FIAM-FAAM São Paulo/SP PRIVADA	Rádio, TV e Vídeo Forma profissionais de ponta, capazes de atender o mercado das rádios e TVs brasileiras, e preparados para a criação, produção e direção de produtos audiovisuais. O curso oferece conhecimentos para que o aluno possa criar roteiros, dirigir programas de rádio e TV, produzir documentários prestar consultoria em emissoras radiofônicas ou televisivas, produtoras de áudio e vídeo, cinema e agências de propaganda.	Sim	www.portal.fiamfaam.br
Centro Universitário Sant'Anna (UNISANT'ANNA) São Paulo/SP PRIVADA	Comunicação Social: Rádio, TV e Internet O curso prepara os futuros profissionais para atuarem com as principais técnicas de produção audiovisual, estando preparados para aplicá-las nas mais diversas mídias. Ao longo do curso, os alunos têm contato prático com roteiro, produção, direção, fotografia, cenografia e edição. No decorrer dos módulos os alunos recebem certificações parciais.	Sim	www.unisantanna.br
Faculdade Cásper Libero (FCL) São Paulo/SP PRIVADA	Comunicação Social – Rádio e TV O profissional de Rádio e TV deve ser capaz de inovar conteúdos e formatos de programas. O curso tem o objetivo de formar profissionais para atuação em empresas prestadoras de serviços especializados que atendam a esse nicho do mercado de comunicação, um profissional com sólida base de cultura geral e contato com	Sim	www.casperlibero.edu.br

ENSICOM

	modernos estúdios e a vivência profissional nos órgãos laboratoriais.		
Faculdade de Comunicação e Marketing da Fundação Armando Álvares Penteado (FACOM-FAAP)) São Paulo/SP PRIVADA	Comunicação e Marketing: Rádio e TV O curso se propõe a formar realizadores de conteúdo (diretores de programas, produtores executivos, autores e roteiristas) e conta com duas emissoras corporativas (uma de rádio, outra de TV) responsáveis por transmissões, pela internet, e para circuito fechado no campus, com programação produzida por professores e alunos. Prepara profissionais para ajudar na construção da história dos meios de comunicação, alicerçada em credibilidade e criatividade.	Sim	www.faap.br
Faculdade Paulus de Tecnologia e Comunicação (FAPCOM) São Paulo/SP PRIVADA	Comunicação Social: Rádio e TV O aluno está sempre em contato com os avanços tecnológicos e com a convergência das novas mídias, que contribuem para a preparação de um profissional com perfil de destaque para o mercado de trabalho. O domínio técnico e a formação humanística adquiridos no curso abrem a possibilidade de atuação nas mais variadas frentes do mercado, da concepção à veiculação do produto audiovisual. Com um olhar crítico e criativo, o egresso deve se adaptar aos novos processos tecnológicos e formatos diferenciados, agregando conteúdos estratégicos, que contribuam, de forma ética, para a disseminação da informação. Foi considerado o melhor curso de Rádio e TV da cidade de São Paulo em 2011 pelo Inep.	Sim	www.fapcom.edu.br
Faculdades Integradas Oswaldo Cruz Interamericanas FAITER	Rádio e TV O curso forma profissionais que dominam os conceitos e técnicas de adaptação e roteirização de textos para rádio e TV. Trabalham também	Sim	www.oswaldocruz.br

O ENSINO DE COMUNICAÇÃO FRENTE ÀS NOVAS DIRETRIZES CURRICULARES

São Paulo/SP PRIVADA	com pré-produção, que inclui atividades de planejamento e organização de gravações e edições. O radialista elabora pautas e temas para programas; faz escolha de tecnologias e equipamentos utilizados; supervisiona a produção ou realização de gravações de áudio e vídeo em estúdio e locações externas.		
Faculdades Integradas Rio Branco (FRB) São Paulo/SP PRIVADA	Comunicação Social: Rádio e Televisão O curso habilita profissionais a desempenhar atividades na área do som e da imagem, em empresas de Rádio e TV, produtoras de áudio e vídeo, ou empreendendo o próprio negócio. Suas funções abrangem a elaboração de projetos e produtos de cunho cultural, comercial ou artístico, e a criação, edição, direção e realização de programas em qualquer veículo, no campo do audiovisual. A teoria aliada à prática, proporciona, aos alunos, a oportunidade de aprender com base na análise de cases e na vivência simulada de situações típicas da profissão.	Sim	www.riobrancofac.edu.br
Universidade Cruzeiro do Sul (UNICSUL) São Paulo/SP PRIVADA	Rádio, TV e Internet O curso forma profissionais aptos para atuar na criação, edição e direção de programas de Rádio, de TV e de Internet, além de redação, elaboração de roteiros, produção de cenários, sonorização, iluminação e fotografia.	Sim	www.cruzeirosul.edu.br
Universidade de Santo Amaro (UNISA) São Paulo/SP PRIVADA	Comunicação Social: Rádio e TV O curso oferece até 20% de sua carga horária total via semipresencial. O egresso deverá adquirir: domínio da linguagem do rádio e da TV; postura ética e de compromisso com a cidadania; formação que o habilite a interpretar,	Sim	www.unisa.br

	explicar e contextualizar as informações no mundo em que vive; capacidade de compreender os mecanismos envolvidos no processo de recepção das mensagens e seu impacto sobre os diversos setores da sociedade; capacidade de propor alternativas inovadoras; dentre outras		
Universidade do Vale do Paraíba (UNIVAP) São José dos Campos/SP PRIVADA	Comunicação Social: Rádio e TV Forma profissional capaz de realizar funções em emissoras de rádio, televisão, agências de publicidade, produtoras de áudio e vídeo. O egresso deve ter conhecimento para entender a contextualização regional dentro do espaço global bem como as relações existentes entre ações sociais, econômicas, políticas e tecnológicas. Deve ser um profissional multimídia para atuar nas áreas audiovisuais,	Sim	www.univap.br
Universidade Metodista de São Paulo (UMESP) São Bernardo do Campo/SP PRIVADA	Rádio, TV e Internet O curso forma profissionais habilitados para a atuação consciente e crítica no atual ambiente comunicacional multifacetado e em constante transformação cultural e tecnológica. Os alunos discutem, analisam e vivenciam todas as etapas da produção audiovisual estando aptos a planejar, orçar e produzir programas; administrar, planejar e orçar estruturas de emissoras ou produtoras; dominar as linguagens e gêneros relacionados às criações audiovisuais; conceber projetos de criação e produção audiovisual em formatos adequados a sua veiculação nos meios massivos, em formatos típicos de inserção em sistemas eletrônicos em rede e outros produtos digitais; Em 2010 a Faculdade de Comunicação recebeu o prêmio "Melhor Faculdade de	Sim	www.metodista.br

O ENSINO DE COMUNICAÇÃO FRENTE ÀS NOVAS DIRETRIZES CURRICULARES

	Comunicação Privada do Brasil" pelo segundo ano consecutivo.		
Universidade Municipal de São Caetano do Sul. (USCS) São Caetano do Sul/SP PÚBLICA	Comunicação Social: Radialismo O curso tem por objetivos formar e qualificar os alunos, a fim de que possam desempenhar as atividades corporativas tais como: planejamento de um programa de rádio ou TV, captação de imagem e som, roteirização de um programa, edição de imagem e som, produção visual (TV e Internet), iluminação e fotografia.	Sim	http://www.uscs.edu.br/
Universidade Metodista de Piracicaba (UNIMEP) Piracicaba/SP PRIVADA	RTVI (Rádio, Televisão e Internet) O curso tem por objetivo o aprimoramento técnico e estético de seus alunos, além da preocupação cidadã do egresso. O curso busca qualificar profissionais em comunicação eletrônica, tornando-os capazes de dominar as linguagens dos aparatos tecnológicos e propiciar fundamentação teórica na área. O Corpo Docente é formado por 32% de doutores; 50% de mestres e 18% de especialistas.	Sim	www.unimep.br
Universidade São Judas Tadeu (USJT) São Paulo/SP PRIVADA	Comunicação Social: Radialismo O curso está estruturado para atender a formação de profissionais com ênfase na direção, produção e roteirização em áudio e vídeo, ou em quaisquer meios eletrônicos, incluindo internet. Permite a execução de projetos na formação de profissionais para a área de Comunicação.	Sim	www.usjt.br
Universidade Anhembi Morumbi (UAM) São Paulo/SP PRIVADA	Rádio e TV O curso é moderno e sintonizado com as necessidades de mercado permitindo ao egresso dominar todas as etapas da produção audiovisual, desde a concepção de projetos até a sua veiculação. O formando obtém o DRT, registro do profissional de Rádio e TV	Sim	www.anhembi.br

ENSICOM

	chancelado pelo Ministério do Trabalho, possibilitando atuação em todas as funções técnicas de emissoras de ambas as áreas além de produtoras de áudio e vídeo. É o único curso do Brasil com disciplinas relacionadas à produção fonográfica.		
Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (UNESP) Bauru/SP PÚBLICA	Comunicação Social: Radialismo Prepara profissionais para atuarem como mediadores no aperfeiçoamento do processo democrático; na criação de novas possibilidades de expressão cultural e artística; no desenvolvimento e ampliação da pesquisa e da reflexão e na exploração de novos usos da comunicação para a sociedade. Atuando na produção do discurso; dos recursos de estética (sonoplastia, planejamento gráfico, edição, etc.) ou ainda na organização da comunicação em si, eles têm na ação social e política seu viés de produtor cultural.	Sim	www.unesp.br
Centro Universitário Nossa Senhora do Patrocínio (CEUNSP) Salto/SP PRIVADA	Rádio e TV Obteve, em julho de 2011, nota máxima na avaliação do MEC. O egresso é capaz de elaborar, produzir editar e veicular programas jornalísticos, esportivos ou de variedades, montar a programação da emissora e redigir roteiros. Chefia equipes de gravação e de produção, orienta a construção de cenários e a contratação de mão-de-obra. Trabalha em emissoras de rádio e TV ou em produtoras de vídeo e empresas que criam programas para transmissão pela mídia eletrônica.	Sim	www.ceunsp.edu.br
Faculdades Integradas (IPEP) Campinas/SP PRIVADA	Rádio, Televisão e Multimídia Capacita profissionais no campo audiovisual, criação de imagens, sons e multimeios. O profissional pode atuar nas emissoras de rádio e	Sim	www.ipep.edu.br

O ENSINO DE COMUNICAÇÃO FRENTE ÀS NOVAS DIRETRIZES CURRICULARES

	televisão, criação de CD ROMs, DVDs, sites para Web, direção, produção e roteirização de programas. Pode trabalhar também na edição em sistemas de multimídia e hipermídia, funções técnicas e artísticas no campo audiovisual, sonorização e crítica dos meios.		
Faculdades Integradas Teresa Dávila (FATEA) Lorena/SP PRIVADA	Comunicação Social: Rádio e TV Objetiva formar profissionais para atuar no processo de criação, produção e distribuição de produtos radiofônicos e televisivos voltados para a cultura, o entretenimento e a informação. O curso prevê a formação de diretores de programa, coordenadores de equipe, produtores, autores roteiristas, câmeras, locutores, operadores de áudio, editores, iluminadores, narradores esportivos, entre outras funções específicas da profissão de radialista.	Sim	www.fatea.br.
Universidade de Mogi das Cruzes (UMC). Mogi das Cruzes/SP PRIVADA	Não consta na lista de cursos de graduação da IES em 2012.	Não	www.umc.br

2. Cursos presentes no Enade 2006, mas ausentes do Enade 2009 (3 cursos)

IES	Resumo	Oferta no vestibular 2012	Site
Centro-Oeste			
Faculdades Integradas Unicesp Brasília/DF PRIVADA	Não consta na lista de cursos de graduação da IES em 2012.	Não	www.icesp.br

ENSICOM

Sul			
Faculdade Maringá (CESPAR) Maringá/PR PRIVADA	Não consta na lista de cursos de graduação da IES em 2012.	Não	www.faculdadesmaringa.br
Universidade do Contestado (UNC) Canoinha/SC COMUNITÁRIA PÚBLICA (natureza do direito PRIVADO)	Não consta na lista de cursos de graduação da IES em 2012.	Não	www.unc.br.

3. Cursos presentes apenas no Enade 2009 (2 cursos)

IES	Resumo	Oferta no vestibular 2012	Site
Sudeste			
Faculdade Campo Limpo Paulista (FACCAMP) Campo Limpo Paulista/SP PRIVADA	Rádio e TV O curso tem por objetivo dar aos seus alunos uma sólida formação humanística e técnica, formando um profissional qualificado para a produção de programas, seja na sua concepção, seja na parte técnica e consciente de seus valores éticos e de cidadania.	Sim	www.faccamp.br.
Nordeste			
Universidade do Estado da Bahia (UNEB) Conceição do Coité/BA PÚBLICA	Comunicação Social: Radialismo O curso busca formar profissionais, professores e pesquisadores no âmbito da Comunicação, orientados tanto para a pesquisa acadêmica quanto para o meio profissional, com perfil reflexivo e crítico; além de formar indivíduos comprometidos com o exercício da cidadania e da responsabilidade social e capazes,	Sim	www.uneb.br

	portanto, de difundir seus conhecimentos. O egresso caracteriza-se pela capacidade de criação e produção no rádio e na TV, apto para atuar nos meios de comunicação radiofônico e televisivo.		
--	---	--	--

4. Achados da pesquisa: cursos ausentes em ambos os Enades

A maioria dos nove cursos de Radialismo considerados Achados da pesquisa fica concentrada na Região Sudeste do Brasil. De acordo com dados das IES pesquisadas, a extinção dessas habilitações tem relação, em grande parte, com as reformulações das matrizes curriculares dos cursos de Comunicação Social. As mudanças convergiram para habilitações únicas contemplando rádio, TV, internet e outras mídias.

O que pode ser observado é que, na maioria das instituições, o curso, antes voltado para disciplinas relacionadas diretamente com o rádio, hoje divide espaço com ensino nas áreas da internet, cinema, entre outras. Esse é o caso da Universidade Federal de Brasília (UnB), onde, a partir de mudanças curriculares feitas em 2001, o curso de Rádio e TV e o de Cinema, foram substituídos pela habilitação Audiovisual. De acordo com dados²⁸ do site da universidade, a evolução tecnológica na área de áudio e vídeo tornou necessária a junção dos dois cursos já existentes.

Ainda de acordo com informações da página da UnB na internet, os professores que criaram o curso de Audiovisual

²⁸ Dados disponíveis em: www.fac.unb.br/site/index.php?option=com_content&view=article&id=48&Itemid=59.
Data de acesso: 20 de setembro de 2011.

avaliaram que não fazia sentido formar profissionais para “desempenhar funções específicas em uma área de conhecimento cada vez mais complexa e que exige um amplo dinamismo de atuação”. A proposta é que o curso traga discussões teóricas e práticas sobre todas as possibilidades de produtos audiovisuais.

A Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), em Minas Gerais, também deixou de ter o curso de Radialismo em detrimento de uma opção mais geral. O Radialismo da UFJF, um dos pioneiros do Brasil, faz parte agora da habilitação Jornalismo. Parte da divisão que existia no passado, em forma de habilitações distintas, foi transferida para a divisão do Departamento de Comunicação da universidade que hoje se apresenta da seguinte forma: (1) Comunicação e Artes, (2) Jornalismo e (3) Televisão e Rádio.

A seguir, algumas informações sobre alguns cursos de Radialismo que merecem destaque e que não figuram nos dois Enades realizados para a área. Os dados coletados, dos sites das IES, são apresentados aqui divididos pelas regiões brasileiras.

IES	Breve histórico	Oferece agora	Site
Centro-Oeste			
Universidade de Brasília (UnB) Brasília/DF PÚBLICA	Até 2001, a UnB oferecia as habilitações Cinema e Rádio-TV. Depois de mudança curricular, as duas passaram a fazer parte de uma única: Audiovisual. A nova habilitação contempla a convergência de mídias	A partir do 3º período alunos optam entre: Jornalismo, Publicidade e Propaganda e Audiovisual.	www.unb.br

O ENSINO DE COMUNICAÇÃO FRENTE ÀS NOVAS DIRETRIZES CURRICULARES

	e a digitalização dos processos de produção.		
Universidade Federal de Goiás (UFG) Goiânia/GO PÚBLICA	Radialismo foi extinto depois de um reforma curricular, em 2004. A nova matriz do curso tem três linhas: jornalismo (todas as linguagens), audiovisual/cinema e pesquisa.	Na área de Comunicação Social, oferece três habilitações: Jornalismo, Publicidade e Propaganda e Relações Públicas.	www.ufg.br
Sudeste			
Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF) Juiz de Fora/MG PÚBLICA	Curso de Radialismo, hoje extinto, foi um dos pioneiros no Brasil. A habilitação deixou de ser oferecida pós reformulação do Curso de Comunicação Social, no fim da década de 90.	Somente habilitação Jornalismo. O Departamento de Comunicação da Universidade se divide em: Comunicação e Artes, Jornalismo e TV e Rádio.	www.ufjf.br
Centro Universitário da Cidade (UNIVERCIDADE) Rio de Janeiro/RJ PRIVADA	Radialismo deixou de ser oferecido a partir de 2007, quando as habilitações da UniverCidade passaram por uma reestruturação. Houve integração entre cursos de uma mesma área de conhecimento. O curso de Jornalismo foi impactado por essas mudanças.	Oferta somente Jornalismo. O curso tem ênfase nas áreas de comunicação corporativa, gestão de negócios e jornalismo on-line.	www.univercidade.edu
Faculdade Pinheiro Guimarães (FAPG) Rio de Janeiro/RJ PRIVADA	O curso de Radialismo, autorizado pelo MEC, não foi implantado. A Faculdade é especializada somente em Jornalismo, não ofertando nenhuma outra habilitação da área da Comunicação Social.	Oferece somente Jornalismo. O curso propõe visão multifocal da área.	www.faculdade pinheiroguimaraes.edu.br
Centro Universitário de Votuporanga (UNIFEV) Votuporanga/SP PRIVADA	Os cursos Publicidade e Propaganda e Radialismo foram reconhecidos pelo MEC, em 1999, quando a	Atualmente, só oferece Jornalismo.	www.fev.edu.br

	Instituição de ensino ainda se chamava Faculdades Integradas de Votuporanga.		
Centro Universitário do Norte Paulista (UNORP) São José do Rio Preto/SP PRIVADA	Em 1996 foram implantadas as habilitações Jornalismo e Radialismo. Em 2004, a última foi extinta pelo Conselho Acadêmico Superior.	Oferece apenas Jornalismo. Para formação na área de rádio, usa laboratório e rádio web.	www.unorp.br
Escola de Comunicação e Artes (ECA -USP) São Paulo/SP PÚBLICA	Foi o primeiro curso de Rádio-TV do Brasil. Criado pela Escola de Comunicação e Artes (ECA), da USP, em 1966. Começou a funcionar em 1967.	Atualmente, Radialismo não consta na lista de cursos oferecidos pela USP.	www.eca.usp.br
Sul			
Universidade de Passo Fundo (UPF) Passo Fundo/RS PRIVADA	O curso de Radialismo da Universidade foi o primeiro do Rio Grande do Sul e o décimo do Brasil. ²⁹ A graduação deixou de existir depois de reforma curricular, segundo a instituição, visando às necessidades do mercado de trabalho	Desde 1996, oferece apenas Jornalismo. As aulas práticas acontecem desde o início da graduação contando com agências experimentais de Jornalismo, de Rádio e de TV. Na agência de rádio funciona a Rádio-Web	www.upf.br

4. Ranking dos cursos de Radialismo por região

A Região Sudeste concentra o maior número de cursos de Radialismo do país, com 26 IES listadas nos

²⁹ Memória das ciências da comunicação no Brasil: o grupo gaúcho. Disponível em: http://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=8Y2qwcY04-QC&oi=fnd&pg=PA75&dq=%22hist%C3%B3ria+do+curso+de+radialismo%22&ots=rUNZK5uony&sig=wCtXMO_XwE0eE7ii832HcSgT6uk#v=onepage&q=radialismo&f=false. Data de acesso: 27/02/2012.

Enades 2006 e 2009. A criação e o reconhecimento da maioria dos cursos data dos anos 1990 à primeira década do século XXI. A exceção é a FACHA, que teve o curso criado em 1989 e reconhecido quase dez anos depois, em 1998. Dos 26, três não foram oferecidos no vestibular 2012. E o único curso de Minas Gerais, o da UFMG, funcionou de 1985 a 2010. Apesar de ter obtido terceiro lugar entre 623 habilitações no último Enade, deixou de ser oferecido por causa do baixo interesse dos estudantes.

Em segundo lugar no ranking do maior número de cursos de Radialismo está a região Nordeste do país, com dez IES. Bahia, Pernambuco e Rio Grande do Norte oferecem dois cursos cada um. Já Ceará, Maranhão, Paraíba e Sergipe têm uma IES por estado que oferta Radialismo. Um dos primeiros cursos do país, quiçá o mais antigo em atividade, o da UFPE adaptou recentemente o seu nome, de acordo com orientação do MEC, acrescentando Internet. Dois dos dez cursos do Nordeste não foram oferecidos no vestibular 2012.

Na Região Sul os cursos em oferta são mais recentes, tendo sua criação e reconhecimento a partir dos anos 2000. O mais antigo da região, o da UNOESC, em Santa Catarina, é de 2001. E o mais recente, o da UNC, no mesmo estado, foi reconhecido em 2010. A pesquisa identificou dois cursos no Centro-Oeste, sendo um em cada estado. O Amazonas tem o único curso de Radialismo da Região Norte. O curso de Comunicação Social é de 1998, mas o reconhecimento da habilitação Radialismo é de 2007.

Três cursos estiveram presentes no Enade 2006, mas não constam da listagem da prova em 2009. Não participar da prova não significa exatamente que o curso esteja extinto, mas além dessa possibilidade, a ausência pode apontar que o curso não tenha fechado turma ou que os alunos não

completaram a carga horária mínima exigida para fazer o exame. Para fazer o Enade 2009 o ingressante deveria ter cumprido entre 7% e 22% da grade curricular mínima do curso na IES e o **concluinte** teria que cumprir no mínimo 80% da grade. Os três cursos que não participaram do Enade 2009 (um do Centro-Oeste e dois do Sul) não têm oferta para o vestibular 2012. A situação da Universidade do Contestado pode resumir a situação dos três: o curso existe apenas no site e não há informações disponíveis sobre oferta de vagas.

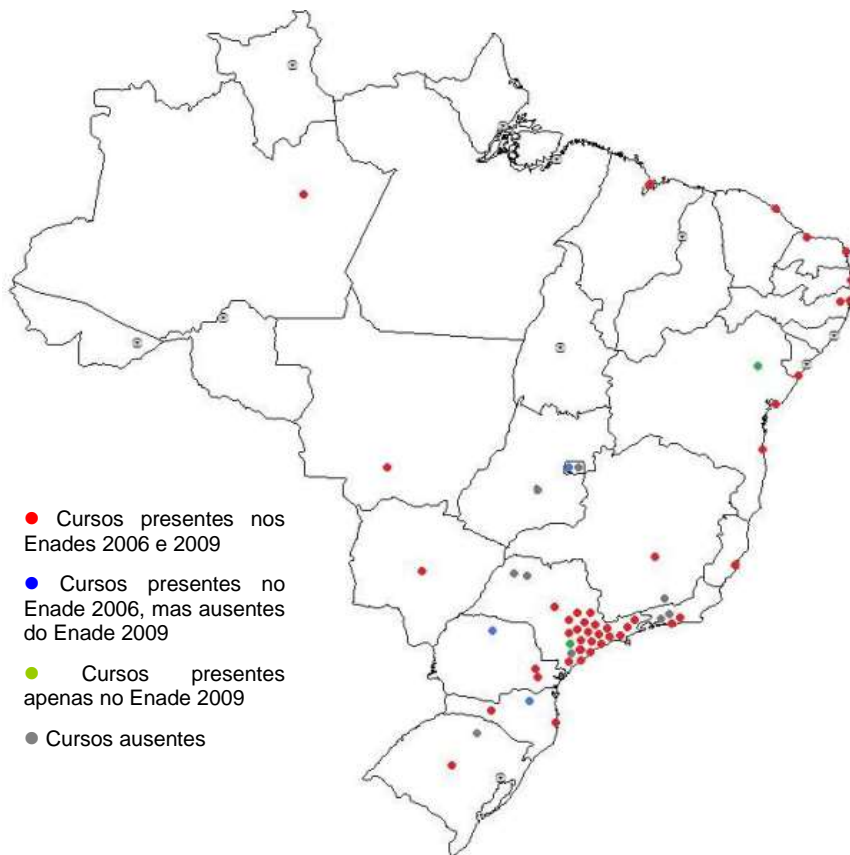
Já a situação dos dois cursos que aparecem apenas no Enade 2009 é diferente. Os cursos da Faculdade Campo Limpo Paulista e da Universidade do Estado da Bahia são novos, criados depois da realização do exame em 2006.

É importante destacar, ainda, a natureza das IES: das 44 instituições que participaram dos Enades 2006 e 2009, 32 são privadas e 12 públicas. Dos cursos que fizeram apenas o Enade 2006, dois são privados e um era oriundo de uma universidade comunitária; já os cursos novos, presentes apenas no Enade 2009, um é privado e o outro público.

O mapa³⁰ a seguir mostra a localização, por cidade e Estado, dos cursos de Radialismo brasileiros. Os pontos em **vermelho** mostram os cursos presentes nos testes do Enade (especificamente no caso do Radialismo, em 2006 e 2009); os pontos em **azul** mostram os cursos presentes no Enade 2006, mas ausentes do Enade 2009; os pontos em **verde** mostram os cursos presentes apenas no Enade 2009 e os pontos em **cinza** mostram os cursos ausentes em ambos os Enades, nossos Achados da pesquisa.

³⁰ O mapa não reflete, necessariamente, a posição exata das cidades, tendo caráter meramente ilustrativo.

O ENSINO DE COMUNICAÇÃO FRENTE ÀS NOVAS DIRETRIZES CURRICULARES



5. Considerações sobre a pesquisa

Um olhar sobre a trajetória e o cenário dos cursos de Radialismo no Brasil encontra certos focos naturais, um deles é a modificação motivada pela necessidade de adaptação ao mercado. E, sob este prisma, talvez os Achados da pesquisa são os que mais ilustram essa situação. Entre os cursos que não aparecem mais no Enade, pesquisas em sites das IES e em ementas apontam que o fim da oferta de Radialismo, na maioria dos casos, tem relação com escolhas mais abrangentes, contemplando, sobretudo a internet.

Um exemplo claro de modificação em função dos avanços das novas tecnologias foi a extinção do curso de Rádio da UnB, para dar lugar ao Audiovisual, incluindo as novas mídias. No caso da UNORP, a oferta agora apenas da graduação Jornalismo vem destacando que a formação em rádio é feita dentro do curso, se dividindo entre as mídias rádio e outras para a internet. O que se observa nesses casos, é que o Radialismo, antes uma formação específica, é condensado para ser ensinado junto com outras mídias.

As mudanças de nomenclaturas propostas pelo MEC constituem outro foco de análise que realça a adaptação às novas tecnologias, com a incorporação da internet ao nome do curso. Tomando como base 38 dos 44 cursos presentes nos Enade 2006 e 2009, que oferecem vestibular em 2012, seis cursos se enquadram no grupo das novas nomenclaturas: Rádio, TV e Internet.

Mas, é preciso destacar que 32 cursos têm a nomenclatura antiga: Radialismo - Rádio e TV (28), Audiovisual (1), Radialismo e Produção em Mídia Audiovisual (1), Mídia Eletrônica (1) e Rádio, Televisão e Multimídia (1). Como a decisão do MEC de mudanças de nomenclaturas foi só sugestão, alguns cursos podem ou não ter passado por

modificações curriculares diante da necessidade de adaptações ao mercado. Portanto, para se dizer o caminho que a maioria dos cursos de rádio no Brasil tem tomado seria necessário estudar mais detalhadamente suas bases curriculares.

II. ENCAMINHAMENTOS PARA A PROPOSIÇÃO DE DIRETRIZES CURRICULARES PARA OS CURSOS DE RÁDIO, TV E INTERNET

As primeiras discussões, em âmbito oficial, ocorreram nos dias 13 e 14 de agosto de 2009, em Curitiba, durante a realização da Oficina do Projeto Referenciais Curriculares Nacionais de Graduação, organizada pela Secretaria de Educação Superior (SESu) do Ministério da Educação, com a participação dos professores Clóvis Reis, Luiz Artur Ferraretto e Moacir Barbosa de Sousa.

De acordo com um documento, produzido em 2014, em que sintetiza as informações sobre esse encontro, o professor Ferraretto explica que foram discutidos dois pontos principais:

1. A sugestão de alteração na denominação e/ou reposicionamento dos cursos de graduação existentes:

Nomenclatura nos registros do ministério	Novas nomenclaturas sugeridas
Audio Visual e Novas Mídias	Cinema e Audiovisual ou Rádio, TV e Internet
Audiovisual	Cinema e Audiovisual ou Rádio, TV e Internet
Audiovisual e Novas Mídias	Cinema e Audiovisual ou Rádio, TV e Internet
Comunicação e Multimídias	Cinema e Audiovisual ou Rádio, TV e Internet
Comunicação Social	Jornalismo ou Publicidade e Propaganda ou Rádio, TV e Internet ou Relações Públicas
Comunicação Visual com Ênfase em Meios Digitais	Rádio, TV e Internet
Radialismo	Rádio, TV e Internet
Radialismo – Produção em Mídia Audiovisual	Rádio, TV e Internet
Radialismo – Rádio e TV	Rádio, TV e Internet
Radialismo (Rádio e Televisão)	Rádio, TV e Internet
Radialismo (Rádio e TV)	Rádio, TV e Internet
Radialismo, Rádio e Televisão	Rádio, TV e Internet
Radialismo/ Rádio/ TV	Rádio, TV e Internet
Rádio e Televisão	Rádio, TV e Internet
Rádio e TV	Rádio, TV e Internet
Rádio, TV e Multimídia	Rádio, TV e Internet
Rádio/ TV	Rádio, TV e Internet

Fonte: Lista de convergência de denominações (DE → PARA) (SESu, abr. 2010)¹

2. A proposta elaborada de carga horária, perfil do egresso, temas abordados na formação, áreas de atuação e infraestrutura recomendada:

Carga horária

2.700 horas.

Perfil do egresso

O perfil do egresso em Rádio, TV e Internet caracteriza-se pela percepção, interpretação, recriação e registro da realidade social, cultural e natural por meio de texto, som e imagem, de modo associado ou não; pelas formulações radiofônicas, televisivas e multimidiáticas de teor jornalístico, persuasivo, institucional, educativo, de entretenimento ou quaisquer outras adequadas aos suportes tecnológicos do campo da comunicação; pelo domínio técnico, estético e de procedimentos expressivos pertinentes à elaboração de conteúdos em rádio, TV e internet; pela atividade em emissoras de rádio ou de televisão, provedores de conteúdo ou quaisquer outras estruturas de criação, interpretação, planejamento, produção e desenvolvimento de produtos midiáticos nestas áreas específicas; e pela interlocução entre as suas funções próprias da área e as dos demais campos da comunicação ou afins. O profissional deve, portanto, dominar as linguagens textual, sonora, audiovisual e multimidiática, sabendo perceber suas diferenças, semelhanças, convergências e divergências.

Temas abordados na formação

Geral

Teorias da comunicação. História da comunicação. Estudos de mídia. Ética e deontologia da comunicação. Pesquisa em comunicação. Tecnologias da comunicação. Redes interativas. Políticas de comunicação. Estudos da linguagem. Humanidades e ciências sociais. Responsabilidade social. Gestão e empreendedorismo. Expressão oral e escrita.

Específicos

Teorias do som, da imagem e do hipertexto. História do rádio, da televisão e da internet. Gêneros textuais jornalístico, persuasivo, institucional, educativo e de entretenimento. Planejamento e produção de conteúdos em rádio, TV e internet. Realidade regional em comunicação. Legislação do rádio, da televisão e da internet. Tecnologias de rádio, televisão e internet. Sonoplastia. Videografia. Cenografia e iluminação.

Áreas de atuação

O bacharel em Rádio, TV e Internet é o profissional apto a atuar no planejamento, produção e gestão de conteúdos radiofônicos, televisivos e multimidiáticos em emissoras de rádio; estações de televisão; provedores de conteúdo para internet; agências de publicidade; instituições ou setores de universidades voltados ao ensino à distância; produtoras de áudio, vídeo ou multimídia; assessorias de comunicação; entidades do terceiro setor; instituições públicas; empresas em geral; associações de classe; e outras estruturas em seu campo de atuação. Treinamento de mídia.

Infraestrutura recomendada

Estúdio de fotografia. Estúdio de rádio. Estúdio de televisão. Laboratório de criação. Redação. Laboratório de informática. Web rádio. Web TV. Produtora experimental de conteúdos. Sala de aula multimídia. Biblioteca com livros, periódicos e base de dados específica da área.

Fonte: SECRETARIA DE ENSINO SUPERIOR/ MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO.

Oficina do Projeto Referenciais Curriculares Nacionais de Graduação. Curitiba, 13-13 ago. 2009.

Cinco anos depois da realização desta Oficina do Projeto Referenciais Curriculares Nacionais de Graduação, a Federação Brasileira das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação (Socicom) realizou no dia 14 de

fevereiro de 2014, na USP, o Encontro Estruturas Curriculares do Curso de Rádio, TV e Internet.

O evento teve a participação de 54 pessoas, que decidiram pela formação de um comitê para o estabelecimento de parâmetros voltados à organização da Comissão de Diretrizes Curriculares do Curso de Rádio, TV e Internet, cujo pedido de nomeação seria formalizado posteriormente ao MEC. Este Comitê também teria a função de estudar a criação de uma entidade representativa dos cursos de Rádio, TV e Internet.

A primeira reunião do Comitê foi realizada no próprio dia 14 de fevereiro e seus membros definiram um cronograma de trabalho, contemplando o levantamento de informações, a definição de parâmetros para indicação dos integrantes da comissão e a metodologia a ser empregada. O Comitê foi formado por oito professores: Cláudio Yutaka Suetu, Débora Burini, Edson Cortez Sousa, Luiz Artur Ferraretto, Nair Prata, Norma Meireles, Renato Tavares Júnior e Roberto D'Ugo Júnior. Foi sugerida ainda a inclusão dos nomes de duas professoras que não estavam presentes à reunião, mas que seriam consultadas sobre a disponibilidade de participar: Ana Sílvia Lopes Davi Médola e Rosana Hermann.

Na primeira reunião, o Comitê definiu o seguinte cronograma e metodologia de trabalho:

Cronograma e metodologia de trabalho	
Até 28 de fevereiro de 2014	Levantamento de dados sobre os cursos da área de Rádio, TV e Internet. Revisão das diretrizes definidas para os cursos de Cinema e Audiovisual, Jornalismo e Relações Públicas.
Até 14 de março de 2014	Definição dos parâmetros para indicação dos integrantes da comissão.

Até 23 de março de 2014	Definição da metodologia de trabalho a ser empregada pela comissão.
Até 14 de abril de 2014	A partir das matrizes dos principais cursos, definição dos eixos da proposta de diretrizes curriculares em torno dos quais a comissão irá trabalhar.

Apesar da definição do cronograma, o trabalho do Comitê não foi adiante e um mês depois do encontro na USP, no dia 14 de março de 2014, os professores Luiz Artur Ferraretto e Nair Prata decidiram encerrar sua participação e deixaram o grupo.

No dia 28 de março de 2014, também na USP, foi realizada a segunda reunião do Comitê, com a presença dos professores Carmen Lucia José, Claudio Yutaka Suetu, Christian Pelegrini, Daniel Gambaro, Débora Burini, Eduardo Vicente, Renato Tavares Jr. e Roberto D'Ugo Jr. No encontro, dois assuntos principais foram discutidos: a proposição de uma carta-manifesto e a definição do mês de maio para envio de uma carta ao MEC.

No dia 28 de abril de 2014, na USP, foi realizada a terceira reunião do Comitê, com a participação dos professores Carmen Lucia José, Débora Burini, Daniel Gambaro, Eduardo Vicente, Marcia Carvalho e Norma Meireles. Foi discutida a redação de uma carta aos representantes dos cursos de Rádio e TV e também a produção de um texto com o perfil do egresso.

No dia 12 de maio de 2014, também na USP, foi realizada a quarta reunião do Comitê, com a participação dos professores Carmen Lucia José, Daniel Gambaro, Débora Burini, Fernando Ferreira de Almeida, Márcia Carvalho e Renato Tavares. O tema principal do debate foi a primeira minuta de carta ao MEC, à qual seria anexada a lista de

pessoas indicadas para formação da Comissão responsável por discutir as Diretrizes Curriculares dos Cursos de Rádio, TV e Internet.

Depois dessa reunião não foram mais realizados encontros formais do Comitê e tampouco qualquer deliberação foi tomada. Em mensagem enviada a todos os membros do grupo, em setembro de 2014, perguntei sobre o andamento das atividades e três professores responderam: “Até o momento havia sido formulada uma proposta de Perfil do Egresso de Rádio, TV e Internet; realizado um levantamento dos Cursos no país com essa denominação. Tivemos também a elaboração conduzida pelo prof. Eduardo Vicente e outros membros de um documento a ser encaminhado aos Coordenadores de Cursos levantados na citada pesquisa, com o intuito de estimular a participação nas discussões. Cordialmente, Roberto D'Ugo Jr.”; “Avançamos pouco, na verdade. Por enquanto, estamos fazendo o levantamento dos cursos de RTV para tentar ampliar a participação das universidades, e definimos uma primeira proposta de carta ao MEC e de diretrizes, para ser debatida com esse grupo mais amplo. Devemos retomar as discussões este semestre. Daniel Gambaro”; “Estamos finalizando o documento depois de orientações recebidas do pessoal de Publicidade. Carmen Lúcia José”.

Em novembro de 2014 novamente enviei uma mensagem a todos os membros do Comitê, solicitando informações sobre o desenvolvimento dos trabalhos. Obtive duas respostas: “Como informei em minha última comunicação, não houve andamento da comissão após o mês de maio ou junho, por incompatibilidade das agendas. Em outras palavras, a comissão não avançou em praticamente nenhuma frente, e toda a discussão foi enterrada. Estivemos próximos de mandar a carta ao MEC, mas ela não chegou a

ser realmente finalizada. De julho em diante, não mantivemos mais comunicações. Abraços, Daniel Gambaro”; “Estamos meio parados porque muitos professores tiveram que parar de frequentar as reuniões por conta de muitas atividades em andamento. Ainda não temos o documento final. Carmen Lucia José”.

III. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Lei 9.131, de 1995, que criou o Conselho Nacional de Educação, dispôs sobre as diretrizes curriculares para os cursos de graduação quando tratou das competências deste órgão “...são atribuições da Câmara de Educação Superior: ...deliberar sobre as diretrizes curriculares propostas pelo Ministério da Educação e do Desporto, para os cursos de graduação”. O Parecer CNE/CES nº 776, de 3 de dezembro de 1997, aponta as orientações para as diretrizes curriculares dos cursos de graduação do país:

Entende-se que as novas diretrizes curriculares devem contemplar elementos de fundamentação essencial em cada área do conhecimento, campo do saber ou profissão, visando promover no estudante a capacidade de desenvolvimento intelectual e profissional autônomo e permanente. Devem também pautar-se pela tendência de redução da duração da formação no nível de graduação. Devem ainda promover formas de aprendizagem que contribuam para reduzir a evasão, como a organização dos cursos em sistemas de módulos. Devem induzir a implementação de programas de iniciação científica nos quais o aluno desenvolva sua criatividade e análise crítica. Finalmente, devem incluir dimensões éticas e humanísticas, desenvolvendo no aluno atitudes e valores orientados para a cidadania. Os cursos de graduação precisam ser conduzidos, através das Diretrizes Curriculares, a abandonar as características de que

muitas vezes se revestem, quais sejam as de atuarem como meros instrumentos de transmissão de conhecimento e informações, passando a orientar-se para oferecer uma sólida formação básica, preparando o futuro graduado para enfrentar os desafios das rápidas transformações da sociedade, do mercado de trabalho e das condições de exercício profissional.

Os cursos de Rádio, TV e Internet no Brasil vivem uma crise de identidade e o quadro de indefinição é bastante complexo para que se alcance alguma previsão sobre a sua permanência e importância no futuro. O próprio fato de não se conseguir formar um grupo nacional representativo que trabalhe na discussão das Diretrizes Curriculares é um sintoma suficientemente claro do enredamento de dificuldades vividas por essa graduação.

O quadro aponta para a necessidade de mudanças, mas as opções ainda são obscuras. Talvez, a sobrevivência esteja vinculada ao realinhamento do curso não mais como um bacharelado, mas como um tecnólogo, com as características intrínsecas deste tipo de graduação, ou seja, formação específica para um mercado de trabalho determinado. Nessa linha, o curso pode ser entendido também como uma especialização, com foco técnico-profissional voltado para egressos dos cursos da área de Comunicação que desejam um aprofundamento de seus conhecimentos e competências.

REFERÊNCIAS

MOREIRA, Sônia Virgínia. **Da memória particular aos estudos acadêmicos: a pesquisa sobre rádio no Brasil.** In: - e BRAGANÇA, Anibal (orgs.). *Comunicação, acontecimento e memória.* São Paulo: Intercom, 2005, v.1.

MOURA, Cláudia Peixoto de. **O curso de comunicação social no Brasil: do currículo mínimo às novas diretrizes curriculares**. Porto Alegre: EDICPURS, 2002.

PRATA, Nair. **Radialismo**. *In*: Enciclopédia INTERCOM de Comunicação. – São Paulo: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2010.

PRATA, Nair. **Grupo de Pesquisa Rádio e Mídia Sonora - 20 anos**. *In*: XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Recife, 2011.

SANTOS, Maria Cecília Loschiavo dos. **Universidade de São Paulo: Alma Master Paulista – 63 anos**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1998. Disponível em http://books.google.com.br/books?id=UfWX5T6UIZcC&pg=PA65&dq=cursos+de+radialismo&hl=pt-BR&ei=wsHoTqDCJZK2tweB0LjMCg&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=6&ved=0CGUQ6AEwBQ#v=onepage&q=cursos%20de%20radialismo&f=false

VAZ, Tyciane Cronemberger Viana. **Francisco Assis Fernandes, itinerários paralelo**. *In*: Anuário Unesco/Metodista de Comunicação Regional, Ano 14 n.14, jan/dez. 2010.

Memória das ciências da comunicação no Brasil: o grupo gaúcho. Disponível em: http://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=8Y2qwcy04-QC&oi=fnd&pg=PA75&dq=%22hist%C3%B3ria+do+curso+de+radialismo%22&ots=rUNZK5uony&sig=wCtXMO_XwE0eE7ii832HcSgT6uk#v=onepage&q=radialismo&f=false. Data de acesso: 27/02/2012.

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. Referenciais Curriculares Nacionais dos Cursos de Bacharelado e Licenciatura/Secretaria de Educação Superior. – Brasília: Ministério da Educação, Secretaria de Educação Superior, 2010.
http://portal.mec.gov.br/index.php?Itemid=313&id=181&option=com_content&view=article. Data de acesso: 17/02/2012

ENSINO E PESQUISA: O INTERCOM JÚNIOR NOS CONGRESSOS REGIONAIS DA INTERCOM E A VISUALIZAÇÃO DE CONTEÚDOS

Profa. Dra. Paula Regina Puhl

Doutora em Comunicação Social. Professora do Curso de Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas e Curso Superior de Tecnologia em Produção Audiovisual na PUC do Rio Grande do Sul. Pertence ao grupo GIPTLE – Grupo interinstitucional de pesquisa em telejornalismo. Diretora Regional Sul Intercom (2012-2014). paula.puhl@pucrs.br

O INTERCOM JÚNIOR E OS CONGRESSOS REGIONAIS DA REGIÃO SUL: UMA BREVE INTRODUÇÃO

A oferta de eventos científicos dedicados ao campo da comunicação é grande no país. No entanto diversas associações, grupos e sociedades muitas vezes só aceitam artigos científicos feitos por discentes que estão cursando os cursos e programas de Pós-graduação, mestres e doutores, suprimindo o espaço destinado aos jovens que estão cursando a graduação.

Com intuito de abrir oportunidades para diversos discentes que estão em formação universitária ou recém formados, a Intercom promove tanto em seus congressos regionais como nas edições nacionais o Intercom Júnior (IJ) que é o “espaço acadêmico destinado a acolher os trabalhos elaborados nos cursos de graduação, seja em projetos de iniciação científica (PIBIC), laboratórios didáticos, trabalhos de campo ou oficinas experimentais e que tenham orientação de um professor da respectiva instituição”, de acordo com o portal da instituição³¹.

A apresentação dos trabalhos são organizadas de acordo com as subáreas dos que compõem o campo da Comunicação, definidas pela na área científica da Intercom. Os trabalhos passam por uma avaliação online feita por pesquisadores da área de todo o país cadastrados no sistema de avaliação da Intercom.

Para colaborar com a submissão dos textos foram organizadas oito subáreas e cada uma possui uma ementa que guia os acadêmicos e ajuda-os a escolher para qual

³¹As definições sobre o que é o Intercom Júnior e as ementas das subáreas podem ser encontradas no site da Intercom: www.portalintercom.org.br. Acesso em: 20 de fev. 2015.

subárea irão enviar o seu artigo. As oito subáreas são: Jornalismo; Publicidade e Propaganda; Relações Públicas e Comunicação organizacional; Comunicação audiovisual; Rádio, TV e Internet, Interfaces comunicacionais; Comunicação, espaço e cidadania e Estudos interdisciplinares da Comunicação. Após a aprovação do artigo os autores e autoras apresentam os seus artigos em grupos durante os congressos.

A fim de verificar a importância desse espaço acadêmico, principalmente nos congressos regionais, esse breve relatório tem como objetivo fazer um levantamento do número de trabalhos apresentados no Intercom Júnior dos congressos regionais Sul (2012, 2013 e 2014), período em que a autora foi diretora regional Sul e acompanhou com proximidade esses encontros. Além do levantamento quantitativo a proposta foi verificar e relacionar as temáticas desses artigos apresentados com as ementas das 8 subáreas temáticas proposta pela Intercom, nos últimos 3 anos. O relatório foi apresentado pela primeira vez durante o Ensicom - Seminário sobre o Ensino de Graduação em Comunicação Social, evento organizado e coordenado pelo professor Fernando Ferreira de Almeida, durante o Intercom nacional ocorrido em de Foz do Iguaçu em 2014.

Esse artigo conta com dados e números disponibilizados pela secretaria da Intercom a respeito dos congressos regionais que foram realizados na Unochapecó, na cidade de Chapecó no estado de Santa Catarina em 2012; na Unisc em Santa Cruz do Sul no Rio Grande do Sul em 2013 e por último na Unisul em Palhoça, Santa Catarina em 2014.

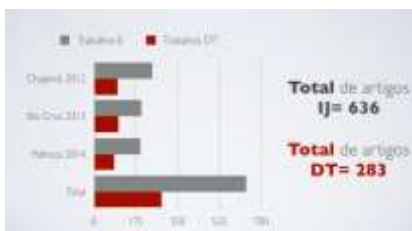
O encontro promovido pela Universidade Comunitária da Região de Chapecó e coordenado pela professora

Mariangela Torrescasana, recebeu 1.829 participantes efetivos e um total de 341 trabalhos aceitos para serem apresentados no congresso, sendo que destes 244 voltados ao Intercom júnior, e os outros 97 nas Divisões Temáticas (DT) que “recebe trabalhos ou comunicações científicas de graduados, pós-graduados, estudantes de especialização, mestrado e doutorado, professores e profissionais”, segundo o site da Intercom.

Já o encontro coordenado pelo professor Demétrio Soster na Universidade de Santa Cruz do Sul em 2013 contou com 1.753 participantes efetivos, 198 trabalhos aceitos no Intercom Júnior e 103 nas divisões temáticas, somando 301 textos acadêmicos aceitos para apresentação durante o evento.

Em 2014 a Universidade do Sul de Santa Catarina recebeu 1.704 participantes. Na edição organizada pelas professoras Daniela Germann e Giovanna Benedetto Flores, 194 trabalhos foram aceitos no IJ e 83 nas divisões temáticas, totalizando 277 trabalhos com nível acadêmico. No gráfico abaixo é possível visualizar os números totais de artigos apresentados nos três eventos regionais realizados na região Sul nos anos citados anteriormente.

Gráfico 1: Relação entre IJ e DT Regionais Sul (2012, 2013, 2014)



Fonte: desenvolvido pela autora (2014)

Os números apresentados no gráfico legitimam os congressos regionais como uma oportunidade para alunos de graduação, bolsistas de iniciação científica e recém graduados que os reconhecem como espaço de sociabilidade para seus estudos e pesquisas. Nos três anos observados ao todo foram 636 artigos apresentados no Intercom Júnior, duas vezes mais do que trabalhos desenvolvidos em níveis de pós-graduação, que somaram 283 textos.

Após essa leitura quantitativa foi escolhido o congresso regional Sul de 2014, realizado na UNISUL para que fossem refinados esses resultados e a partir deles fossem traçadas algumas considerações a fim de compreender quais as temáticas do campo de comunicação têm sido mais abordadas pelos alunos e alunas das graduações em Comunicação Social e se essas estão sendo contempladas nas ementas propostas pela Intercom. No próximo item são descritos os procedimentos utilizados para a investigação proposta.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS PARA VISUALIZAÇÃO DE DADOS

Devido ao volume de dados recolhidos foram necessárias algumas escolhas e assim foi delimitado um recorte para aprofundar os dados, por isso o foco foi o Intercom Júnior do Intercom Sul de 2014, que ocorreu em Palhoça, na Unisul.

Para refletir sobre quais assuntos estão sendo discutidos nesses artigos acadêmicos, foram feitas visualizações das 20 palavras mais citadas a partir dos títulos dos 194 artigos aceitos para apresentação no evento. Em um

segundo momento foram relacionadas com as ementas das 8 subáreas propostas pela Intercom.

As fontes usadas para essas visualizações foram recebidas da secretaria da associação e do seu site e o acesso aos títulos dos trabalhos foram retirados dos anais do congresso³². Os dados foram tratados a partir de cada subárea do IJ. Optou-se pelas 20 palavras mais citadas no título de cada artigo. Para a visualização foram contadas as 20 palavras mais citadas nos títulos por IJ e depois relacionadas com as ementas de cada subárea. Foram usados os programas: Wordle (visualização em nuvem)³³ e Tag Crowd (contagem de palavras)³⁴. A seguir são apresentados os dados quantitativos de cada um grupos do IJ gerados pelos programas já nomeados e algumas considerações sobre os resultados obtidos.

VISUALIZAÇÃO DAS VINTE PALAVRAS MAIS CITADAS NOS GRUPOS DO INTERCOM JÚNIOR E A RELAÇÃO COM AS EMENTAS DAS 8 SUBÁREAS

O primeiro grupo do Intercom Júnior a ser analisado foi o de Jornalismo. Foram 48 trabalhos aceitos, gerando a seguinte visualização das 20 palavras mais citadas nos títulos.

³² Os títulos estão disponíveis nos Anais do encontro:

<http://www.portalintercom.org.br/anais/sul2014/index.htm>. Acesso em 27 de agosto de 2014.

³³ Programa disponível em: <http://www.wordle.net/>. Acesso em 20 de fev. 2015. Ao colocar o texto escolhido o programa organiza as palavras mais citadas utilizando a imagem de nuvem em tamanhos e cores diferenciadas entre si.

³⁴ Esse programa faz a contagem das palavras do texto original. Disponível em: <http://tagcrowd.com/>. Acesso em 20 de fev. 2015.

Figura1: IJ 01 Jornalismo

Fonte: desenvolvido pela autora (2014) com o uso do Wordle.

A ementa dessa subárea apresenta: “Estudo do jornalismo em seus múltiplos aspectos: teóricos, históricos, linguísticos e metodológicos. Reflexão crítica em torno das questões acerca do jornalismo, incluindo gêneros, jornalismo e contemporaneidade, discussões em torno do lugar do profissional, entre outras. O jornalismo como atividade técnica, profissional e de ensino e como campo teórico de estudos”. As palavras mais citadas na ementa são: Jornalismo (4) e profissional (2). Quando a ementa foi relacionada com as palavras mais citadas nos títulos, notou-se que somente a palavra Jornalismo apareceu sete vezes nos títulos e 4 no texto da ementa. Essa observação aponta que a ementa desse grupo, a partir desse recorte, não reflete de forma objetiva os temas dos trabalhos aceitos. Por outro lado, ao analisarmos a imagem gerada dos títulos dos trabalhos, verifica-se que a palavra revista e discurso aparecem sete vezes, e jornal se destacou dez vezes, ou seja, pode-se arriscar a dizer que nesse grupo o jornalismo impresso encontra o seu lugar de discussão.

O IJ 02 de Publicidade e Propaganda onde foram apresentados 36 trabalhos em 2014, gerou a seguinte imagem a partir dos títulos inseridos no Wordle.

Figura 2: IJ 02 Publicidade e Propaganda



Fonte: desenvolvido pela autora (2014) com o uso do Wordle.

A ementa desse grupo é a seguinte: “Estudo da publicidade e da propaganda em suas múltiplas dimensões: a publicidade como atividade técnica, profissional e de ensino. A publicidade como campo de atuação e de estudo das Ciências da Comunicação. Teoria da publicidade e da propaganda. Comunicações estratégicas, linguagem e epistemologia da publicidade. Propaganda política e marketing eleitoral. Publicidade, comunicação mercadológica, marketing e merchandising”. As palavras mais citadas pela ementa foram publicidade (6), propaganda (3), comunicação, estudo e marketing apareceram duas vezes. Enquanto que nos títulos dos trabalhos, entre as 20 palavras mais citadas publicidade apareceu sete vezes, análise (6), estudo (5), marketing e rock (4), seguidas por merchandising com (3). Ou seja houve uma relação bem estreita entre a proposta da ementa com a propostas dos trabalhos apresentados.

O terceiro grupo com 23 trabalhos é o de Relações Públicas e Comunicação Organizacional. A Figura 3 mostra a

visualização das palavras mais citadas nos títulos proporcionadas pelo Wordle, e ao usar o programa Tag Crowd, foi visto que as palavras Relações (10), Públicas (7), Comunicação (8), Organizacional e Imagem (5) foram as mais citadas.

Figura 3: IJ 03 Relações Públicas e Comunicação Organizacional



Fonte: desenvolvido pela autora (2014) com o uso do Wordle.

A ementa do grupo apresenta: “Estudo dos processos de relacionamento entre os públicos e as organizações. As culturas organizacionais. As práticas comunicativas no ambiente interno das organizações e o seu papel da sociedade. Gestão da comunicação nas organizações. Aspectos teóricos, práticos e do ensino da RP e da Comunicação Organizacional”. Ao usarmos o programa Tag Crowd para a contagem das 20 palavras mais citadas na ementa, se destacaram as palavras Organizações (3) e Comunicação (2). Ao cruzar as palavras mais citadas retiradas dos títulos dos trabalhos assim como da ementa, foi percebida a aproximação pelas palavras Comunicação e Organizações/Organizacional, talvez pelo motivo dessas estarem presentes no título do grupo. As palavras como

imagem e cultura também apontam diretamente para o foco desse IJ voltado a processos de comunicação.

O grupo de Comunicação Audiovisual contou com 18 trabalhos e seus títulos geraram a Figura 4, a seguir:

Figura 4: IJ 04 Comunicação Audiovisual



Fonte: desenvolvido pela autora (2014) com o uso do Wordle.

A palavra Cinema, com seis citações, aparece seguida das palavras memória, representações e sociais com três incidências, além disso a palavra representação teve destaque duas vezes, ou seja, é verificado que o conceito de representação/representações está presente nos estudos desse grupo. A ementa por sua vez trata da seguinte proposta: “Estudo dos processos da comunicação audiovisual em suas múltiplas dimensões e em diferentes veículos: cinema, televisão, rádio e outras mídias sonoras, fotografia. Investigação em torno das mídias audiovisuais, incluindo aspectos históricos, teóricos e metodológicos. A linguagem, as técnicas, a história, as questões éticas. Inclui discussões em torno das mídias e dos campos que são tradicionalmente classificados como audiovisuais: cinema, rádio, televisão e fotografia”. Ao ler a ementa fica clara a abertura do grupo às mídias audiovisuais, porém nos títulos

dos trabalhos o Cinema se destaca, não forma citadas a televisão ou a fotografia nos títulos dos artigos apresentados, que talvez tenham mais presença em outros grupos do Intercom Júnior. Ou seja, esse grupo se caracteriza mais pelos estudos sobre cinema e suas representações, a partir da coleta de dados feita nesse edição do Intercom Sul.

Outro grupo que une diferentes objetos de estudo é o IJ 05 Rádio, TV e Internet, sua ementa destaca: “Estudo dos processos relativos ao rádio, à televisão e à internet. No âmbito destes meios, analisa as práticas comunicacionais em uma dimensão multimidiática. Engloba, desta maneira, estudos relacionados ao ensino, à ética, à experimentação, à história, à legislação, às linguagens, ao mercado, à produção, à recepção, às técnicas e aos suportes em suas relações com a cultura, a sociedade e os conteúdos educativos, de entretenimento, institucionais, jornalísticos e publicitários veiculados em rádio, televisão e internet”. Na contagem de palavras a ementa destaca duas vezes a Internet, Rádio e TV. No entanto, a imagem gerada pelo programa Wordle a partir dos títulos dos 17 trabalhos apresentados em 2014 nesse grupo destaca outras mídias que nem são citadas pela ementa, como o jornal.

Figura 5: IJ 05 Rádio, TV e Internet



Fonte: desenvolvido pela autora (2014) com o uso do Wordle.

A palavra jornal aparece duas vezes nos títulos dos trabalhos, acompanhada por Internet, TV e Jornalismo. Nessa observação pelos títulos o que se notou foi que o Rádio não foi citado, mesmo tendo destaque no nome do grupo. É importante lembrar que este estudo é limitado e não indica que não tenha tido artigos sobre rádio, porém essa incidência não pode ser confirmada a partir dos títulos dos trabalhos apresentados.

Os cinco grupos citados anteriormente possuem algumas semelhanças entre si, entre elas é que fazem parte dos nomes dos cursos de graduação do país o que pode facilitar a escolha dos jovens que querem submeter o seu trabalho ao Intercom Júnior. As ementas tratam de temáticas e objetos reconhecidos como “puros” do campo da Comunicação, enquanto os próximos três grupos têm como finalidade unir a Comunicação a outras áreas do conhecimento, ou seja, eles possuem uma abertura aos estudos interdisciplinares e possíveis interfaces com outros temas que não são exclusivamente estudados por autores da

Comunicação, como é o caso do IJ 06 Interfaces da Comunicação, que em 2014 contou com 16 trabalhos. A imagem gerada das 20 palavras mais citadas nos títulos dos artigos é apresentada na Figura 6.

Figura 6: IJ 06 Interfaces da Comunicação



Fonte: desenvolvido pela autora (2014) com o uso do Wordle.

A palavra Análise com 4 incidências se destaca na imagem, seguida pelas palavras: Brasil, Comunicação, Educação, Educomunicação com 2 citações. A ementa do grupo destaca: “Estudo dos processos e das práticas comunicacionais em sua interconexão com outras áreas de estudos e/ou de conhecimento, em suas dimensões teóricas e metodológicas. As chamadas interfaces comunicacionais englobam tanto reflexões da chamada “comunicação especializada”, como os processos mais constitutivos da comunicação em sua relação com a ciência, com a educação, com a política, com a religião, entre diversas outras possibilidades de interconexão”. Ao observar os trabalhos e a ementa a semelhança está na palavra mais genérica – Comunicação seguida por Educação. Já a palavra Interconexão que aparece duas vezes na ementa assim como processos não são citadas nos títulos, porém com o aparecimento da palavra Análise nos títulos, se nota que os

artigos estão voltados a estudos mais empíricos que buscam “analisar” alguns casos específicos.

O IJ 07 Comunicação, Espaço e Cidadania contou com 19 trabalhos. Entre as palavras mais citadas Comunicação aparece com (5), acompanhada por Educomunicação e Escola com (2). Uma curiosidade é ter aparecido duas vezes o nome da cidade de Santa Maria localizada no Rio Grande do Sul na imagem, o que mostra que os alunos da universidade UFSM encontram espaço para suas temáticas nesse grupo. Na figura 7 está a imagem gerada pelos títulos dos trabalhos apresentados nesse grupo.

Figura 7: IJ 07 Comunicação, Espaço e Cidadania



Fonte: desenvolvido pela autora (2014) com o uso do Wordle.

A ementa que guia o IJ 07 esclarece: “Estudo da comunicação na sua relação com ambientes espaciais e culturais. Comunicação e Cidadania. As minorias. Comunicação e espaços culturais e geográficos. Comunicação local e global. A dimensão regional. Processos comunicacionais da América Latina”. Ao ler a ementa se percebe a união da palavra Comunicação com outras temáticas, porém ela não cita três palavras que receberam destaque nos títulos dos trabalhos, são elas: Educomunicação, Educação e Escola, palavras que foram citadas na ementa do grupo 06. Isso indica que muitas vezes

os autores não direcionam os seus trabalhos para os grupos que possuem ementas mais de acordo com os seus estudos. Outra hipótese seria a proximidade das temáticas entre os grupos 06 e 07 do Intercom Júnior, podendo assim gerar dúvidas aos proponentes e avaliadores sobre qual o melhor espaço para apresentar trabalhos sobre Comunicação e Educação.

O IJ 08 Estudos interdisciplinares recebeu 17 trabalhos e os títulos desses artigos mostraram-se curiosos ao serem colocados no programa Wordle. A imagem gerada destacou, por exemplo objetos e temáticas como Propaganda (3) e Campanha (3), que também poderiam ser apresentados no IJ 02 de Publicidade e Propaganda. Outras palavras como Social (3), Cultural, Semiótica, Visual e Cartazes, cada uma com duas citações, ajudam a caracterizar esse grupo, pelo menos nesse encontro de 2014, como um espaço para a análise, palavra que foi citada quatro vezes nos títulos, ou seja o grupo se caracterizou por aceitar análises sociais e culturais de objetos visuais e dos seus discursos (palavra com duas citações nos títulos). A Figura 8 colabora com o entendimento apresentado.

Figura 8: IJ 08 Estudos interdisciplinares



Fonte: desenvolvido pela autora (2014) com o uso do Wordle.

A ementa desse grupo trata dos seguintes temas e propostas: “Estudo da questão epistemológica da comunicação e da informação. Processos de conhecimento comunicacional em suas diversas dimensões: a semiótica, a economia política, a informação, a cultura, comunicação política. Teorias e correntes teóricas do pensamento comunicacional”. Ao colocar o texto da ementa no programa Tag Crowd nota-se a ênfase para áreas como informação, política, que não apareceram nos títulos. Além da palavra Estudo, houve aproximação entre os títulos dos trabalhos e ementa a partir das palavras semiótica e cultural – ou cultura, por outro lado a economia e a comunicação política não foi contemplada pelos artigos.

A VISUALIZAÇÃO COMO SUPORTE DE ANÁLISE: CONSIDERAÇÕES E REFLEXÕES POSSÍVEIS

A utilização de programas de visualização como o Wordle e Tag Crowd servem para verificar de forma quantitativa um cenário complexo e dinâmico que são as tendências dos estudos de comunicação que estão sendo explorados nos cursos de Comunicação Social no país. O foco desse artigo se voltou a um caso específico que são os congressos regionais que ocorrem nos estados que compõem a região Sul: Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul entre os anos de 2012 e 2014. Em tempos de discussões e mudanças curriculares dados como esses possibilitados pelas visualizações dos congressos regionais, podem servir de balizadores para discussões a serem feitas na própria Intercom como nas IES, já que eles podem servir para traçar um panorama dos temas e objetos que estão sendo pesquisados nos mais diversos cursos.

A disponibilidade e vontade de inscrever um artigo em um evento científico que seja um resultado de um trabalho do curso de graduação ou de um trabalho científico, que precisa seguir regras e normas faz com que esses alunos, muitas vezes recorram aos professores, que são agentes indispensáveis para estimular a participação desses discentes. Nesse sentido diversas variáveis influenciam na participação ou não desse público. Precisam ser considerados alguns pontos como: a cidade em que ocorre o congresso regional, se está é próxima ao seu estado e por isso a Intercom está sempre atenta em fazer em cada ano em um estado diferente, a condição sócio econômica desses acadêmicos e o incentivo das universidades para que os trabalhos desenvolvidos em sala de aula, em laboratórios e em trabalhos de conclusão de curso sejam compartilhados.

No entanto, o que realmente interfere na participação é o incentivo permanente a ser dado em sala de aula, é a valorização da pesquisa e dos trabalhos científicos. As atividades práticas tão presentes nos cursos de comunicação e esperadas pelos discentes, “retiram os holofotes” da pesquisa, entretanto a prática não está dissociada da pesquisa e vice-versa, elas são complementares e juntas colaboram para uma formação mais completa dos futuros profissionais da comunicação. E com esse pensamento a Intercom a cada ano, a cada nova edição dos seus congressos, aprimora os seus encontros não somente para consolidar a pesquisa em níveis de pós- graduação, mas também tenta construir um ambiente democrático para trocas de experiências e conhecimento voltados aos acadêmicos, esse espaço como apresenta esse artigo está cada vez mais se consolidando nos congressos regionais de cada uma das cinco regiões do Brasil.

REFERÊNCIA

Portal Intercom. Disponível em:
<http://www.portalintercom.org.br/>. Acesso em 20 de fev. 2015.

CAMINHOS, AÇÕES E REFLEXÕES PARA A REFORMULAÇÃO DAS DIRETRIZES NACIONAIS CURRICULARES EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA³⁵

Eneus Trindade

Bolsista Produtividade (PQ) Nível 2 CNPq (2014). Possui graduação em Comunicação Social Publicidade e Propaganda pela Universidade Federal de Pernambuco (1995), mestrado em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (1999), doutorado em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (2003), Pós-doutorado em Antropologia Visual pela Universidade Aberta de Portugal (2009) e Livre-docência em Ciências da Comunicação pela USP (2012). Atualmente é professor regime de dedicação integral à docência e à pesquisa - 40 horas da Universidade de São Paulo (USP), na Escola de Comunicações e Artes (ECA). Na Graduação o docente é responsável pela matéria de Teoria e Técnica da Publicidade do Curso de Publicidade e Propaganda. No Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação (PPGCOM), o docente atua desde 2007, orientando no mestrado e no doutorado. O professor tem experiência na área de Comunicação, com ênfase em Linguagem Publicitária, atuando principalmente nos seguintes temas: estética e consumo, produção de sentido em publicidade e propaganda, estudos da

³⁵ Trabalho apresentado no III Seminário sobre o Ensino de Graduação em Comunicação Social (ENSICOM), evento componente do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

enunciação e da recepção em linguagens publicitárias e práticas de consumo. Coordenador do PPGCOM/USP 2013 até o momento. Foi Presidente 2010 a 2015 da Associação Brasileira de Pesquisadores em Publicidade (ABP2). Vice-líder do Grupo de Estudos em Semiótica Comunicação, Cultura e Consumo (GESC3) e membro do Grupo de Pesquisa Coletivo de Estudos em Estética, ambos cadastrados no CNPq e Vice-Coordenador do GT Recepção: processos de interpretação, uso e consumo midiático da Compós (2014 e 2015).

INTRODUÇÃO: AÇÕES PARA A REFORMULAÇÃO DAS DCN DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Estimulados pela SOCICOM em 02 de fevereiro de 2013, em reunião realizada na UMESP com a presença de representantes da UMESP, ECA/USP, PUCCAMP, SOCICOM, INTERCOM, APP (Associação dos Profissionais de Publicidade) e ABP2 (Associação Brasileira de Pesquisadores em Publicidade), um conjunto de professores refletiu a necessidade de um convite amplo, nacional, para discussão sobre a formação de uma comissão para reformulação das Diretrizes Curriculares Nacionais (DCN) para os cursos Publicidade e Propaganda (PP), a ser apresentada ao MEC/Sesu e Conselho Nacional de Educação, considerando que as áreas de, cinema/audiovisual, Jornalismo e Relações Públicas já o fizeram. Naquela oportunidade a Profa. Dra. Margarida Maria Krohling Kunsch (Presidente da Socicom) narrou a experiência da área de Relações Públicas.

Considerou-se, naquele momento também, que houvesse um convite para uma reunião maior deveria ser formulado pela INTERCOM, ABP2 e APP e a 1ª reunião ficou agendada para 15/03/2013 na ECA/USP.

Na referida data, realizou-se no auditório Freitas Nobre da Escola de Comunicações e Artes (ECA) da USP, a Primeira Reunião de Reformulação das DCN dos Cursos de PP, que contou com a presença de 51 docentes de Instituições de Ensino Superior que possuem cursos na área de Publicidade de todas as regiões do país.

Naquela oportunidade a reunião foi conduzida pelos Professores Eneus Trindade e Clotilde Perez (ambos da USP e dirigentes da ABP2) e pelo Prof. Fernando de Almeida (representando a Socicom e a Intercom) e foram discutidos os seguintes assuntos.

- A necessidade iminente de reformulação de DCN em PP (Publicidade e Propaganda), considerando as experiências de Jornalismo e Relações Públicas;
- A legitimidade das Associações para representar a área e dar início ao processo;
- Critérios para indicação de nomes para formação da possível comissão a ser nomeada pelo MEC/Sesu e CNE.

Todos os presentes consideraram a necessidade de reformulação das diretrizes curriculares para a área de PP; endossaram a legitimidade das associações para discutir os encaminhamentos dos processos; apoiaram os critérios para indicação de uma lista de possíveis representantes da Comissão a ser apresentada ao Conselho Nacional de Educação e MEC/Sesu para implementar efetivamente o processo de construção social coletivo das Diretrizes Nacionais Curriculares em Publicidade e Propaganda. Esses critérios, elaborados pela INTERCOM e ABP2 foram: garantia da presença de membros das cinco regiões do país; garantia da presença de representantes de instituições públicas,

particulares e confessionais ou comunitárias; garantia da presença de profissionais representantes de entidades científicas e profissionais da área de comunicação/publicidade; garantia da presença de pesquisadores reconhecidos entre seus pares com currículo que manifeste as competências acadêmicas para pensar a área, aspecto este que orienta para escolha de membros, preferencialmente, com a titulação de doutor.

A partir daí, houve uma discussão aberta e democrática, entre os presentes. Dessa discussão surgiu uma lista de 31 nomes indicados para compor a futura Comissão de Reformulação das Diretrizes Curriculares de PP (lembrando que esta comissão que, até o momento da escrita deste texto, não foi nomeada, não terá mais que 07 membros em sua constituição oficial pelo CNE e pelo MEC/Sesu). E esse processo foi todo relatado e documentado, como acima descrito e encaminhado ao CNE e ao MEC/Sesu, para que o mesmo fosse iniciado com a definição da Comissão Oficial que levará os trabalhos adiante. E este é o momento em que estamos, isto é, aguardando a nomeação da Comissão e a inclusão da reformulação das DCN dos cursos de PP na pauta destes órgãos.

Cabe destacar, desde então, o empenho do Prof. Fernando Ferreira de Almeida, que via SOCICOM e INTERCOM, tem buscado informações sobre o andamento deste processo, cuja proposta foi encaminhada oficialmente em 04/07/2013 ao Prof. Dr. Paulo Espeller, então Secretário do MEC/Sesu. E a partir de então, temos esperado uma resposta oficial deste órgão e do CNE.

Outros pontos de destaque, referem-se à maturidade e ao processo democrático vivido na área que contemplou não só formação da proposta encaminhada como também instituiu

a discussão coletiva via e-mail para discussão dcnpp@gmail.com que tem debatido questões curriculares e princípios de interesse comuns à área de Publicidade e Propaganda. Inclusive, tais discussões, já manifestaram calorosos debates sobre o sentido epistemológico de desvinculação que tal processo de reformulação pode ter, ao assumir a autonomia dos cursos, desvinculando-se da área de Comunicação Social, aspecto este que daremos atenção mais adiante.

O QUE REPRESENTAM OS TERMOS PUBLICIDADE E PROPAGANDA E QUAL O SEU CAMPO DE FORMAÇÃO PROFISSIONAL E PARA A PRODUÇÃO DE CONHECIMENTO COMUNICACIONAL?

A partir do exposto, tem-se registrado esforços da área em garantir subsídios epistemológicos e teórico-metodológicos para tal empreitada, sobretudo, graças à contribuição das edições do Pró-Pesq PP - Encontro Nacional de Pesquisadores e Publicidade e Propaganda promovido pela ECA/USP e ABP2 que desde 2013 institui um pré-evento intitulado *Colóquio de Graduação em Publicidade e Propaganda: dilemas e perspectivas*. Em 2013, neste colóquio, foram discutidos os horizontes do campo de formação em PP (TRINDADE e PEREZ, 2013) e Em 2014 foram debatidos aspectos de uma epistemologia do Currículo para área de PP (PEREZ e TRINDADE, 2014).

No que se refere aos horizontes do campo e da terminologia publicidade e propaganda, percebe-se que estas definições, na atualidade embora colocadas como sinônimos no âmbito do CENP (Conselho de Normas Padrão) que regula

o setor publicitário), não comportam ou não alcançam nos termos de sua semântica *stricto sensu*, às manifestações das expressões marcárias no contexto da midiatização das lógicas do consumo. Nos manuais de publicidade, a exemplo de obra de Armando Sant’anna (1998) e mesmo em reflexões críticas sobre a origem destes termos como as dada em Ivan Santo Barbosa (1995, p. 31-35) e Rosana Nantes Pavarino (2013, p.78-85), o termo publicidade vem caracterizado como sendo a qualidade da informação tornada pública sobre os bens e serviços de consumo, em ações de comunicação que ocupam espaços específicos nos meios. Já o termo propaganda se dá na perspectiva da difusão de doutrinas filosóficas, religiosas, políticas, sendo este o uso semântico *stricto sensu* do termo em outras línguas, diferentemente do português falado no Brasil, que abarca a sinonímia entre publicidade e propaganda.

Entre os autores citados, apenas Barbosa (1995) explica como se deu, no caso brasileiro, a sinonímia entre os termos publicidade e propaganda, colocando a máxima: “toda publicidade é propaganda, mas nem toda propaganda é publicidade” (BARBOSA, 1995, p.33). Isto é, a propaganda como difusora de ideias está na lógica da comunicação para o consumo de bens, como é caso das promoções e da publicidade. Por outro lado, nem toda divulgação ideológica configura a presença da comunicação para o consumo de bens. De qualquer forma, o autor também percebe que a propaganda se contaminou das estratégias de comunicação promocional para difusão de seus propósitos, portanto a propaganda se contaminou de publicidade. Daí a sinonímia no nosso contexto cultural.

A propaganda se coloca então como um conceito mais abrangente, mas que não explica suficientemente as questões da interação para delinear as lógicas da

midiatização do consumo. Sobre midiatização do consumo, ver (TRINDADE e PEREZ, 2014). De outro lado, o termo publicidade se generalizou e a própria função, no exercício profissional cotidiano, possibilitou a incorporação da ideia de comunicação integrada, fazendo com que a agência deixasse de ser apenas uma agência de publicidade e promoção, para se tornar uma agência de comunicação, preocupada em ações que publicizem de forma institucional e mercadológica as marcas e corporações que compõem o mercado e a vida de consumo.

Isso significa dizer que ações de divulgação pública, associadas ao termo inglês *publicity*, e que, como mostra Pavarino (2013, p. 86-97), remete a uma concepção de tornar público aquilo que é de interesse público, que em suas origens está desvinculada de um sistema midiático de produção e circulação de mensagens publicitárias, o qual só se consolida na primeira metade do século XX, quando junto com o sistema midiático de massa se estrutura com um sistema publicitário de empresas publicitárias. Assim, o ato de publicizar se torna mais pertinente às ações de relações públicas e referente a uma proto-história da publicidade (PAVARINO, 2013, p. 53-78), pois diz respeito a uma fase em que a publicidade não se dava a partir de uma lógica midiática sistemática no seu âmbito produtivo.

Diante da perspectiva apresentada, o pesquisador Vander Casaqui (2011) propõe, fundamentando seu trabalho a partir de pesquisadores franceses e brasileiros, a ideia de publicização como conceito alternativo que buscaria dar conta dos fenômenos do sistema publicitário, já que os termos publicidade e propaganda não dariam conta das novas manifestações e condições de produção do sistema publicitário, como lugar de expressão das marcas. Para este autor a publicização incorpora novos formatos de contatos

dos consumidores com as marcas para além da lógica dos meios, vislumbrando uma lógica mais transmediática ou *crossmedia*, contemplando também a não-linearidade do circuito comunicacional publicitário que aproxima emissor e receptor, possibilitando uma maior colaboração/participação desse sujeito complexo (receptor-consumidor), em níveis de interação com os processos produtivos e de circulação das ações/mensagens, cujas intensidades dessas interações segue gradientes mais fortes ou fracos (BRAGA, 2012), dependendo da ação, mas que ainda nascem sob a égide da expectativa de resultados do marketing e da comunicação publicitária tradicional, que visam o controle.

Quando nos referimos a ideias de Braga (2012) sobre gradientes de interação, estamos nos referindo ao estudo da mediatização como processo inacabado, que se dá por meio das lógicas de interação em construção. Nessas lógicas existiriam gradientes de intensidades e complexidades das formas de interação experimentadas. Daí a importância do monitoramento das experiências de novos formatos de publicidade e de promoção para pensarmos a sua pragmática cotidiana. O que nos auxilia a perceber o alcance do termo publicidade, aqui substituído pela proposta de Casaqui pelo termo “Publicização”. Contudo, o termo publicização como alertou Rosana Pavarino (2013), remete à fase inicial da publicidade, quando seu sistema publicitário não estava consolidado, como já mencionamos.

Nesse sentido, surge uma problemática: ainda que concordemos com as discussões de Vander Casaqui (2011) sobre as suas importantes reflexões acerca do sistema produtivo publicitário e de sua circulação contemporânea, como substituir culturalmente termos como publicidade e propaganda por publicização? Hoje temos um universo de empresas no mercado de comunicação e centros de formação

que trabalham para a oferta de profissionais da área de Publicidade e Propaganda para a sociedade. Nos casos dos cursos de formação superior nesta área, são mais de 500 em todo país.

Existe em consonância com o sistema de mercado publicitário um sistema educacional formador de profissionais técnicos e no nível do ensino superior, portanto a formação em publicidade e propaganda parece designar não só mensagens, mas todo um campo dado em função dos fenômenos cuja semântica e pragmática discursiva se encerram em torno do escopo de significados dos termos publicidade e propaganda. E como ressignificar toda essa estrutura em um novo termo? Em que medidas essa nova denominação é necessária? Longe de oferecer uma resposta, consideramos mais prudente a necessidade de observar a mediatização publicitária, trazendo como contribuição a alternativa de percebermos tais termos como lugares de sentidos de abrigo dos fenômenos do sistema publicitário. (TRINDADE, 2013).

As últimas considerações nos motivam a refletir sobre o fato de que os estatutos dos termos publicidade e propaganda se dão na garantia de que a perspectiva da comunicação integrada se manifesta como uma das consequências da convergência de tecnologias e das concepções holísticas de comunicação que transcendem o horizonte dos meios massivos, mas que também os inclui, e que permite perceber toda produção humana de apelo ao consumo como um artefato cultural, pertinente, no sentido antropológico, a uma ideia de sistema cultural publicitário que engloba mercado, consumo, consumidores e uma pedagogia de formação profissional e de formação de consumidores, isto é, uma práxis do consumo.

O sistema publicitário como nos ajuda perceber Everardo Rocha (2006, p. 12-14), está presente na formação cultural das sociedades de consumo de modo amplo, permitindo nos seus processos de interação/comunicação a construção de lógicas da vida, vida para o consumo e que nesse horizonte deve oferecer os contornos semânticos e pragmáticos dos termos publicidade e propaganda na perspectiva de suas atualizações. Sobre o que foi colocado com mais detalhes ver (TRINDADE, 2013, p. 48-54).

Além disso, deve-se considerar que essa formação profissional no ensino superior, acontece circunscrita ao campo do conhecimento e da pesquisa referente à comunicação, que está inserida na área de Ciências Sociais Aplicadas, ainda que a autonomia do curso seja dada na perspectiva das diretrizes e da gestão pedagógica, percebe-se que a natureza de seus fenômenos pertencem ao domínio da área do conhecimento científico que tratamos como sendo do âmbito da Comunicação.

Cabe destacar que este aspecto tem apresentado uma crítica dura por parte de importantes pesquisadores do campo comunicacional e entidades da área como a Compós, sobre às diretrizes curriculares de outras áreas como Audiovisual/Cinema, Relações Públicas e Jornalismo que ao assumirem a autonomia dos cursos, parecem romper com o vínculo de pertencimento de seus fenômenos à área de Comunicação e isso na reformulação das DCN em PP não deve ser perdido de vista. Acredito na autonomia de gestão dos cursos de Publicidade e Propaganda, porém seus fenômenos e sua produção de conhecimento pertencem ao campo da Comunicação.

Em função da constatação apresentada nos parágrafos acima, no ano de 2014, a ABP2 decidiu debater a

epistemologia dos currículos no ensino superior em PP, para pensar caminhos que subsidiem as diretrizes e formação do publicitário que trabalhará com os fenômenos da midiaticização do consumo, dados nas manifestações e ações desse sistema publicitário na vida cotidiana e nas culturas. E na oportunidade do evento realizado em maio de 2014, destacamos a contribuição do Prof. Dr. Sérgio Annibal (2014), da UNESP, que apresentou aspectos da teoria do currículo e suas possibilidades para pensar o que a construção do currículo para o ensino superior em PP. Annibal discute que no Brasil, o campo currículo apresenta-se, ao longo do tempo, de diferentes formas, isto é, apresenta concepções teóricas distintas, como a Pós-estruturalistas, os conhecimentos em rede e da história do currículo.

Todavia, segundo Annibal, que, por sua vez, se pauta em estudiosos do currículo, como Lopes e Macedo (2010), aponta:

O embate de tendências no campo ocorre em função de posições de poder e não por posicionamentos teóricos e metodológicos. Isso é importante observar, uma vez que estas posições de poder demarcam também uma constituição de representação sobre o currículo por meio de estudos e consequentes publicações e, principalmente, pelo discurso que este espaço e tempo produz tanto para quem se encontra na escola ou na universidade, implementando e organizando as ideias curriculares com alunos e professores, ou para aqueles que tem como preocupação e objeto as configurações ideológicas da discussão emanante das vertentes. (ANNIBAL, 2014).

O autor ainda destaca que no Brasil o campo de currículo pode ser visto de forma híbrida, ou seja, as vertentes se misturam para configurar o campo. Nesta discussão, uma última contribuição do autor merece nossa atenção: é a maneira que olhamos o currículo, uma vez que se pode olhar a partir de bases norte-americanas e europeias. A diferença é

que a primeira traz a ideia de grade curricular, fechada e restrita, e a segunda, a ideia “[...] de currículo como algo amplo, que considera os objetivos de formação dos envolvidos no processo, considerando características específicas do campo de formação e suas relações com outros campos.” (ANNIBAL, 2014),

Ainda, de acordo com o autor:

[...] É a possibilidade de se pensar uma construção de conhecimento que interaja com outros campos do conhecimento e, ao mesmo tempo, fortaleça o campo de origem. Trata-se de não se restringir a uma grade curricular e também ter em mente que estes conhecimentos não são estandartes da verdade, mas que podem na interação ocorrida na cultura se alterar sempre vislumbrando a amplitude e o diálogo que nos constitui enquanto sujeitos”. (ANNIBAL, 2014).

Outro trabalho emblemático para o campo é a tese de Marques Filho (2013) sobre a epistemologia do Currículo em Publicidade que sintetizava sua tese de doutorado, em que aponta para caminhos de diretrizes curriculares em acordo com exposto aqui até o momento, considerando a linguagem, comunicação, cultura e consumo como eixos para composição de uma epistemologia da semiopublicidade. Ao autor esclarece que

Os tempos contemporâneos são tempos de incertezas, de desafios e de transformações. Ambiguidade, hibridismo, mobilidade, imediatismo, muitos são os traços desse tempo que, de tão acelerados, alteram o panorama social em que se vive, deixando alunos, professores, pesquisadores e profissionais atônitos e desorientados. Esta tese de doutorado, sustentada conceitualmente nas teorias do consumo e na semiótica peirceana, procura flagrar o ensino da publicidade nesse conturbado contexto. Valendo-se metodicamente da revisão bibliográfica, das entrevistas em profundidade e da análise de conteúdo das matrizes curriculares e das

ementas de dez instituições de ensino superior, esta pesquisa primeiro retrata as carências teórico-paradigmáticas do ensino da publicidade, para, depois, apresentar propostas concretas em favor de uma epistemologia própria da propaganda, refletida em um novo modelo de arranjo disciplinar. (MARQUES FILHO, 2013).

O QUE SE ENTENDE POR CURRÍCULO E DIRETRIZES CURRICULARES: CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diretrizes Nacionais Curriculares se configuram como uma definição adequada quando se pensa em orientações para a formação de discentes no ensino superior de um país e de suas várias áreas de formação. Contudo, as várias áreas de formação pouco conseguem se pensar dentro de uma perspectiva pedagógica e se pensam dentro de uma dicotomia primária de noções teóricas versus noções de práticas de formação em processos de ensino e aprendizagem que levam as diretrizes a manifestar perspectivas engessadas na concepção estruturas/grades curriculares. O que é um equívoco, pois tais estruturas curriculares devem partir de uma concepção de curso em função de uma realidade e de uma proposta pedagógica a ser empreendida em um dado contexto cultural.

Nesse sentido, pensando as teorias do currículo na perspectiva dos Estudos Culturais, que valorizam as identidades nas relações entre saberes, poder e identidades, como trata (SILVA, 2010, p.145-150), considera-se premente pensar a formação do sujeito publicitário nas seguintes perspectivas de diretrizes:

- a) A concepção curricular dada pelas diretrizes em PP deve orientar as formações para atuação profissional

de mercado e da produção de conhecimento de fenômenos da comunicação referentes às manifestações do Sistema Publicitário em suas mediações culturais e de sua midiática nas sociedades de consumo, portanto, devem demarcar e privilegiar as relações comunicação e consumo como eixo central;

- b) Essa orientação curricular também deve considerar a divergência cultural, social, econômica, étnica do contexto brasileiro, manifestando projetos pedagógicos e estruturas curriculares que sinalizem a vocação formadora dos cursos para alguns, ou todos, os aspectos da formação em contextos de diversidade social/cultural, a saber: Ética, direitos humanos; Meio ambiente e sustentabilidade; Inclusão social para superação diferenças étnicas e de gêneros; Inclusão social e desenvolvimento de *Know why* e *know how* em tecnologias para a área de saber nas várias regiões;
- c) Por fim, as diretrizes devem conter parâmetros mínimos nacionais, que considerem as diferenças regionais do país, mas que sirvam a um padrão mínimo comum para condições de oferta desses cursos no que diz respeito à carga horária mínima, tipo de formação mínima do conjunto de docentes do curso (titulações), para pensar também os aparatos que materializam propostas pedagógicas em seu aspecto humano (professores e discentes) e material (como as estruturas curriculares com suas disciplinas, espaços de práticas pedagógicas, laboratórios, destinados à operacionalização dos processos de ensino e aprendizagem).

Com tal perspectiva, acredita-se poder contribuir para um processo distinto de reformulação de diretrizes curriculares, sem cair na dicotomia teoria *versus* prática dada na dualidade de estruturas curriculares que sinalizam poucos avanços.

REFERÊNCIAS

ANNIBAL, S. F. **As relações entre as representações sociais acerca do Currículo e os Projetos de Formação no Ensino Superior.** Anais IV Pró-Pesq PP- Encontro Nacional de Pesquisadores em Publicidade e Propaganda: São Paulo. ABP2/ECA/USP. 2014. I Colóquio de Ensino de Graduação: dilemas e perspectivas. Mesa -Por uma epistemologia do Currículo em Publicidade e Propaganda.

BARBOSA, I. S. Propaganda e Significação do Conceito à inscrição psico-cultural. In CORREA, T.G. (Org). **Comunicação Para o Mercado.** São Paulo: Edicon. 1995, p.31-51

BRAGA, J. L. **Sobre mediatização como processo interacional de referência.** Anais15º Encontro Anual da Compós. Bauru: Compós/Unesp Bauru. Gt - Comunicação e Sociabilidade.CD Rom.2006.

BRAGA, J. L. **Interação como contexto da comunicação.** In Revista Matrizes. Revista do Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação da USP. São Paulo: PPGCOM/USP. v. 6, n. 2, jan./jun. 2012. p. 25-41.

CASAQUI, V. **Por uma teoria da publicização: transformações no processo publicitário.** Revista Singificação. n.36. 2011, p. 131-151.

FAUSTO NETO, A. **Dos sintomas ao programa de estudo.** In Revista Brasileira de Ciências da Comunicação. São Paulo: Intercom. v.28, n.1, jan-jun, 2005, p. 11-28.

FOUCAULT, M. **Microfísica do Poder.** 25ed.São Paulo: Graal. 2012.

HJAVARD, S. **Midiatização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural.** In Revista Matrizes. Revista do Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação da USP. São Paulo: PPGCOM/USP. v. 5, n. 2, jan./jun. 2012. p. 53-91

IANNI, O. **Teorias da Globalização.** São Paulo: Civilização Brasileira. 2000.

LOPES, A.C.; MACEDO, E. **O pensamento curricular no Brasil.** In: LOPES, A.C.; MACEDO, E. (Org.) *Currículo: debates contemporâneos.* São Paulo: 2010.

MARQUES FILHO, Bruno Pompeu. **Talento, significado e sensibilidade: epistemologia e currículo da semiopublicidade.** 2013. Tese (Doutorado em Estudo dos Meios e da Produção Mediática) - Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2013.

Disponível em:

<<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27153/tde-27022014-115406/>>. Acesso em: 19/08/2014.

MATTELART, A. **As multinacionais da Cultura.** São Paulo: Civilização Brasileira. 1976.

PAVARINO, R. N. **Panorama histórico-conceitual da Publicidade.** Brasília: PPGCOM/UNB. 2013. Tese de doutorado.

PEREZ, C; TRINDADE, E. (orgs.). **O sistema publicitário e a Semiose ilimitada. V Pró-Pesq PP-Encontro Nacional de**

Pesquisadores em Publicidade e Propaganda. São Paulo: Inmod/ABP2/PPGCOM/USP.2014.

ROCHA, E. **Representações do Consumo.** Estudos sobre a narrativa publicitária. Rio de Janeiro: PUC/Rio e Ed. Mauad X. 2006.

SANT'ANNA, A. **Propaganda: Teoria, Técnica e Prática.** 7ed.São Paulo: Pioneira/Cengage Learnig.1998. 474p.

SILVA, T. T. **Documentos de identidade. Uma introdução às teorias do Currículo.** São Paulo: Autêntica. 2010.154p.

TRINDADE, Eneus e PEREZ, Clotilde. **Dimensões do consumo midiaticado.** II Confibercom. Braga: Universidade do Minho. 2014. Pp 1-10. GT. Publicidade.

_____. (Orgs.) **Por uma Publicidade Livre Sempre - IV Pró-Pesq PP-Encontro Nacional de Pesquisadores em Publicidade e Propaganda.** São Paulo: Inmod/ABP2/PPGCOM/USP. 2013.

TRINDADE, E. **O Alcance de sentidos dos termos publicidade e propaganda em contextos de mediatização.** In TRINDADE,E; PEREZ, C.(Orgs.). Por uma Publicidade Livre Sempre- IV Pró-Pesq PP-Encontro Nacional de Pesquisadores em Publicidade e Propaganda. São Paulo: Inmod/ABP2/PPGCOM/USP. 2013.Pp-48-54.

**O ENSINO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL NO CENTRO-
OESTE DO BRASIL³⁶
ANÁLISE CRÍTICA DA MATRIZ CURRICULAR DAS
GRADUAÇÕES DAS UNIVERSIDADES FEDERAIS**

Ana Carolina Rocha Pessôa Temer

Doutora e Mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo, Especialista em Sociologia pela Universidade Federal de Uberlândia e Jornalista graduada na Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Coordenadora do Programa de Pós-graduação em Comunicação pela Faculdade de Informação e Comunicação na Universidade Federal de Goiás FIC- UFG. E-mail: anacarolina.temer@gmail.com

José Antônio Ferreira Cirino

Mestre em Comunicação (UFG). Especialista em Gestão de Projetos (IPOG). Graduado em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda (IESRIVER) e graduado em Gestão de Marketing (UNIP). Participante do Laboratório de Leitura Crítica da Mídia da UFG. E-mail: cirino.jaf@gmail.com

³⁶ Pesquisa fruto do projeto Ensicom, com resultados parciais apresentados no Congresso Brasileiro de Comunicação - Intercom Nacional – Foz do Iguaçu, realizado do dia 2 a 5 de setembro de 2014.

INTRODUÇÃO

São incontáveis os estudos referentes aos efeitos da comunicação, dos veículos de comunicação, das rotinas produtivas dos profissionais de comunicação, ou ainda de como as pessoas recebem os produtos comunicacionais. De fato, são pesquisas fascinantes que dizem muito sobre a sociedade midiática/midiatizada (THOMPSON, 2011) que vivemos atualmente. Porém, um objeto que deveria ter um olhar mais cuidadoso por parte dos pesquisadores e cientistas da comunicação, que colaboraria para entender todo o processo, deveria ser a base educacional e de formação dos profissionais que interagem e modificam (ou repercutem velhos) paradigmas na prática comunicacional.

A área da Comunicação Social como formação superior é relativamente nova, considerando todas as suas habilitações e as diluindo em relação ao seu tempo de fundação, além disso, comparando com profissões tradicionais para o mercado e a própria sociedade – médico, advogado, etc.

No fim dos anos 60, o progresso tecnológico, representado por conquistas do setor eletroeletrônico, em íntima associação com uma definição mais clara dos meios de comunicação como produtores de uma “cultura para a massa” – que, nos Estados Unidos, se chamou *mass culture* – foi responsável por consideráveis transformações na esfera da Comunicação. No Brasil, tornaram-se maiores e mais fortes as agências de publicidade e propaganda, iniciou-se a regulamentação da profissão de relações públicas e os antigos cursos de jornalismo passaram a integrar escolas de Comunicação Social. (POLISTCHUK e TRINTA, 2003, p. 13)

De acordo com Temer e Nery (2011) houve a tentativa da criação de uma nova disciplina científica, a midiologia, defendida por muitos autores e teóricos para atender ao *boom*

de desenvolvimento dos estudos dos meios de comunicação. Porém no Brasil as áreas de formação tomaram um formato e rumos que remetem ao profissional final que deverá ser capacitado pela graduação (publicitário, jornalista, relações públicas, etc.).

Outras reflexões do campo referem-se também sobre os próprios limites entre as profissões, longas discussões sobre onde se inicia a atuação de um e termina do outro. Perguntas estas que podem ser feitas também às grades curriculares dos cursos. Ali, em um documento quase sempre utilizado apenas para orientação dos envolvidos no curso (acadêmicos, docentes e coordenação/diretoria) estão presentes os principais saberes e conhecimentos teóricos e práticos pelos quais os alunos passarão. É preciso também destacar os esforços para uma formação ampla dos acadêmicos ao incluir atividades de pesquisa e extensão, possibilitando ao futuro profissional contato com a sociedade e um olhar científico às problemáticas que o cercam.

Esta pesquisa longe de esgotar os estudos referentes ao ensino de comunicação com olhar específico para o Centro-Oeste pretende levantar e destacar olhares para a formação dos profissionais de comunicação. O que tem sido ensinado? As disciplinas atendem a formação básica necessária para a atuação profissional no cenário atual?

ANÁLISE CURRICULAR

A presente pesquisa tem como objetivo promover uma análise comparativa dos currículos das Universidades Federais da Região Centro-Oeste, sendo elas: UnB, UFG, UFMT e UFMS. Nesta região as instituições federais foram as primeiras a implantar cursos de comunicação e seus

currículos influenciaram a construção da grade das demais Instituições de Ensino Superior de Comunicação na Região, sendo passível de encontrarmos os mesmos traços da grade curricular objeto deste estudo nas instituições privadas que oferecem os cursos de comunicação.

Os dados foram coletados através das plataformas digitais de cada uma das universidades (site). Optou-se por esse meio devido a ser o mesmo em que os futuros ingressantes e interessados pelos cursos de ensino superior têm acesso, visando, inclusive, verificar qual a imagem das graduações em Comunicação Social podem ser construídas a partir das grades curriculares divulgadas. Estima-se que todas as grades estejam atualizadas e que correspondam ao que está sendo praticado em sala de aula com os acadêmicos.

As grades curriculares foram distribuídas em planilhas do Excel separando-as por curso, objetivando o comparativo inicial de cada curso entre as universidades. A partir dos resultados dos comparativos foi concebido o comparativo entre os diversos cursos e universidades, buscando compreender as disciplinas comuns nas graduações em Comunicação Social, a partir do comparativo inicial de cada curso.

Como a ementa de cada disciplina não foi considerada, outros temas e assuntos podem ser inerentes à formação dos futuros profissionais/teóricos da comunicação, mas que por uma opção metodológica não constam nesta pesquisa, utilizando-se apenas do nome da disciplina como norteador para a criação dos grupos de temas. Os grupos de temas foi uma coluna criada na captação de dados que visa ser um termo *agrupador* de disciplinas para uma análise mais ampla.

Ao todo são 11 cursos de graduação em Comunicação Social nas universidades federais do Centro-Oeste, em quatro *tipos* de habilitação: Jornalismo (4); Publicidade e Propaganda (3); Comunicação Organizacional e Relações Públicas (2); Audiovisual e Radialismo (2). Os dois últimos *tipos* de habilitação foram agrupados por similitude de formação e da própria grade, apesar dos nomes distintos.

A Universidade de Brasília possui atualmente os cursos Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo, Audiovisual, Comunicação Organizacional e Publicidade e Propaganda, além disso, a Pós graduação em Comunicação e Sociedade, à nível de Mestrado e Doutorado, porém os cursos de pós-graduação não são objeto desta pesquisa. A Universidade Federal de Goiás comporta os cursos de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo, Publicidade e Propaganda, e Relações Públicas, e a Pós Graduação em Comunicação, Mídia, Cidadania e Cultura. A Universidade Federal do Mato Grosso, possui os cursos de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo, Publicidade e Propaganda e Radialismo. Não há programas de pós-graduação *Strictu sensu* na área de Comunicação. A Universidade Federal do Mato Grosso do Sul possui apenas o curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo e uma Pós Graduação em Comunicação – Linguagens e Processos Mediáticos. Veja síntese na tabela 01.

Tabela 01 – Universidades e Cursos

Universidade	Graduação em Comunicação Social
Universidade de Brasília (UnB)	Audiovisual; Comunicação Organizacional; Publicidade e Propaganda; Jornalismo;
Universidade Federal de Goiás (UFG)	Relações Públicas; Jornalismo; Publicidade e Propaganda;
Universidade Federal do Mato Grosso (UFMT)	Radialismo; Publicidade e Propaganda; Jornalismo;
Universidade Federal do Mato Grosso do Sul (UFMS)	Jornalismo

Fonte: Elaborado pelos autores da pesquisa

Os dados foram compilados para a criação de tabelas que possibilitam a visualização rápida das disciplinas, tendo em vista a grande quantidade de informações. Por isso para cada comparativo será apresentado ao menos uma tabela inicial com as disciplinas correlatas comuns em todas as universidades e posteriormente, caso o curso esteja presente em mais de duas universidades, uma tabela com comparativos específicos das disciplinas correlatas não comuns a todas as universidades, como ocorre no Jornalismo e Publicidade e Propaganda, presentes em mais de duas universidades.

COMPARATIVO JORNALISMO

O comparativo inicial do curso de Jornalismo evidencia os seguintes grupos de principais disciplinas presentes em todas as universidades que oferecem o curso: Epistemologia e Teorias da Comunicação; Ética; Produção de Texto; Fotografia e Imagem; Produção Gráfica; Rádio; TV. Conforme podemos visualizar na tabela 02.

Tabela 02 – Disciplinas correlatas comuns Jornalismo x Jornalismo (UNB, UFG, UFMT, UFMS)

Disciplinas	Grupo
Teoria(s) da Comunicação (I e II); Introdução à Comunicação; Epistemologias da comunicação; Políticas de comunicação; Semiótica e teorias da linguagem;	Epistemologia e Teorias da Comunicação
Ética na Comunicação; Legislação e ética profissional; Legislação e ética em jornalismo; Legislação e Direito à Comunicação;	Ética
Oficina de Texto; Produção de texto jornalístico; Produção de notícias; Redação jornalística; Prática de leitura e produção de textos;	Produção de texto
Fotografia; Fotojornalismo; oficina de fotojornalismo; Introdução à fotografia; Prática em reportagem fotográfica; Teoria da imagem;	Fotografia e imagem
Jornal Impresso; Edição; Planejamento gráfico; Laboratório de produção gráfica;	Produção gráfica

Redação para radiojornalismo; Laboratório de radiojornalismo; Produção e edição em rádio; Jornalismo em rádio; Técnicas de Rádio e TV;	Rádio
Telejornalismo; Jornalismo em televisão; Técnicas de Rádio e TV; Produção e edição em TV; Redação para telejornalismo; Laboratório de telejornalismo;	TV

Fonte: Elaborado pelos autores da pesquisa

Já as disciplinas que aparecem em pelo menos três – ou menos – universidades que ofertam o curso de jornalismo se destacaram os seguintes grupos de disciplinas: Teorias e Técnicas de Jornalismo; Metodologia; História; Língua e Redação; Psicologia; Filosofia; Sociedade e Cidadania; Cultura; Cinema e audiovisual; Web; Jornalismo especializado; Assessoria; Política; Tecnologia; Reportagem e Visual. A maior quantidade de categorias presentes nesta análise demonstra que algumas universidades possuem mais similitudes de grades curriculares do que outras, discriminadas em cada um dos termos agrupadores abaixo. Conforme podemos visualizar na tabela 03.

Tabela 03 - Disciplinas correlatas não comuns em todas as Universidades - Jornalismo x Jornalismo (UNB, UFG, UFMT, UFMS)

Disciplina	Universidades	Grupo
Teoria do Jornalismo; Introdução ao jornalismo; Técnicas do jornalismo;	UFG, UFMS, UNB	Teorias e técnicas do jornalismo
Teoria e Método de Pesquisa em Comunicação; Metodologia Da Pesquisa Científica;	UFG, UNB, UFMS	Metodologia
História da imprensa; História Da Imprensa E Midiologia; História da Comunicação e dos Meios;	UFG, UFMS, UFMT	História
Língua Portuguesa – Redação e Expressão; Estudos da Linguagem;	UFG, UFMT	Língua e redação
Psicologia Social; Psicologia da Comunicação;	UFG, UFMT, UFMS	Psicologia

O ENSINO DE COMUNICAÇÃO FRENTE ÀS NOVAS DIRETRIZES CURRICULARES

Filosofia	UFG, UFMT, UFMS	Filosofia
Comunicação e cidadania; Comunicação e Sociedade; Comunicação e universidade; Jornalismo, tecnologia e cidadania.	UFG, UNB, UFMS	Sociedade e Cidadania
Sociologia; Sociologia da Comunicação; Sociologia e antropologia;	UFG, UFMT	Sociologia e antropologia
Cultura Brasileira (I; II); Fundamentos da cultura brasileira e regional; Tópicos de economia e política brasileira; Antropologia da cultura brasileira; História contemporânea; Geopolítica; Ciência política; Retórica e política;	UFG, UFMT, UFMS	Cultura
Cinema documentário; Cinema e jornalismo; História do cinema; Produção audiovisual; oficina básica de audiovisual;	UFG, UNB	Cinema e audiovisual
Webjornalismo; Laboratório de ciberjornalismo; Linguagens e ferramentas para a web;	UFG, UFMT, UFMS	Web
Jornalismo especializado;	UFG, UFMT	Jornalismo especializado
Assessoria de imprensa; Assessoria de comunicação; Assessoria e consultoria em comunicação; Técnicas e processos de relações públicas;	UNB, UFMT, UFMS	Assessoria
Jornalismo político; marketing político;	UFMT, UFMS	Política
Sistemas de comunicação; Tecnologias da comunicação; Informática aplicada ao jornalismo;	UNB, UFMS	Tecnologia
Técnicas de reportagem e entrevista; Edição e cobertura jornalística; Reportagem e pesquisa jornalística; Análise e opinião	UNB, UFMS, UFMT	Reportagem
Fundamentos da comunicação visual; criação visual;	UNB, UFMT	Visual

Fonte: Elaborado pelos autores da pesquisa

COMPARATIVO PUBLICIDADE E PROPAGANDA

No comparativo inicial do curso de Publicidade e Propaganda são evidentes os seguintes grupos de principais disciplinas presentes em todas as universidades que oferecem o curso: Teorias da Comunicação; Ética; Introdução; Pesquisa; Língua e Redação; Fotografia e Imagem; Marketing; Planejamento; Mídia; Criação; Audiovisual; Administração; Sociedade e Cidadania; Arte. Conforme podemos visualizar na tabela 04.

Tabela 04 - Disciplinas correlatas comuns Publicidade x Publicidade (UNB, UFG, UFMT)

Disciplinas	Grupos
Teoria da Comunicação (I e II); Introdução à Comunicação;	Teorias da Comunicação
Ética na Comunicação; Legislação e Regulamento em Publicidade e Propaganda; Políticas de comunicação; Direito e Ética em Publicidade e Propaganda;	Ética
Introdução à publicidade e propaganda; Introdução ao Design;	Introdução
Teoria e métodos de pesquisa em Comunicação; Pesquisa publicitária; Prática de pesquisa em Comunicação; Pesquisa em Comunicação; Pesquisa e análise em publicidade;	Pesquisa
Língua portuguesa: redação e expressão; Linguagem publicitária; Redação publicitária; Oficina de texto; Comunicação em Língua Portuguesa;	Língua e redação
Teoria da imagem; Introdução à fotografia; Fotografia publicitária;	Fotografia e Imagem
Mercadologia; marketing em publicidade e propaganda; Marketing;	Marketing
Planejamento de campanha; Planejamento publicitário; Planejamento gráfico visual; Planejamento em Propaganda;	Planejamento
Mídia; Mídia e gerenciamento de contas; Fundamentos das Mídias;	Mídia
Criação; Criação publicitária; Criatividade em publicidade; Criação e Redação publicitária;	Criação
Produção publicitária audiovisual; Produção audiovisual; Oficina básica de audiovisual; Produção publicitária em TV e Cinema;	Audiovisual
Administração; Administração publicitária; Administração de Contas; Administração em Publicidade e Propaganda;	Administração

Comunicação e sociedade; Sociologia; Publicidade e sociedade; Comunicação e universidade; Comunicação global, regional e local; Sociologia da Comunicação; Teorias das Ciências Humanas;	Sociedade e cidadania
Direção de arte; Direção de arte em artes gráficas; Comunicação visual;	Arte

Fonte: Elaborado pelos autores da pesquisa

Diferente do comparativo do curso de jornalismo, existem poucas disciplinas comuns em apenas duas das universidades de Publicidade e Propaganda, dentre os termos agrupadores principais verificamos: Tecnologias; Política; Psicologia, vide tabela 05.

Tabela 05 - Disciplinas correlatas não comuns em todas as Universidades – Publicidade x Publicidade (UNB, UFG, UFMT)

Disciplina	Universidades	Grupo
Comunicação e novas tecnologias; Tecnologias de comunicação	UFG e UNB	Tecnologias
Introdução à Ciência Política; Teoria política;	UFG e UFMT	Política
Psicologia da comunicação;	UFG e UFMT	Psicologia

Fonte: Elaborado pelos autores da pesquisa

COMPARATIVO RELAÇÕES PÚBLICAS E COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL

Os cursos de Relações Públicas e Comunicação Organizacional foram analisados em conjunto devido a proximidade de suas grades curriculares e os propósitos de formação dos profissionais. O comparativo inicial com as disciplinas mais evidentes que levaram a criação dos termos agrupadores foram: Teorias da Comunicação; Metodologia; Ética; Introdução; Pesquisa; Língua e Redação; Marketing; Criação; Assessoria; Planejamento e Gestão Estratégica, conforme podemos visualizar na tabela 06. Como só existem

dois cursos nas universidades pesquisadas não foi necessário criar uma segunda tabela comparativa.

Tabela 06 - Disciplinas correlatas comuns Relações Públicas x Comunicação Organizacional (UNB e UFG)

Disciplinas	Grupos
Teorias da Comunicação; Introdução às Teorias da Comunicação;	Teorias da Comunicação
Teoria e método em pesquisa de comunicação; Metodologia de pesquisa em Comunicação;	Metodologia
Ética; Legislação em RP e Comunicação; Ética legislação e responsabilidade social;	Ética
Introdução às Relações Públicas; Teoria da Opinião Pública; Teorias da Comunicação Organizacional; Instrumento da Comunicação organizacional;	Introdução
Língua Portuguesa – Redação e expressão; Produção de texto jornalístico; Redação e expressão em Relações públicas; Linguagens da Comunicação;	Língua e redação
Criação publicitária; Criação em Comunicação e Publicidade;	Criação
Pesquisa de opinião pública e do mercado; Pesquisa em opinião e mercado; Pesquisa qualitativa em comunicação;	Pesquisa
Assessoria em Comunicação; Assessoria e Consultoria em comunicação;	Assessoria
Introdução ao Planejamento; Planejamento em Comunicação; Planejamento Gráfico e visual; Gestão em Comunicação; Planejamento Gestão Organizações; Avaliação em projetos de comunicação; Gestão estratégica para a sociedade; Planejamento de relações públicas;	Planejamento e Gestão Estratégica
Planejamento e Gestão e marketing; Gestão estratégica em comunicação e marketing; Mercadologia;	Marketing

Fonte: Elaborado pelos autores da pesquisa

COMPARATIVO AUDIOVISUAL E RADIALISMO

Os cursos de Audiovisual e Radialismo foram analisados em conjunto devido à proximidade de suas grades curriculares e os propósitos de formação dos profissionais. O comparativo inicial com as disciplinas mais evidentes que levaram a criação dos termos agrupadores foram: Teorias da

Comunicação e Introdução; Ética; Fotografia e Imagem; Sociologia e Cidadania; Áudio; Direção; Produção; Roteiro; Projetos. Como só existem dois cursos nas universidades pesquisadas não foi necessário criar uma segunda tabela comparativa. Verificar tabela 07 com o detalhamento das disciplinas.

Tabela 07 - Disciplinas correlatas comuns Audiovisual e Radialismo (UNB e UFMT)

Disciplinas	Grupos
Introdução à Comunicação; Teorias da Comunicação (I e II); Introdução ao Design; Políticas de Comunicação;	Teorias da Comunicação; Introdução;
Ética na Comunicação; Direito e Ética em radialismo;	Ética
Fotografia e Iluminação; Fotografia; Tecnologia de som e imagem;	Fotografia e imagem
Comunicação e Universidade; Sociologia da Comunicação;	Sociologia e Cidadania
Introdução à linguagem sonora; Linguagens Verbais e Não Verbais e Hipertextualidades; Redação, Comentário e Narração em Áudio; Técnica de Produção e Difusão de Áudio; Roteiro, Produção e Realização em Áudio; Som;	Áudio
Direção em audiovisual; Direção de programas; Direção; Direção de atores;	Direção
Produção; Organização de produção;	Produção
Redação, Comentário e Narração em Audiovisual; Oficina de Argumento e Roteiro; Argumento e Roteiro;	Roteiro
Legislação, desenvolvimento e produção de projetos; Organização de Projetos e Programas em Audiovisual;	Projetos

Fonte: Elaborado pelos autores da pesquisa

COMPARATIVO GERAL

Para uma análise geral dos cursos de graduação em Comunicação Social foram realizados agrupamentos dos principais grupos identificados na análise primária do curso com o próprio curso, perpassando agora dentre os diversos tipos de cursos das universidades analisadas. Os principais grupos identificados com esse novo olhar foram: Teorias da

Comunicação; Ética; Pesquisa e Metodologia; Texto, Língua e Redação; Fotografia e Imagem; Sociologia; TCC; Cinema e Audiovisual. Conforme tabela 08 detalha as disciplinas presentes em cada grupo.

Tabela 08 – Disciplinas correlatas comuns entre todos os cursos (Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Comunicação Organizacional, Relações Públicas, Audiovisual e Radialismo)

Disciplina	Grupo
Teoria da Comunicação (I e II); Introdução à Comunicação; Teoria da Comunicação (I e II); Introdução à Comunicação; Teoria(s) da Comunicação (I e II); Introdução à Comunicação; Epistemologias da comunicação; Políticas de comunicação; Semiótica e teorias da linguagem; Introdução ao Design; Políticas de Comunicação;	Teorias da Comunicação
Ética na Comunicação; Legislação e Regulamento em Publicidade e Propaganda; Políticas de comunicação; Ética; Legislação em RP e Comunicação; Ética legislação e responsabilidade social; Ética na Comunicação; Legislação e ética profissional; Legislação e ética em jornalismo; Legislação e Direito à Comunicação; Legislação, desenvolvimento e produção de projetos; Direito e Ética em radialismo;	Ética
Teoria e métodos de pesquisa em Comunicação; Pesquisa publicitária; Prática de pesquisa em Comunicação; Teoria e método em pesquisa de comunicação; Metodologia de pesquisa em Comunicação; Teoria e Método de Pesquisa em Comunicação; Metodologia Da Pesquisa Científica;	Pesquisa e metodologia
Língua portuguesa: redação e expressão; Linguagem publicitária; Redação publicitária; Oficina de texto; Língua Portuguesa – Redação e expressão; Produção de texto jornalístico; Redação e expressão em Relações públicas; Linguagens da Comunicação; Oficina de Texto; Produção de texto jornalístico; Produção de notícias; Redação jornalística; Prática de leitura e produção de textos; Redação, Comentário e Narração em Audiovisual; Oficina de Argumento e Roteiro; Argumento e Roteiro;	Texto, Língua e Redação
Teoria da imagem; Introdução à fotografia; Fotografia publicitária; Fotografia; Fotojornalismo; oficina de fotojornalismo; Introdução à fotografia; Prática em reportagem fotográfica; Teoria da imagem; Fotografia e Iluminação; Tecnologia de som e imagem;	Fotografia e Imagem
Comunicação e sociedade; Sociologia; Publicidade e sociedade; Comunicação e universidade; Comunicação e cidadania; Comunicação e Sociedade; Comunicação e universidade; Jornalismo, tecnologia e cidadania; Sociologia; Sociologia da Comunicação; Sociologia e antropologia;	Sociologia

TCC, Projeto Experimental, etc.	TCC
Produção publicitária audiovisual; Produção audiovisual; Oficina básica de audiovisual; Cinema documentário; Cinema e jornalismo; História do cinema; Produção audiovisual; oficina básica de audiovisual;	Cinema e Audiovisual

Fonte: Elaborado pelos autores da pesquisa

Também foi realizada uma análise das disciplinas que despontam entre menores quantidades de cursos do total analisado, para verificar a possível correlação entre eles. Nessa análise foram evidenciados os seguintes grupos: Tecnologia; Assessoria; Marketing; Web; Visual; Semiótica; Economia; Política. Detalhamento na tabela 09.

Tabela 09 - Disciplinas correlatas não comuns em todos os cursos

Disciplina	Cursos³⁷	Grupo
Comunicação e novas tecnologias; Tecnologias de comunicação; Sistemas de comunicação; Tecnologias da comunicação; Informática aplicada ao jornalismo;	JOR e PP	Tecnologia
Assessoria em Comunicação; Assessoria e Consultoria em comunicação; Assessoria de imprensa; Assessoria de comunicação; Assessoria e consultoria em comunicação; Técnicas e processos de relações públicas;	JOR, RP/CO	Assessoria
Mercadologia; marketing em publicidade e propaganda; Gestão estratégica em comunicação e marketing; Planejamento e Gestão e marketing	PP, RP/CO	Marketing
Webjornalismo; Laboratório de ciberjornalismo; Linguagens e ferramentas para a web; Técnicas de Jornalismo Impresso e On-Line, Planejamento Gestão em Web; Roteiro, Produção e Direção WRTV	JOR, RP/CO	Web

³⁷ Significa que está ao menos em um deles dentre as universidades pesquisadas.

Fundamentos da comunicação visual; criação visual; Direção de arte; Direção de arte em artes gráficas;	JOR, PP	Visual
Semiótica e Comunicação;	Radialismo e PP	Semiótica
Economia; Introdução à economia; Economia em Comunicação; Tópicos de Economia e política brasileira;	Radialismo, RP, PP, JOR	Economia
Retórica e política; Geopolítica; Teoria Política; Ciência política; Introdução à Ciência Política;	JOR, PP, RP, Radialismo	Política

Fonte: Elaborado pelos autores da pesquisa

Para melhor compreensão dos dados apresentados anteriormente, foi gerado um quadro com os principais termos de grupos de disciplinas encontrados em cada tipo de formação e o geral dos cursos e universidades, considerando apenas os encontrados em todas as universidades de cada curso (tabela 10). Os termos foram reorganizados por proximidades. As disciplinas ou grupos que por ventura não constem criados se justificam pela ocorrência em apenas uma das grades curriculares ou comparativo.

Tabela 10 – Quadro com os principais termos de grupos encontrados nas disciplinas

Jornalismo	Publicidade e Propaganda	Relações Públicas e Comunicação Organizacional	Radialismo e Audiovisual	Geral
Epistemologia e Teorias da Comunicação	Teorias da Comunicação e Introdução	Teorias da Comunicação e Introdução	Teorias da Comunicação; Introdução;	Teorias da Comunicação
Ética	Ética	Ética	Ética	Ética
Produção de texto	Pesquisa	Pesquisa e metodologia	Roteiro e Projetos	Pesquisa e metodologia
Produção gráfica	Língua e redação	Língua e redação	Produção e Áudio	Texto, Língua e Redação
Fotografia e imagem	Fotografia e Imagem	Assessoria	Fotografia e imagem	Fotografia e Imagem
Rádio	Criação, Arte e Audiovisual	Criação	Direção	Sociologia

TV	Marketing, Mídia, Administração e Planejamento	Planejamento, Gestão Estratégica e Marketing	Sociedade e Cidadania	Cinema e Audiovisual
----	--	---	--------------------------	-------------------------

Fonte: Elaborado pelos autores da pesquisa

CONSIDERAÇÕES

Embora as Diretrizes Curriculares Nacionais recomendem que as estruturas curriculares devam preocupar-se com questões relativas a identidade e o desenvolvimento de uma vocação regional, orientando os aspectos específicos da formação do profissional de comunicação e criando condições para adequar o curso às condições sociais, econômicas e culturais da região, a análise curricular dos cursos de Comunicação na Região Centro Oeste não aparenta estar integrada nesta proposta. De fato, apesar das recomendações fica claro que não há uma maior preocupação em atender as características regionais. Quando esta preocupação se manifesta, ocorre em disciplinas isoladas que não mudam estruturalmente a proposta do conteúdo curricular e quase sempre dependentes da iniciativa individualizada do docente que entende a importância destas para a formação do profissional.

Fica claro que a regionalização ainda não é uma tendência nas matrizes curriculares dos cursos analisados, não é possível evidenciar nas grades qualquer disciplina que se atenha à realidade local. Além disso, a estrutura curricular regional aproxima-se muito do currículo ministrado na primeira faculdade/universidade a implantar o curso na região, a Universidade de Brasília.

A estrutura curricular, que tem em média de 3 mil horas-aula, está dividida da seguinte forma: Disciplinas práticas/disciplinas teóricas e disciplinas de formação geral/disciplinas de formação profissional, além das atividades complementares e do trabalho de conclusão de curso (TCC).

O conjunto mostra que as disciplinas voltadas para a prática tendem a ser mais numerosas que o material voltado para o conhecimento teórico ou para análise/compreensão. Também é evidente a separação entre teoria e prática: não há um equilíbrio com uma síntese ou um fechamento conclusivo/analítico dos conteúdos, ou para uma integração entre teoria e prática. Também há pouco espaço para uma análise crítica à mídia – o que entra em relativo conflito com a ênfase dada as Teorias da Comunicação. Da mesma forma, há pouco espaço para reflexões sobre a realidade regional que fomente elementos criadores de vínculos com o mercado de trabalho local/regional.

Não são de pouca monta as dificuldades a serem vencidas, em um tempo e em lugares nos quais as práticas de Comunicação Social estão sobredeterminadas pelo modelo hegemônico da Comunicação midiática. Entre eles, com um invulgar destaque, está o desequilíbrio existente entre a formação teórica (analítica e crítica) e o prestígio que se agrega a uma profissionalização que requer eficiência a todo custo, fazendo com que a orientação instrumental dite a formação profissional em nível universitário. (POLISTCHUK e TRINTA, 2003, p. 24).

Percebe-se ainda que, apesar de toda a demanda do mercado para a produção voltada às novas tecnologias e redes sociais, exigindo inclusive profissionais específicos para essas áreas, não há a presença de disciplinas com enfoque na produção para Web em todos os tipos de cursos, seja por falta de adaptação da grade para atender ao novo contexto ou pelo conteúdo ainda constar apenas nas entrelinhas das

ementas das disciplinas, ou quiçá pela falta de docentes que atuem nesta área com mais ênfase na academia. Em contraponto a esta afirmação, alguns tipos de cursos demonstraram espaço para a discussão teórica desses fenômenos de migração do analógico para o digital e disciplinas que evocam as tecnologias e inovações.

Outro fator que pode ser destacado é a presença de disciplinas voltadas à administração e marketing, áreas que em alguns momentos se esbarram ou mesmo se utilizam de ações comunicacionais, mas sem os mesmos fins ou preocupações que são exigidas na formação em Comunicação Social. Possivelmente estas disciplinas atendam às exigências de mercado para a formação de profissionais capazes de não somente produzir, mas também gerenciar seus projetos e atividades. E especificamente quanto ao marketing, compreender as funções mercadológicas que a comunicação pode exercer dentro de determinadas aplicações.

Esse viés mercadológico também corrobora com as disciplinas voltadas para a assessoria de comunicação/imprensa, área profícua que enfim consolidou-se principalmente com a atuação de jornalistas e relações públicas, para abastecer a sociedade e as partes interessadas dos seus diversos contratantes (governos, empresas, profissionais liberais, etc.) com as informações necessárias, gerando a circularidade de dados e transparência exigida atualmente.

A presença ainda tímida das disciplinas voltadas às Ciências Políticas denota também ainda o despreparo dos profissionais que se formam ou em formação para a compreensão dos fenômenos em torno da política, além de ações mercadológicas do marketing ou propaganda eleitoral,

mas no entendimento de todo o processo político estratégico que rege as diversas áreas as quais estes profissionais terão interação (economia, saúde, transporte, segurança, etc.). “O comunicador social irá interferir em um domínio profissional cuja evidente expansão está estreitamente correlacionada à crescente complexidade de tudo o que diz respeito à Comunicação” (POLISTCHUK e TRINTA, 2003, p. 24).

Os principais termos agrupadores encontrados nas disciplinas mais comuns entre todos os cursos e universidades federais nas grades curriculares da Comunicação Social, sendo eles Teorias da Comunicação, Ética, Pesquisa e metodologia, Texto, Língua e Redação, Fotografia e Imagem, Sociologia, Cinema e Audiovisual, demonstram o eixo teórico-prático no qual se baseia toda a formação dos egressos destes cursos, levando a questionamentos como: estas disciplinas atendem às necessidades atuais do mercado e da própria academia na formação destes indivíduos?

Os alunos se sentem preparados para o mercado de trabalho apenas com a graduação ou as pós-graduações *lato sensu* encontraram nos insatisfeitos com sua formação um nicho potencial para servir de complemento para assuntos específicos? Os cursos de graduação em Comunicação Social conseguem formar profissionais éticos calcados em teorias e técnicas da comunicação, a partir dos estudos da língua, redação e imagem, à luz de aspectos sociológicos?

Se os profissionais da comunicação detêm consigo o quarto tipo de poder chamado por Thompson (2011) de simbólico ou cultural, não deveria haver uma reflexão mais crítica em relação ao seu próprio fazer comunicacional? Para Polistchuk e Trinta (2003, p. 24) “aos comunicadores sociais deste novo tempo, apresenta-se a exigência substantiva de

um bom conhecimento [...] a par de um apropriado manejo dos instrumentos necessários para que se ampliem as práticas de uma cidadania ativa e participativa”.

REFERÊNCIAS

POLISTCHUK, Illana e TRINTA, Aluizio Ramos. **Teorias da Comunicação: o pensamento e a prática do jornalismo**. – Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

TEMER, Ana Carolina Rocha Pessoa e NERY, Vanda Cunha Albieri. **Para Entender as Teorias da Comunicação**. - Uberlândia: EDUFU, 2009.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. Tradução: Wagner de Oliveira Brandão. 12. Ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2011.

Formar profissionais capazes de superar essa situação-limite e pesquisadores engajados na produção de conhecimento empírico, socialmente utilitário e culturalmente relevante, constitui o ponto de partida. Trata-se, afinal de contas, de romper a servidão intelectual que nos tem condenado a mimetizar padrões estéticos e reproduzir modelos forâneos, sempre de costas para o legado das gerações que nos precederam.

José Marques de Mello


Ensicom


INTERCOM


CNPq
Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico


CAPES


FAPESP

ISBN



978-85-8208-093-1

