

Waldeney Alcides da Silva

**A FORMAÇÃO DO PROFISSIONAL DE RELAÇÕES PÚBLICAS NA
UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS: MEMÓRIA, PERFIL,
REPRESENTAÇÕES E PERSPECTIVAS CURRICULARES**

Dissertação desenvolvida como requisito para
obtenção do título de mestre em Educação
Brasileira, sob a orientação da Prof^a Dra. Maria
Antonieta Albuquerque de Oliveira.

Universidade Federal de Alagoas
Centro de Educação
Programa de Pós-Graduação em Educação
Curso de Mestrado em Educação Brasileira
Área de Concentração: História e Política da Educação/ Gestão e Avaliação Educacional

Maceió, fevereiro de 2006

Waldeney Alcides da Silva

**A FORMAÇÃO DO PROFISSIONAL DE RELAÇÕES PÚBLICAS NA
UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS: MEMÓRIA, PERFIL,
REPRESENTAÇÕES E PERSPECTIVAS CURRICULARES**

Dissertação desenvolvida como requisito
para obtenção do título de mestre em
Educação Brasileira.

BANCA EXAMINADORA

Prof^a. Dr^a. Maria Antonieta Albuquerque de Oliveira – Orientadora
Universidade Federal de Alagoas

Prof^a. Dr^a. Laura Cristina Vieira Pizzi – Examinadora Titular
Universidade Federal de Alagoas

Prof^a. Dr^a. Cláudia Peixoto de Moura – Examinadora Titular
Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul

Prof^a. Dr^a. Magnólia Rejane Andrade dos Santos – Examinadora Suplente
Universidade Federal de Alagoas

Dedico este trabalho a todos os profissionais de Relações Públicas formados pela Universidade Federal de Alagoas.

AGRADECIMENTOS

À minha orientadora, Maria Antonieta Albuquerque de Oliveira, pela confiança em mim depositada e pela presteza com que conduziu o processo de orientação.

Aos companheiros Fernando Jorge Prado Lima, Audranilson Santos Trevas e Rose Cristine pelo apoio e entusiasmo para a concretização deste trabalho.

Aos profissionais, professores e alunos de Relações Públicas informantes.

Aos alunos participantes do projeto “O Ser e o Fazer da Pesquisa de Opinião em Laboratório de Relações Públicas”, por terem sido agentes de pesquisa.

À minha monitora, Marcela Soares, pelo auxílio no levantamento de informações importantes.

Muito obrigado.

[...] o futuro não é uma entidade concreta que esteja à nossa espera. Ao contrário do passado, que é fixo e imutável, o futuro é um espectro de alternativas e probabilidades algumas das quais se concretizarão dentro de 10, 20 ou mais anos em razão das nossas ações de hoje em função das múltiplas opções que somos chamados a fazer agora. (Darcy Ribeiro)

RESUMO

Adotando perspectivas histórica, descritiva e analítica, esta dissertação busca revelar a formação do profissional de relações públicas na Universidade Federal de Alagoas constituída ao longo de 26 anos. Faz um resgate da memória da formação, como inserida num movimento nacional de ensino de Comunicação Social e apresenta seu perfil atual, privilegiando alguns aspetos das categorias consideradas em análises de programas de graduação. Registra representações dos sujeitos envolvidos no processo e discute o currículo de Relações Públicas como um campo de possibilidades. Resultam destas investigações pistas para a constituição de uma memória desse campo em Alagoas, olhares e impressões sobre a formação em questão e subsídios para a conformação de um currículo novo.

Palavras-chave: relações públicas, formação, memória, representações, currículo.

ABSTRACT

From analytical, descriptive and historical perspectives, this dissertation aims at expressing the Public Relation professional's background at the Federal University of Alagoas over the past twenty-six years. It traces the background memory as the one inserted in a national movement of the Social Communication teaching and presents its current profile highlighting some aspects of the categories considered in graduation programs analysis. It registers subjects' understanding involved in the process, and discusses the Public Relations curriculum as a field of possibilities. These investigations result in clues for the constitution of a memory of this field in Alagoas, aspects and impressions of the background in question as well as subsidy for the configuration of a new curriculum.

Keywords: Public Relations, background, memory, subjects' understanding, curriculum

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

- ABRP – Associação Brasileira de Relações Públicas
- ABRP/AL - Associação Brasileira de Relações Públicas/Seccional Alagoas
- ACG – Avaliação dos Cursos de Graduação
- ALAIC – Associação Latinoamericana de Investigadores da Comunicação
- AVALIES – Avaliação das Instituições de Educação Superior
- CHLA – Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes (UFAL)
- CIESPAL – Centro Internacional de Estudos Superiores de Comunicação para a América Latina
- CNPq – Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico
- CONAES – Comissão Nacional de Avaliação da Educação Superior
- CONFERP – Conselho Federal de Profissionais de Relações Públicas
- CONRERP's – Conselhos Regionais de Profissionais de Relações Públicas
- CPA – Comissão Própria de Avaliação
- DAA – Departamento de Assuntos Acadêmicos (UFAL)
- DECOS – Departamento de Comunicação Social (UFAL)
- ENADE – Avaliação do Desempenho dos Estudantes
- ENECOS – Executiva Nacional dos Estudantes de Comunicação Social
- FAPEAL – Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Alagoas
- GTs – Grupos de Trabalho
- IES – Instituição de Ensino Superior
- INEp – Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais
- INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação

LINCS – Laboratório de Informática de Comunicação Social (DECOS/UFAL)

MEC – Ministério da Educação

NPs – Núcleos de Pesquisa

RAV – Recursos Audiovisuais (DECOS/UFAL)

RP – Relações Públicas (singular)

RP's – Relações Públicas (plural)

RR.PP. – Relações Públicas (plural)

SBPC – Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência

SESu – Secretaria de Educação Superior (MEC)

SINAES – Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior

UFAL – Universidade Federal de Alagoas

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO _____	11
CAPÍTULO I - Do capitalismo avançado à sociedade alagoana. Das Relações Públicas ao ensino superior _____	22
1.1. Uma possível configuração para o campo das Relações Públicas _____	22
1.2. As RP's como função _____	24
1.3. Relações Públicas como atividade no Brasil e em Alagoas _____	28
1.4. A reflexão sobre RP e seu status de área de conhecimento _____	38
1.5. O determinante da estrutura e do funcionamento da universidade brasileira _____	49
CAPÍTULO II - Configurações possíveis da memória do Curso de Comunicação Social da UFAL e do perfil da habilitação em Relações Públicas _____	58
CAPÍTULO III - Representações sobre a formação, o currículo e a identidade _____	80
CAPÍTULO IV - O currículo de Relações Públicas como um campo de possibilidades _____	95
4.1. A trajetória dos currículos na área de Comunicação _____	95
4.2. A Organização da formação em RP na UFAL _____	99
4.3. Outros subsídios para um currículo em Relações Públicas _____	112
CONCLUSÃO _____	125
REFERÊNCIAS _____	131
APÊNDICE	
APÊNDICE A – Quadros demonstrativos da pesquisa com os Trabalhos de Conclusão de Curso _____	142
APÊNDICE B – Questionário aplicado aos concluintes em Relações Públicas 2004 _____	150
APÊNDICE C – Tabelas demonstrativas dos resultados da aplicação dos questionários _____	151
APÊNDICE D – Roteiro de entrevista dirigido aos professores _____	154
APÊNDICE E – Grade curricular do Curso de C. Social, habilitação em Relações Públicas da UFAL _____	155
ANEXO	
ANEXO A – Ficha técnica do Curso de Comunicação Social da UFAL _____	157
ANEXO B – Planta baixa do Departamento de Comunicação Social da UFAL _____	158
ANEXO C – Diretrizes Curriculares Nacionais para Comunicação Social e habilitações _____	159
ANEXO D – Resolução Normativa nº 43/02 do Conselho Federal de Profissionais de Relações Públicas _____	166
ANEXO E – Projeto de Lei do Senado nº 324 de 2005 _____	170

INTRODUÇÃO

A universidade está questionada. A profissão de Relações Públicas também. Estas dimensões aparentemente distintas do complexo social: uma instituição que historicamente se transforma e que no Brasil não encontrou a melhor forma de se configurar e uma profissão que potencialmente se apresenta como alternativa à gestão da função comunicativa das organizações de toda natureza, encontram-se num cenário curioso - o Estado de Alagoas. Um lugar onde o Índice de Desenvolvimento Humano é dos mais baixos¹; um território de economia predominantemente agrícola, quase que exclusivamente canavieira e que somente nas últimas décadas encontrou na prestação de serviços outras vocações econômicas. Uma região onde a sociedade cristalizou um *ethos* peculiar, sedimentado no engenho herdado do período colonial e que se propagou até a década de 50 como a forma hegemônica de ordenamento social.²

Este cenário, como grande parte dos cenários ocidentais, foi imerso no discurso da pós-modernidade, espírito que se apresenta como desagregador de paradigmas até então constituídos e que de algum modo nos oportuniza refletir sobre o lugar onde nós – sociedade – queremos chegar. Para onde vai a instituição universitária e qual o futuro da profissão de Relações Públicas parecem ser questões das mais complexas, mas nem por isso podem deixar de ser levantadas.

¹ O IDH – Índice de Desenvolvimento Humano é um relatório produzido pela Organização das Nações Unidas desde 1990 e reflete as condições de três variáveis básicas para uma boa qualidade de vida: a expectativa de vida ao nascer, a escolaridade e o Produto Interno Bruto *per capita* (http://www.10emtudo.com.br/demo/geografia/desenvolvimento_humano_idh/index_1.html). Entre os Estados brasileiros, o levantamento sobre o Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDH-M) mostra que Alagoas registrou o maior crescimento neste quesito, nos anos 90, entre as 27 unidades da Federação. Mesmo assim, permanece como penúltimo do ranking. (<http://noticias.terra.com.br/brasil/interna/0,,OI152453-EI306,00.html>)

Mas esta complexidade, estes processos multideterminados afetam a todos nós e em especial os que buscam na instituição que legitima o exercício profissional, um lugar, uma posição social, uma profissão.

Consideremos que estas histórias da universidade e das Relações Públicas no cenário alagoano se interseccionaram definitivamente a partir de 1978. E o importante é que estas histórias foram e são determinantes dos destinos de mais de quatro centenas de sujeitos que passaram pelo processo de formação em RP na Universidade Federal de Alagoas, nos quais nos incluímos.

Nos inquieta o processo de formação do comunicador social na Universidade Federal de Alagoas – UFAL. Na verdade, esta inquietação nos reporta a tempos anteriores, quando ainda estávamos em graduação, e nos preocupava a função que a habilitação em Relações Públicas, do Curso de Comunicação Social da UFAL desempenhava no cenário nacional e local, e como suas práticas repercutiriam nos destinos dos sujeitos - nós, os acadêmicos em formação. O envolvimento com esta temática nos parece pertinente, na medida em que nos concebemos como agentes vivos e participantes do fenômeno da formação do comunicador: de um lado na condição de graduando, de 1996 a 1999, e de outro, na atuação docente.

Após alguns anos de docência, de participação nos processos acadêmicos, de contato com estudantes, professores, funcionários da UFAL e de outras instituições de ensino que oferecem uma formação para comunicadores, nos propomos olhar para o Curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Alagoas de modo diferenciado, selecionando-o como objeto da complexa trama que configura a educação superior pública brasileira.

² O professor Elcio de Gusmão Verçosa mapeia a constituição da sociedade Alagoana em “Existe uma Cultura Alagoana? (2002)” onde resgata a participação dos elementos índio, negro e colonizador.

Em atividade desde 1979, e formando profissionais de comunicação desde 1983, o Curso de Comunicação Social da UFAL está sujeito ao cenário político-educacional no qual se encontra o ensino público superior. Seu último projeto pedagógico (UFAL/DECOS, 1996) reflete o disposto na Resolução nº 002, de 24 de janeiro de 1984, que fixou o último currículo mínimo do Curso de Comunicação Social.

O Ministério da Educação aprovou, em 03 de abril de 2001, as Diretrizes Curriculares Nacionais para o Curso de Comunicação Social e suas respectivas habilitações. O que parece se colocar com as diretrizes curriculares é o desafio da autonomia pedagógica da formação do comunicador social. Nessa nova conjuntura, a avaliação parece ganhar espaço privilegiado no meio acadêmico, e segundo Belloni (1989, p. 58) sua razão principal “decorre de uma tomada de consciência sobre algo genericamente denominado ‘crise da universidade’ que mobiliza segmentos acadêmicos, do governo e mesmo da sociedade civil.” Avaliação será um dos lastros da nossa pesquisa.

Nos parece empírica essa percepção da crise manifestada nas práticas e processos que ocorrem no Curso de Comunicação Social da UFAL e da necessidade de reflexão sobre suas práticas. Belloni (1989, p. 55) trata avaliação como “um processo de tomada de consciência e de aferição da propriedade do desenvolvimento de uma ação, cujo objetivo é a correção e aperfeiçoamento do rumo”. Vamos conceber avaliação educacional, como “um processo que visa produzir conhecimentos e informações para a tomada de decisões, seja sobre o sistema educacional, um projeto curricular ou mesmo um programa de ensino” (GREGO, 1997, p.101).

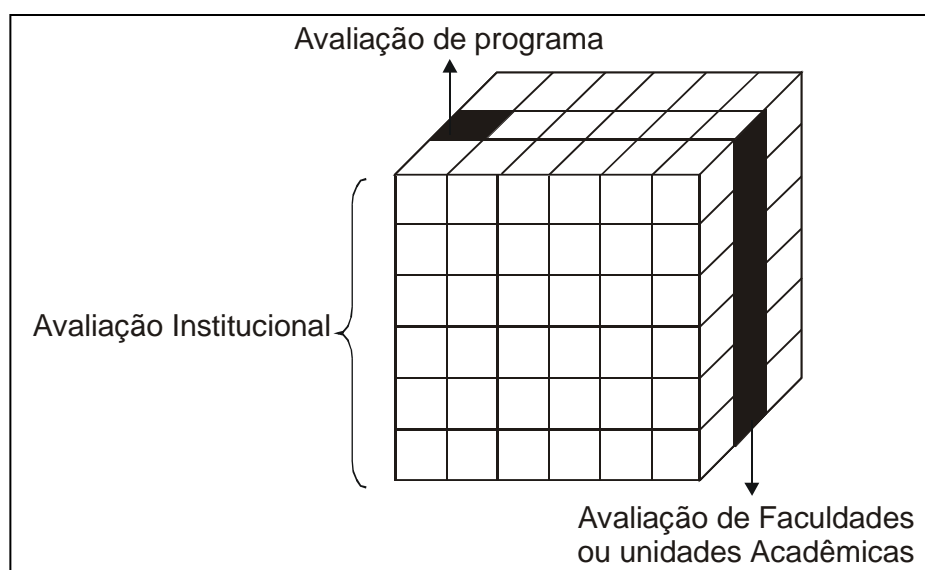
A avaliação do ensino superior no Brasil é atualmente uma tarefa compartilhada entre Estado, através do Ministério da Educação, empreendida pela Comissão Nacional de Avaliação da Educação Superior (CONAES) e o Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais (INEP/MEC) e as IES – Instituições de Ensino Superior. Após a experimentação de vários modelos avaliatórios desde a década de 70, o SINAES (Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior)³, criado em 2004, agrega propostas e metodologias de avaliação até então conduzidas de forma fragmentada. No documento “Orientações Gerais para o Roteiro da Auto-Avaliação das Instituições” de 2004, o SINAES estabelece que a avaliação das Instituições de Ensino Superior deve ser concebida e operacionalizada em três níveis: (1) Avaliação das Instituições de Educação Superior (*AVALIES*) – que é o centro de referência e articulação do sistema de avaliação que se desenvolve em duas etapas principais: a) auto-avaliação – coordenada pela Comissão Própria de Avaliação (CPA) de cada IES, e b) avaliação externa – realizada por comissões designadas pelo INEP, segundo diretrizes estabelecidas pela CONAES. (2) *Avaliação dos Cursos de Graduação (ACG)* – avalia os cursos de graduação por meio de instrumentos e procedimentos que incluem visitas *in loco* de comissões externas. A periodicidade desta avaliação depende diretamente do processo de reconhecimento e renovação de reconhecimento a que os cursos estão sujeitos. (3) *Avaliação do Desempenho dos Estudantes (ENADE)* – aplica-se aos estudantes do final do primeiro e do último ano do curso, estando prevista a utilização de procedimentos amostrais⁴.

³ O Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior (SINAES), instituído pela Lei nº 10.861, de 14 de abril de 2004, fundamenta-se na necessidade de promover a melhoria da qualidade da educação superior, a orientação da expansão da sua oferta, o aumento permanente da sua eficácia institucional, da sua efetividade acadêmica e social e, especialmente, do aprofundamento dos compromissos e responsabilidades sociais.

⁴ http://www.inep.gov.br/download/superior/sinaes/orientacoes_sinaes.pdf

Embora estes processos de avaliação oficiais sejam complexos e tenham sua contribuição a oferecer ao ensino superior optamos por não adotar na íntegra os roteiros propostos em virtude de considerarmos outras dimensões do objeto em questão e por ser este momento uma conduta investigativa individual, por conta mesmo do perfil deste trabalho, e não um processo coletivo como propõem aquelas metodologias. O que estamos empreendendo é uma investigação educativa.

Nosso recorte dar-se-á na habilitação em Relações Públicas do Curso de Comunicação Social. Iremos nos empenhar na avaliação de um programa específico, e não da instituição universitária como um todo, ou da unidade Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, ou ainda do Departamento de Comunicação Social. Entretanto, poderemos vir a completar a avaliação do programa, com avaliações institucionais ou de departamento, considerando as interfaces nos processos das três instâncias. Visualmente poderemos representar assim essa relação:



ESQUEMA I - Relação entre Avaliação Institucional, Avaliação de Departamentos e Avaliação de Programas, adaptado de Vroeijenstijn (1996, p. 41)

O contexto histórico e político do surgimento dos Cursos de Comunicação Social, bem como suas trajetórias no cenário acadêmico brasileiro serão questões relevantes para a identificação de matrizes em que se desenvolveu a nossa realidade específica.

Data de 1947/48 a instalação das duas primeiras escolas de Comunicação do País: a Escola de Jornalismo Cásper Líbero, em São Paulo, vinculada à Pontifícia Universidade Católica e o Curso de Jornalismo da antiga Faculdade Nacional de Filosofia, então vinculada à Universidade do Brasil, que corresponde hoje à estrutura da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro - UFRJ (MELO, 1992, p. 60). A partir de 1962, o ensino de Comunicação Social no Brasil, em nível de graduação, foi regido por um currículo mínimo homologado pelo MEC. O primeiro foi concebido em 1962 e o último em 1984, sendo até hoje referência nas Instituições de Ensino Superior para as habilitações em Jornalismo, Relações Públicas, Publicidade e Propaganda, Produção Editorial, Radialismo (Rádio e TV), e Cinema (MOURA, 2002a).

O Curso de Comunicação Social da UFAL se vê desafiado ao atendimento às Diretrizes Curriculares aprovadas em 03 de abril de 2001. Esta mudança parece necessitar de reflexões em todas as instâncias, desde o nível macro, sobre as questões políticas da Educação, até a dimensão micro, de como se organiza o programa para o cumprimento de sua missão.

De certo, as políticas de ensino, pesquisa e extensão na universidade repercutem no contexto no qual está inserida. Por analogia, as políticas de ensino, pesquisa e extensão desenvolvidos no Curso de Comunicação Social devem repercutir em segmentos sociais específicos, a saber: professores, alunos, profissionais de comunicação, mercado de trabalho, entidades associativas.

Reconhecemos que a assimilação acadêmica da área da Comunicação Social apresenta questões controversas, que acabam convergindo para o campo do currículo. Resgatamos de Melo (1991:27) algumas problemáticas do ensino da Comunicação:

1. A autonomia curricular deveria possibilitar que as diversas habilitações da Comunicação Sociais experimentassem novas estruturas curriculares, buscando integração entre as metas da universidade e as demandas do ensino produtivo, em cada região brasileira. 2. O ponto essencial para a formação cultural dos comunicadores é o estabelecimento de prioridades para correspondência às necessidades dos campos específicos. 3. A aproximação entre as escolas e as empresas requer o desarmamento ideológico dos educadores e pesquisadores e o reconhecimento por parte da universidade que a competição com as empresas quanto à modernização tecnológica é um ideal inatingível. Faz-se mister o diálogo imediato com o empresariado para garantia da sofisticação profissional. À universidade caberia se conformar em possuir o instrumento necessário para o ensino de uma habilidade. 4. O corpo docente, além de prescindir competência profissional e científica peculiar a cada especificidade, dentro dos campos da comunicação, necessita de reciclagem pedagógica continuada. 5. Faz-se necessário a revisão profunda das estruturas atuais da pós-graduação em comunicação.

Apesar de terem sido anunciados há mais de uma década, estes aspectos nos parecem bastante atuais e merecedores de nossa atenção. Enquanto o Professor Melo faz um panorama genérico dos fatores que, otimizados, viriam a reforçar o ensino de Comunicação, Oliveira (1992, p. 182) dá relevância ao currículo como:

Peça fundamental de um projeto político e pedagógico, que deve expressar, de maneira clara, os princípios que orientam o curso, os objetivos da formação acadêmica, cultural e profissional dos comunicadores; as perspectivas profissionais e a interação com o sistema produtivo; a qualidade do ensino e da pesquisa.

Outros autores apontam para a formação de professores, como fator chave para a melhoria da qualidade de ensino das escolas de Comunicação na América Latina, citando como exemplo Sánchez G. (1992, p.118) que sustenta ser

este um “requisito indispensable para determinar los problemas y necesidades de las escuelas de la región, y pensar en la implementación de proyectos que ayudasen a solucionarlos”.

Para obtenção desse salto qualitativo, Duarte (1992, p.144) propõe a adoção da grupalidade, criatividade, atividade, capacidade e pesquisa como propostas que enfatizam os processos didáticos e o professor.

Já Moura (2002b) direciona sua atenção para o sujeito em formação, suas aspirações e percepções como parâmetro de avaliação da habilitação em Relações Públicas, na Faculdade de Comunicação Social, da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

Percebemos como são inúmeras as categorias de análise para um processo de avaliação. A partir desse espectro já reconhecemos uma dificuldade: qual ou quais seriam os critérios de avaliação de maior coerência? Será que todos esses enfoques têm sua contribuição legítima a dar a um processo de avaliação de um curso de graduação? Qual deles ou que combinação seria a mais adequada para implementação no Curso de Comunicação Social da UFAL? Parece que os parâmetros de avaliação repousam sobre três paradigmas anunciados por Grego (1997)⁵.

O paradigma de avaliação de orientação técnica tem como valores a produtividade, a eficiência, a certeza e a predição. Dentro desse se enquadrariam os estudos reputacionais ou rankings, classificatórios das instituições, os indicadores de desempenho, definidos como um item de informação, coletado a intervalos regulares, para monitorar o desempenho do sistema, a taxa de sucesso na graduação, que indica a capacidade da instituição de levar seus alunos a concluir

⁵ A autora se fundamenta na obra *Conhecimento e Interesse* de Habermas (1987) para estabelecer estes paradigmas.

com sucesso seus cursos; e ainda o grau de participação estudantil. (GREGO, 1997, p.102).

No paradigma subjetivo-interpretativo a atenção reside:

[...] na qualidade das interações entre as pessoas, que lhes permite construir e significados de uma dada realidade. Avaliadores nesta orientação estão interessados na qualidade de vida, qualidade de significado que as pessoas, vivendo em uma dada situação, atribuem a situações vividas. (Grego 1997:106)

No paradigma de avaliação de orientação crítica, apontado pela autora, seriam essas as posturas e olhares:

[...] a concepção acerca do próprio processo de transformação da realidade, [...] resultado de múltiplas determinações históricas, [...] a concepção de totalidade e a relação entre a totalidade de suas partes integrantes, [...] no contexto da formação social na qual está inserido, [...] a determinação histórica da conformação de uma determinada situação, [...] o caráter da psicológico e político do investigador bem como das teorias e metodologias. (Grego,1997:108).

Acreditamos que estes paradigmas não se excluem e que o terceiro apresentado se impõe sobre os outros sem causar-lhes neutralidade.

Outra categoria, além da avaliação, que alicerça o nosso trabalho é o currículo, entendido aqui na perspectiva ampliada proposta por Silva (2003) “como o conjunto de todas as experiências de conhecimento proporcionadas aos/às estudantes” e que “está no centro mesmo da atividade educacional”. Essa noção de currículo se relaciona com o paradigma de avaliação de orientação crítica, quanto a sua amplitude, na perspectiva da totalidade.

Esta postura parece coincidir com o pensamento de Giroux (1988, p. 60) quando sugere que “ao reconhecer e questionar os diferentes estratos de significado e de luta que constituem o espaço escolar os educadores podem modelar não somente uma linguagem crítica, mas também uma linguagem de possibilidade”.

Entretanto é preciso reconhecer que a concepção de totalidade num trabalho dessa natureza nos oferece um espectro de dimensões demasiadamente complexo. Um estudo sobre a temática em questão aceita recortes para que possamos lançar contribuições efetivas sobre a formação em Relações Públicas.

Veiga (1989, p.70) compreende a definição das categorias a serem avaliadas como “decisão política, pois revela, ao mesmo tempo, uma percepção sincrética das áreas onde existe algum tipo de dificuldade e uma indicação de prioridade ou relevância que a própria atividade avaliada recebe naquele contexto específico”.

Nosso objetivo principal neste trabalho é avaliar o Curso de Comunicação Social da UFAL em sua habilitação em Relações Públicas. Avaliar no sentido de produzir informações que possam lançar luzes sobre o próprio processo de formação, que revelem o Curso em nuances e olhares educativos. Como uma fragmentação daquele objetivo geral, como uma forma de atingi-lo ou como resultantes do seu alcance, temos como objetivos específicos: 1) resgatar a memória do curso de Comunicação Social da UFAL e da habilitação em Relações Públicas; 2) configurar o perfil da formação em questão; 3) apresentar as representações dos sujeitos sobre o processo de formação e 4) apresentar o último projeto pedagógico e reunir informações que subsidiem discussões sobre essa formação.

Para dar conta dos objetivos anunciados, lançamos mão de procedimentos que configuraram um hibridismo metodológico. Esse caminho teve início com nossa aproximação, através de textos, com as principais temáticas da pesquisa: educação, avaliação institucional, ensino e currículo de Comunicação. Algumas escolhas teóricas foram feitas e serão apresentadas ao longo do texto. Um dos procedimentos para operacionalização do nosso trabalho foi a pesquisa

documental tendo como *locus* o Curso de Comunicação, setores da Universidade e entidades de classe. Posteriormente a análise do conteúdo se fez presente como procedimento indispensável.

Outras práticas foram adotadas. A própria observação, pelo acesso que temos às instâncias acadêmicas nos possibilitou reunir informações para a caracterização do perfil do programa⁶ em questão.

Um projeto de extensão que nasceu no seio de uma disciplina do Curso possibilitou que as vozes de uma turma de alunos formandos fossem ouvidas. Neste caso o instrumento utilizado foi o questionário. Ainda na perspectiva de registro de representações buscamos através de entrevistas, considerar a fala dos professores.

Dessas práticas e reflexões resultou o trabalho que apresentamos, organizado em quatro capítulos. No primeiro, considerando a dimensão histórica, fazemos um resgate da atividade e da profissão de Relações Públicas, de como chegam ao Brasil e em Alagoas e como foram assimiladas pelo espaço acadêmico. No capítulo seguinte, oferecemos uma possível configuração da memória e do perfil do curso em questão, privilegiando aspectos de categorias de avaliação. No terceiro capítulo trazemos as representações de duas categorias de sujeitos que participam do processo de formação: os alunos e os professores. Os depoimentos dos docentes também subsidiaram o quarto capítulo, em que apresentamos e discutimos a organização curricular materializada no projeto pedagógico de 1996 e oferecemos perspectivas curriculares à luz das diretrizes estabelecidas em 2001 e de mapas cognitivos possíveis no campo das relações públicas.

CAPÍTULO I

Do capitalismo avançado à sociedade alagoana. Das Relações Públicas ao ensino superior

Com o intuito de resgatar o nascimento e desenvolvimento das atividades de Relações Públicas (RP's) e a inserção dessa atividade no leque de opções de formação superior no Brasil e em Alagoas, propomos configurar as Relações Públicas como função político-econômica e atividade profissional (aqui apresentadas as dimensões legal e corporativa), e como uma vertente do pensamento comunicacional, que se constituiu num movimento reflexivo e cultural. Acrescentamos ainda uma caracterização da estrutura e do funcionamento do ensino superior brasileiro. Estes assuntos são apresentados considerando as dimensões nacional e local, de forma a abranger os espaços e tempos cenários do nosso objeto.

1.1. Uma possível configuração para o campo das Relações Públicas

A dimensão polissêmica da expressão Relações públicas foi apontada por Simões (1995) quando nos ofereceu um arcabouço teórico para a área. Segundo o autor, o tratamento histórico-empírico dado ao assunto atribuiu o uso da mesma expressão para designar pelo menos nove categorias de coisas distintas. O termo pode significar: 1) o processo, ou rede de relações pluridimensional de interação da organização com a sociedade; 2) uma função, ou subsistema das organizações, representando as filosofias, as políticas e as normas no trato dos interesses comuns

⁶ Mesmo reconhecendo que os termos programa, curso e formação têm significados diferentes no campo da Educação, vamos adota-los para nos referir ao Curso de Comunicação Social, em sua habilitação em Relações Públicas.

e específicos com os vários públicos; 3) a atividade, representada pela administração daquela função organizacional.

Sobre este último aspecto, o autor esclarece que “a sociedade identificou a necessidade de uma atividade perita na gestão desta [daquela] função” entendendo como atividade “o trabalho realizado em um ambiente físico, com materiais e pessoal com a finalidade de organizar uma função” (ibidem). O ensino e o estudo em Relações Públicas parecem representar os esforços no sentido de oferecer e apreender as técnicas mais adequadas para o desenvolvimento desta atividade.

A quarta designação do termo diz respeito ao cargo, que seria o espaço na estrutura das organizações para o desenvolvimento da atividade. O quinto significado refere-se ao profissional. Enquanto na língua inglesa usa-se o termo *public relations*, e na língua espanhola utilizam-se os termos *relacionista* ou *relaciones públicas*, a língua portuguesa cunhou o uso da expressão “relações públicas” para se referir à pessoa que desenvolve a atividade. Essa referência é formalmente condicionada no Brasil à conclusão do Curso de Comunicação Social, na habilitação em Relações Públicas e ao registro profissional no órgão da categoria. A mesma expressão designa uma profissão, uma atividade reconhecida socialmente, desenvolvida por profissionais organizados, legalmente amparados. Reconhecemos que nas atividades do campo da comunicação organizacional os profissionais de Relações Públicas têm perdido espaço para outros profissionais como jornalistas e publicitários, administradores e até para profissionais com outras formações. Em Alagoas esta situação se acentua pela própria constituição social e econômica alagoana, sedimentada em uma cultura que pouco considerou, historicamente, a dimensão da opinião pública.

O sétimo, o oitavo e o nono significados trazidos por Simões (ibidem) dizem respeito aos qualitativos ciência, tecnologia e arte, representando respectivamente: 1) o conhecimento acumulado cientificamente em documentação específica que leva à compreensão daquele processo; 2) o conhecimento capaz de gerar certas operações sociais para a produção de um programa e o conjunto de conhecimentos sobre os recursos necessários e a utilização da infra-estrutura mais adequada para viabilizá-lo; e, 3) a capacidade do profissional de fazer incidir sua subjetividade no desenvolvimento de programas, projetos e instrumentos que mantenham ou alterem a estrutura do processo.

Apresentadas as perspectivas em que as RP's podem ser abordadas, priorizaremos tratá-las como função e principalmente como atividade profissional e como ciência, caracterizando uma sub-área do campo da Comunicação Social.

1.2. As RP's como função

Para tratar das RP's como função, parece conveniente considerar a dimensão histórica de aparecimento desta atividade. E histórica não apenas no aspecto do resgate cronológico, mais principalmente no sentido de uma atividade humana que se apresentou como necessária, tendo como pano de fundo o modo de produção capitalista, suas relações de poder e suas tensões.

Essa dimensão histórica nos permite reconhecer que as coisas nem sempre foram como são hoje. Assim é a atividade de Relações Públicas, que tem sua origem em países de capitalismo avançado, mais precisamente no início do século XX e começa a se estruturar nos anos subseqüentes à Primeira Guerra Mundial.

Enquanto o processo das Relações Públicas pode ser remetido há tempos mais remotos⁷ as atividades especializadas das relações públicas desenvolveram-se simultaneamente com o crescimento do poder da opinião pública e do conhecimento progressivo sobre as maneiras de cristalizá-la, conservá-la ou transformá-la.

Tal atividade teve início nos Estados Unidos na primeira década do século XX, quando a indústria moderna começou a ser atacada por líderes do governo e intelectuais de prestígio. Ivy L. Lee criou, em 1906, o primeiro escritório mundial de Relações Públicas, em Nova Iorque e em 1914 iniciou seu trabalho como consultor pessoal de John D. Rockefeller Júnior, o homem mais impopular dos EUA, que assumia posturas agressivas em atividades de suspensão de greves (LLOYD E LLOYD, 1988, p.16).

Peruzzo (1986) reflete sobre a função das Relações Públicas no modo de produção capitalista. Trata, dentre outras questões, das condições de chegada dessa tecnologia social ao Brasil, importada no bojo do modo de organização social. Sobre a conjuntura norte-americana que propiciou o nascimento e desenvolvimento da atividade apresenta considerações relevantes e sugere que:

Naquele país as primeiras décadas do século XX marcaram o aparecimento dos poderosos monopólios, a concentração de riqueza em poucas mãos. A manifestação por parte da classe trabalhadora e da própria classe média contra o abuso das empresas provocou a necessidade destas organizações virem a público para tentar explicar suas atividades, através de advogados e jornalistas. (PERUZZO, 1986, p.20)

⁷ Fonseca (in HAIG, 1962, p. 21-24) sugere que a origem das Relações Públicas, enquanto processo, seria antiga e ilustrada pelas formas de poder desenvolvidas por povos antigos como a Pérsia, a Assíria, a Babilônia e o Egito, quando atribuíam uma origem divina ao poder. Aquela seria a fase Teocrática das RR.PP. A fase intermediária estaria representada pelo surgimento da opinião pública entre os povos da Grécia e Roma, considerando por exemplo a expressão *Vox populi, Vox dei* (A voz do povo é a voz de Deus). A terceira fase, da descoberta da sua necessidade coincidiria com o Renascimento e o movimento humanista, com a Reforma e a Contra-Reforma, com o Enciclopedismo e a Revolução Francesa, com a Guerra Franco-Prussiana, com o Manifesto Comunista, de Marx e Engels e com a Revolução Americana. A quarta fase, empírico-prática, seria representada pela Revolução Industrial e o aparecimento da atividade nos Estados Unidos e demais países.

Ao encontro do apontamento de Peruzzo sobre o contexto norte-americano que oferecia as condições para a construção da atividade de RP, Torres (2003, p. 1) esclarece:

[...] com o aparecimento da revolução industrial, já bem cedo as partes lesadas, no relacionamento entre as organizações de seus públicos, começaram a expor suas reivindicações. Além disso, a sociedade americana, em razão de uma autoconsciência valorativa, promovia a participação de todos em todos os assuntos de comum interesse, devendo para tanto empenhar o seu sentido de responsabilidade comunitária e o seu direito à informação".

A autora acrescenta ainda que “aproximadamente um quarto da população americana estava, direta ou indiretamente, vinculado a atividades educacionais” (ibidem).

As Relações Públicas então nascem num contexto em que os antagonismos de classe se evidenciaram. Configuraram um sub-sistema organizacional, uma função das organizações, como o são as funções financeiras, produtivas, administrativas. As tensões geradas pela relação entre capital e trabalho foram o amálgama em que nasceria e se cristalizaria uma atividade humana especializada na administração de crises. Entretanto, é importante reconhecermos que esta função organizacional não cessou a contradição genética entre o capital e o trabalho, como explica Peruzzo (ibidem, p.22):

o lema “o público que se dane” expresso por William D. Vanderbilt, outro capitalista, por “o público tem de ser informado” de Ivy Lee [que depois evoluiria para “o público deve ser compreendido”], acrescido de doações para obras de caridade, concessão de bolsas de estudo e criação de fundações não significa que o público tenha sido informado sobre as reais condições de exploração do trabalho e que a exploração da mais-valia tenha deixado de existir.

No Brasil, com a importação do capitalismo industrial, seus modelos produtivos, organizacionais e suas tensões, temos o aparecimento das atividades de RP. Como tecnologia social ela chegou no bojo do modelo de sociedade capitalista proposto, com os discursos de harmonização, cordialidade e confiança entre o capital e o trabalho. O desenvolvimento dessa função pode ser constatado com a caracterização de um novo setor que ficou conhecido por comunicação empresarial, organizacional ou institucional como esclarece Brandão (2001 p.38).

A expansão do capitalismo brasileiro, verificado a partir da década de 50, ofereceu as condições para a proliferação das iniciativas no âmbito da comunicação organizacional. Depois da II Guerra Mundial, o País passou por um surto de industrialização, caracterizado pelo incremento do mercado de consumo nacional, pela aceleração do processo de urbanização da sociedade e a conseqüente formação da classe média e do operariado urbano (BRANDÃO, 2001, p.38). Aquele momento histórico foi marcado ainda pelo desenvolvimento das comunicações massivas. Na tentativa de criação de uma identidade nacional, os meios de comunicação de massa funcionaram como uma agência de socialização, convertendo massa em povo e povo em nação. O mercado cultural se expandiu. Rádios, jornais, revistas, discos e a televisão moldavam o estilo de vida e o *ethos* urbano brasileiro.

Esse sentimento nacionalista cristalizado na ideologia desenvolvimentista de Juscelino Kubitschek pode ter sido, como aponta Brandão (ibidem) o ingrediente para compor o clamor da opinião pública contra as multinacionais, em especial as que operavam no setor de serviços públicos (telefonia e energia elétrica). Foi quando as organizações criaram em sua estrutura setores especializados em Comunicação.

Contudo, a importação daquele modelo parece não ter contemplado adaptações necessárias à adequação a um contexto diferente, de relações de poder, cultura empresarial e escolarização distintos da matriz onde nascera as RP's. Outro fator a considerar nessa trajetória são as diferenças regionais brasileiras que parecem ter produzido um perfil heterogêneo para a atividade, a profissão e a formação na área (apesar dos currículos mínimos). O desenvolvimento industrial a que nos referimos foi notadamente concentrado no eixo Sul-Sudeste. Lá, a filosofia da comunicação organizacional chegou e se desenvolveu três, quatro décadas antes de sua repercussão na Região Nordeste.

1.3. Relações Públicas como atividade no Brasil e em Alagoas

Para tratar das Relações Públicas como formação acadêmica faz-se necessário considerar algumas categorias de fenômenos que se vinculam diretamente com o surgimento e o desenvolvimento dos trabalhos que tiveram a finalidade de organizar a função comunicativo-organizacional no Brasil. Os marcos históricos, as referências legais e o corporativismo profissional serão as principais categorias consideradas nesta seção, privilegiando a perspectiva histórico-política brasileira nas décadas de 60 e 70, fase de maior crescimento da profissão, que coincide com sua apropriação pela ditadura militar.

Os marcos históricos dizem respeito às primeiras iniciativas de criação por parte das organizações públicas e privadas, de setores ou departamentos de comunicação responsáveis por gerir aquela função no Brasil e em Alagoas. A dimensão nacional destes marcos está aqui resumida pela consulta a Kunsch (1997)

e Cabestré (2004).⁸ Já o conhecimento desses marcos em Alagoas está sedimentado em depoimentos de profissionais que nos reportam aos primórdios dessa atividade no Estado e sustentado por pesquisa documental, considerando arquivos e jornais das décadas de 70, 80 e 90.

De acordo com Chaves (in JAMERSON, 1962, p.30) após a criação do Departamento de Relações Públicas pela *The São Paulo Tramway Light and Power Co.* em 1914, que iconiza o alagoano Eduardo Pinheiro Lobo como o pai das relações públicas brasileiras, outros se sucederam, principalmente em empresas estrangeiras. A referência à criação do primeiro departamento verdadeiramente nacional é atribuída à Cia Siderúrgica Nacional, no ano de 1951. O autor registra ainda que “muitas dependências governamentais instituíram departamentos semelhantes, como a própria Presidência da República⁹, o Governo do Estado de São Paulo, a Prefeitura de Niterói e outras”. A partir da tomada do poder pelos militares com o Golpe de 64, as atividades de RP ganharam destaque na sociedade e interesse junto ao poder central. Foi sob a denominação de Relações Públicas que foi incrementado um conjunto de atividades de comunicação política por parte dos governos militares.

⁸ A autora sugere uma sistematização de caráter didático para a configuração da atividade de relações públicas numa divisão em quatro (4) momentos. O primeiro momento (1882-1948) seria o de "emergência da profissão"; o segundo momento (1949-1968) seria o de "consolidação"; o terceiro momento (1969-1980) seria caracterizado como de "aperfeiçoamento", destacando-se a regulamentação e a proliferação dos cursos de graduação na área. O quarto momento (de 1981 até os dias atuais) a autora chama de "fundamentação teórico/científica", caracterizado pela intensificação da discussão e produção científica na área.

⁹ De acordo com Cabestré (2004, p.8) “nessa época, é estruturado no Brasil, em âmbito federal, o Departamento de Imprensa e Propaganda, através do Decreto Lei nº 1915, de 27 de dezembro, com cinco divisões: divulgação, radiodifusão, cinema e teatro, turismo e imprensa. Esse mesmo departamento, em 1940, através do Decreto Lei 2557, de 4 de setembro, amplia suas atividades de censura sobre os meios de divulgação e expressão existentes no país, estabelecendo-se a censura, inclusive sobre espetáculos e diversões públicas.” Ainda segundo a autora “no início da década de 40 (1942), o Governo Federal do Brasil cria, no âmbito do Ministério da Agricultura, o Serviço de Informação Agrícola (SIA), sucedendo ao Serviço de Publicidade Agrícola, da Diretoria de Estatística e Publicidade, criado pelo Decreto nº 22.984, de 25 de julho de 1933. O SIA é considerado o primeiro órgão de relações públicas, em âmbito governamental. Apesar de não ter a denominação da área, esse órgão desempenhava atividades específicas de RP produzindo e distribuindo publicações e informações para o setor agrícola.”

A cronologia relativa aos marcos históricos da atividade e à conjuntura destes momentos foi oportunamente apresentada por Kunsch (1997), Brandão (2001) e Cabestré (2004). Cabe-nos eleger as que consideramos importantes, inclusive por correspondência com os marcos registrados em terras alagoanas.

Em Alagoas, o movimento das relações públicas parece ter seguido a tendência nacional. As empresas estatais e os órgãos do governo fizeram uso freqüente de assessorias de Relações Públicas.¹⁰ Se o alagoano Eduardo Pinheiro Lobo é considerado o pai das Relações Públicas no Brasil, no Estado de Alagoas a paternidade da atividade é consensualmente atribuída a Luiz Plácido Tojal, que teria assumido o cargo de RP da Petrobrás em 1958.¹¹

Os registros que trazemos em relação à movimentação corporativa dizem respeito à criação da Associação Brasileira de Relações Públicas (ABRP), do Conselho Federal dos Profissionais de Relações Públicas (CONFERP), dos Conselhos Regionais (CONRERP's), dos sindicatos profissionais e das instalações dos primeiros Cursos de Relações Públicas e dos congressos nacionais, considerando as dimensões brasileira e alagoana, organizados no quadro a seguir:

¹⁰ De acordo com depoimentos de Benedita de Souza e Lúcia de Paula, relações públicas aposentadas, tínhamos nos anos que antecederam o surgimento do Curso de Comunicação na UFAL, empresas como a PETROBRÁS, a TELASA, a SALGEMA a SEASA e órgãos do governo abrigando as atividades e os profissionais de relações públicas.

¹¹ Em matéria publicada em O Repórter, nº 33, em 1996 o professor do Departamento de Comunicação Social Luiz Gonzaga registra que "Luiz Tojal está para Alagoas assim como Eduardo Pinheiro Lobo está para o Brasil". A matéria assinada por Tobias Júnior faz referência à trajetória profissional de Luiz Tojal, que teria transitado pelo rádio, pela televisão, pelas relações públicas e teria sido co-responsável pela implantação do curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Alagoas.

ANO	MARCOS DO DESENVOLVIMENTO INSTITUCIONAL DAS RPs. NO BRASIL E EM ALAGOAS
1954	<ul style="list-style-type: none"> Fundada a ABRP em São Paulo
1967	<ul style="list-style-type: none"> Sancionada a Lei 5.377, de 11 de dezembro, que disciplina a profissão no Brasil Instalado o primeiro curso superior regular de RP pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.
1968	<ul style="list-style-type: none"> Sancionado o Decreto 63.283 que aprova o Regulamento da profissão de relações públicas.
1969	<ul style="list-style-type: none"> Sancionado o Decreto-Lei nº 860, de 11 de setembro, dispondo sobre a constituição do Conselho Federal e dos Conselhos Regionais de Profissionais de Relações Públicas.
1971	<ul style="list-style-type: none"> Criados os conselhos Federal e Regionais de Relações Públicas, pelo Decreto 6.582 de 4 de maio. Criada a ABRP seccional Alagoas, entidade que evoluiu da ARPAL (Associação dos profissionais de Relações Públicas de Alagoas).
1972	<ul style="list-style-type: none"> Realizado o I Congresso Brasileiro de Relações Públicas em Petrópolis (RJ)
1976	<ul style="list-style-type: none"> Realizado o IV Congresso Brasileiro de Relações Públicas em Maceió e Penedo (AL)
1978	<ul style="list-style-type: none"> Instalado o Curso de Comunicação Social na Universidade Federal de Alagoas com as Habilitações em Relações Públicas e Jornalismo
1996	<ul style="list-style-type: none"> Realizado o XIV Congresso Brasileiro de Relações Públicas em Maceió (AL)
1999	<ul style="list-style-type: none"> Criado o Conselho Regional de Relações Públicas 9ª Região com jurisdição em Alagoas e Sergipe.

QUADRO I - Cronologia do desenvolvimento institucional das Relações Públicas.

Apesar de estarem concentrados no período da ditadura militar os fatos relativos ao desenvolvimento institucional das Relações Públicas, o momento referencial no sentido de agregar profissionais e pensadores desta atividade foi a fundação em 1954, em São Paulo, da Associação Brasileira de Relações Públicas (ABRP). A finalidade da ABRP expressa em seus primeiros estatutos era:

- a) congregar todos os profissionais, estudiosos e entidades cujas atividades sejam ligadas a Relações Públicas; b) tornar conhecida, apreciada e respeitada a atividade profissional de Relações Públicas; c) proporcionar o aperfeiçoamento profissional de seus associados e das pessoas que desejarem dedicar-se a Relações Públicas, promovendo cursos, palestras, congressos. etc. d) pugnar pelo reconhecimento, oficialização e regulamentação da profissão de Relações Públicas e de cursos de formação profissional. (GURGEL, p.35)

Percebe-se que esta entidade, em seu momento de gênese, mencionava o acompanhamento da formação profissional como questão a ser considerada como uma de suas finalidades, antecipando o fato da formação acadêmica. Seguidas da fundação da ABRP em São Paulo, deram-se instalações no

Rio de Janeiro (1956) e Minas Gerais (1958). Na década de 60 somente o Distrito Federal, Pernambuco (ambos em 1965) e o Rio Grande do Sul (1968) fundaram seccionais da ABRP. Alagoas foi o oitavo estado a fundar a associação que congregava os profissionais, em 1971¹².

Através de consultas a arquivos da ABRP/AL, atas e recortes de jornais, tentamos investigar o papel pedagógico desta entidade e de sua interferência na criação do Curso de Comunicação Social da UFAL. As descobertas foram além das intenções iniciais. A leitura das atas foi norteada pela busca de registros sobre aquela dimensão educativa da entidade. A constatação foi que a ABRP em Alagoas foi uma entidade dinâmica, com reuniões regulares e densas em suas pautas, com uma relação íntima com políticos, governadores, deputados e a iniciativa privada e uma forte expressão da movimentação cultural e científica da profissão e dos profissionais de Relações Públicas. Por outro lado, podemos dizer que nas décadas de 70, 80 e 90, esses comportamentos não foram homogêneas e a entidade apresentou perfis diferenciados nestes 34 anos. Não seria arriscado afirmar que antes da criação do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Alagoas, desde sua fundação em 1971 e até mesmo alguns anos após a instalação daquele programa de graduação na UFAL, a ABRP era o espaço e o esforço que os profissionais e pensadores das Relações Públicas tinham para propagar, discutir e socializar as teorias e modelos deste campo comunicacional. E outra questão verificável é que a década de 70 foi o período em que a ABRP mais trabalhou no sentido de oferecer cursos e eventos na área.

Para apresentar esta dimensão educativa da ABRP recorreremos a alguns momentos registrados em atas. É possível que um dos primeiros acadêmicos

¹² Informações sobre a cronologia de instalações das seccionais da ABRP encontram-se no site http://www.abrp_sp.com.br

em Alagoas a se envolver com a área de Relações Públicas em seu aspecto educativo tenha sido o Prof. José Sílvio Barreto de Macedo, que quando convocado em 1974 pelos seus pares para representar a ABRP/AL na comissão de ensino de Relações Públicas no Conselho Nacional de Educação, aceitou a incumbência (ABRP/AL, Ata de 12 de julho de 1974). Mas foi por meio de eventos que a ABRP cumpriu seu papel pedagógico. As Semanas Alagoanas de Relações Públicas, o Curso de Técnicas de Relações Públicas, os Painéis Alagoanos de Relações Públicas, os Ciclos Alagoanos de Estudos de Relações Públicas, os Seminários Arapiraquenses de Relações Públicas, o Simpósio de Relações Públicas, o Curso de Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada e o Seminário de Comunicação Empresarial da Teoria da Opinião Pública estabeleceram contatos dos profissionais alagoanos com pesquisadores precursores do campo das RP's no



ILUSTRAÇÃO I - Público de um dos eventos promovidos pela ABRP antes da criação do Curso de Comunicação na UFAL. Platéia numerosa. Arquivo ABRP/AL

Brasil como Cândido Teobaldo de Souza Andrade, Margarida Maria Kroling Kunsch, Sarah Chiucid da Viá e Roberto Porto Simões.

Estes eventos, principalmente os de antes da instalação do curso superior se configuraram como o *locus* de reflexões e debates no campo da comunicação organizacional em Alagoas, que culminaram na realização, em 1976, do IV Congresso Brasileiro de Relações Públicas.



ILUSTRAÇÕES II e III - Prospecto e público IV Congresso Brasileiro de Relações Públicas, realizado no ano de 1976, no Teatro Deodoro, em Maceió. Arquivo ABRP/AL

Os temas que estimularam o encontro dos profissionais naquele momento e foram abordados no evento trataram de: “Relações Públicas como fator de mentalidade para o desenvolvimento”; “Ação e descentralização do Conselhos Regionais dos Profissionais de RRPP”; “**Necessidade de desenvolvimento regional no ensino de RRPP** (grifo nosso)”; Análise histórico crítica das RRPP No Brasil”; “A figura e a obra de Eduardo Pinheiro Lobo” e “ Função dos Profissionais de RRPP na Integração Latino Americana.”¹³

¹³ Essas informações constam na parte interna do prospecto do evento. Durante o IV Congresso Brasileiro de Relações Públicas a cidade de Penedo recebeu os participantes no último dia para a inauguração da Rua Eduardo Pinheiro Lobo e para a Palestra “A figura e a Obra de Eduardo Pinheiro Lobo” no Cine São Francisco.

Destaque-se que antes da realização do IV COMBRARP (Congresso Brasileiro de Relações Públicas) em Maceió, as entidades de classe se mobilizaram para a futura instalação dos programas acadêmicos. Na ata de reunião da ABRP, de 18 de outubro de 1974, consta:

[...] dando prosseguimento, foi lido o memorial apresentado pelo Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Estado de Alagoas, ao Excelentíssimo Senhor Ministro da Educação e cultura, Senador Ney Braga, quando de sua visita a Maceió, pleiteando a criação do curso de comunicações sociais (sic) na Universidade Federal de Alagoas, abrangendo jornalismo, propaganda e relações públicas, sendo registrado um voto de louvor pela idéia do referido sindicato e ratificada pela ABRP/AL [...]

A realização daquele evento em Maceió talvez tenha dado o estímulo do qual os profissionais precisavam para a instalação do curso superior. Estímulo observado em 1977 quando em reunião ordinária da ABRP “[...] o presidente cientificou aos presentes de que o associado Juarez Ferreira sugeriu fosse feito (sic) um estudo sobre a possibilidade de se levar o ensino de relações públicas nas unidades universitárias das cidades de Penedo e Arapiraca [...]” (ABRP/AL, Ata de 14 de outubro de 1977).

Essa mobilização, mesmo não tendo surtido o efeito em relação ao interior do Estado, obteve êxito na capital alagoana. A mesa redonda “Relações Públicas e Comunicação” realizada em 1978 contou com a participação de Dante Lima Vianna, do professor João Azevedo, Vice-Reitor da UFAL, do jornalista José Otavio da Rocha, presidente da Associação de Propaganda de Alagoas, do jornalista José Aldo Ivo, presidente do Sindicato dos Jornalistas de Alagoas e do jornalista Juarez Ferreira, além da senhora Vilma Vital, secretária do Conselho

Nacional da ABRP. O evento antecipava o que no mesmo ano seria a instalação do Curso de Comunicação Social com duas habilitações¹⁴.

Em registro da “reunião almoço”, do dia 23 de setembro de 1978, da ABRP “[...] o primeiro vice-presidente, Luiz Otávio Gomes da Silva parabenizou os novos associados e transmitiu a satisfação pelo curso de Relações Públicas que terá [teria] o primeiro vestibular na UFAL [...] O envolvimento do Vice-Reitor que assinara a resolução de criação do curso teria estimulado a entidade no ano de 1979 a conceder-lhe o título de sócio honorário¹⁵“[...] considerando o esforço pessoal do vice-reitor [...] para a criação do curso de Comunicação Social com habilitações em relações públicas e jornalismo”.

Em todo o Brasil a concepção de uma associação seria o estímulo para os esforços e a consecução da regulamentação, que aconteceu em 1967 através da Lei nº 5377 de 11 de dezembro, que qualificou o profissional de Relações Públicas, definiu suas atividades e fixou as condições para o registro e o exercício profissional e sua fiscalização, fazendo do Brasil o primeiro país do mundo a apresentar uma legislação para as RP's. No ano seguinte, com o Decreto nº 63.283 de 26 setembro, aprova-se o regulamento da profissão, de que trata a Lei nº5.377/67 (ATHAYDES, s.d).

Quatro anos depois, a categoria de Relações Públicas no Brasil que, desde a sua regulamentação recorria ao Ministério do Trabalho, através das Delegacias Regionais do Trabalho, para o registro profissional, conquista um espaço

¹⁴ A resolução nº 02/78 do Conselho Coordenador de Ensino e Pesquisa da Universidade Federal de Alagoas criou o Curso de Comunicação Social com as habilitações de Jornalismo e Relações Públicas. O documento é assinado por João Azevedo, à época Vice-Reitor no exercício da Reitoria.

¹⁵ Segundo o Estatuto da Associação Brasileira de Relações Públicas (1994) constituem-se sócios honorários pessoas ou entidades não associadas que tenham prestado relevantes serviços à ABRP ou à dignificação da atividade de relações públicas. Os títulos de sócios beneméritos são concedidos aos associados da ABRP que tiveram prestado relevantes serviços à entidade ou à categoria de RP. Algumas concessões desses títulos demonstram a aproximação que a entidade tinha com as esferas governamentais em Alagoas. Exemplo disso foi

próprio, o Conselho Federal de Profissionais de Relações Públicas (CONFERP). A regulamentação do CONFERP e dos Conselhos Regionais ocorre com a publicação em 4 de maio de 1971, do Decreto nº 68.582/71 (ATHAYDES, s.d). No ano seguinte, a categoria, por meio do Conselho, conquista a aprovação do Código de Ética, com disposições reguladoras do comportamento a ser obedecido pelos que exercem a profissão, inclusive enfatizando o respeito aos princípios da Declaração Universal dos Direitos do Homem.¹⁶

Foi no período que se sucedeu à Nova República que as atividades de Relações Públicas ganharam a fisionomia que têm hoje. Para mostrar como a atividade se operacionaliza, e para garantir espaço de trabalho para a profissão o Conselho Federal de Profissionais de Relações Públicas (CONFERP), recorrendo a legislação que regulamenta o exercício da profissão (Lei nº 5.377, de 11/12/67; Decreto-lei nº 860 de 11/09/69; o Decreto 63.283, de 26/09/68; e o Decreto 68.582, de 04/05/71), define as funções privativas e as atividades específicas do profissional de Relações Públicas em sua Resolução Normativa nº 43, de agosto de 2002¹⁷.

Neste documento aparece:

Todas as ações de uma organização de qualquer natureza no sentido de estabelecer e manter, pela comunicação, a compreensão mútua com seus públicos são consideradas de Relações Públicas e, portanto, não se subordinam a nenhuma outra área ou segmento.

Na legislação e na bibliografia que tratam de definir o campo em questão é recorrente a apresentação das atividades específicas agrupadas e classificadas nos segmentos de pesquisa, assessoria e consultoria, planejamento, execução e avaliação.

a concessão dos títulos de sócios beneméritos ao então Governador do Estado de Alagoas, Divaldo Suruagy, em 1978, seguido do título de RP do ano e ao então Prefeito de Maceió, Dilton Falcão Simões, em 1979.

¹⁶ O Código de Ética dos Profissionais de Relações Públicas está Disponível em <http://www.confERP.org.br>.

¹⁷ Documento disponível no site <http://www.confERP.org.br>.

Essas referências históricas da atividade de RP destacando-se as diretrizes legais são importantes, pois são matrizes da institucionalização da atividade e ofereceram subsídio para a organização corporativa e certamente balizaram e orientam a organização do ensino neste campo.

Considerando que todas as definições são complementares e afastando-nos do compromisso de oferecer uma definição universalmente aceita, concebemos as Relações Públicas como uma função organizacional, desenvolvida através de atividades que buscam estabelecer e manter canais de diálogo entre as organizações e os grupos humanos com que interagem, com a finalidade de equilibrar os interesses e as disputas políticas. Além de representar uma função, uma atividade e uma movimentação corporativa e profissional, Relações Públicas representam também um campo de reflexão que se desenvolve dentro e fora dos espaços acadêmicos.

1.4. A reflexão sobre RP e seu status de área de conhecimento

Se este é o nosso caminho, partiremos da premissa de que as Relações Públicas inserem-se, enquanto reflexão e prática, no campo da Comunicação Social. Esse pertencimento sofre tensões, pois se considerarmos a dimensão interdisciplinar das RP's não será difícil verificar que recebem influências em sua constituição de áreas como a Administração, por exemplo. Sem querer estimular uma polêmica, reconhecemos que o campo da Comunicação tem sido um lugar privilegiado e fecundo para reflexões sobre comunicação organizacional e RP. Quando tratamos de dimensão reflexivo cultural das RP's queremos destacar o

movimento científico que tem geminado no campo da Comunicação e que correu paralelo às movimentações profissionais e corporativistas referenciadas até então.

Muito elucidativo tem sido Melo (2003a; 2003b) quando nos oferece um mapa cognitivo da constituição do pensamento comunicacional latino-americano, brasileiro e alagoano. Toma o campo da Comunicação Social como herdeiro da retórica aristotélica e que ganha contornos de campo científico no início do século passado, se desenvolvendo durante a I Guerra Mundial e encontrando nos espaços acadêmicos portos para ancoragem em todo o mundo.

Segundo o autor, a inserção de um novo campo do conhecimento na estrutura acadêmica traduz a sua legitimação social. Seriam três os fluxos convergentes que determinariam a eclosão do fenômeno da aceitação desse novo campo do saber pelas universidades:

Industriais - As empresas da área informativa demandam recursos humanos qualificados e investem na sua formação.
Profissionais - Os trabalhadores midiáticos reivindicam a aperfeiçoamento intelectual para ter melhores oportunidades ocupacionais e ao mesmo tempo fortalecer as corporações a que pertencem.
Cívicos - Requerendo produtos culturais de qualidade, a sociedade civil reage ao abastardamento da imprensa diária, ou melhor, à sua popularização. Trata-se de movimento liderado pela classe média, na qual se incluem os intelectuais. Temerosos do nivelamento por baixo, ele preconizam linguagens e temáticas mais sintonizadas com as aspirações das classes trabalhadoras, porém capazes de influir no processo de ascensão social.

O campo da Comunicação Social emergiu no bloco das chamadas ciências aplicadas, semelhante à Medicina, à Engenharia e ao Direito. Foi composto por um aglomerado de disciplinas de cinco segmentos da atividade intelectual: as artes, as humanidades, as tecnologias, as ciências sociais. Se estabeleceu na América Latina nos anos 70, representando a ampliação da disciplina Jornalismo.

Parece-nos conveniente também considerar o que trata Lopes (2003) sobre o assunto quando nos diz que “a comunicação é um campo de estudo que se autonomiza dentro da grande área de ciências sociais e humanas” e “vem demonstrando especificidade intrínseca do seu objeto” – os fenômenos comunicacionais. A partir desta asserção a autora organiza seu pensamento de forma a nos apresentar o que teria sido a matéria-prima conjuntural dos estudos de comunicação no Brasil. De acordo com a pesquisadora, o mercado cultural no Brasil, durante o desenvolvimentismo (décadas de 30, 40 e 50) teria oferecido as condições para o desabrochar de um campo científico distinto. Os meios de comunicação de massa que nasciam junto com a corrida brasileira para o desenvolvimento, tornaram-se agências de socialização e foi através deles que tivemos as primeiras vivências de nação que seriam “experiências partilhadas por nordestinos, gaúchos, cariocas” Lopes (2003, p.17 - 33) .

Os períodos seguintes, representado pelo Governo Kubitschek (1956-1960) e os governos militares (1964-1985) teriam sido, segundo Lopes, quando “o Brasil, país da periferia capitalista, constitui uma indústria cultural complexa” (ibidem, p.26-27). Essa conjuntura é importante, pois tanto a autora quanto Melo reconhecem que “historicamente o primeiro objeto comunicacional a suscitar estudos (pesquisas) e a demandar sistematização (ensino) foi a imprensa (século XIX)” Melo (2003a, p. 39). Surge a bibliologia e hemerografia, depois aparece o jornalismo, primeiramente em sua vertente impressa. O autor aponta que “as demais disciplinas midiológicas: publicidade, relações públicas, cinematografia, radialismo, teledifusão, entretenimento – conquistaram espaço somente nas três últimas décadas do século passado” Melo (2003a, p. 39).

Essa afirmação nos leva a estabelecer relações temporais, pois foi naquela época que reconhecidamente deu-se o desenvolvimento das atividades de RP e sua trajetória rumo à universidade na trilha de todo o pensamento comunicacional brasileiro que segundo Melo (2003a, p 39) foi sendo configurado:

a) Pela legitimação empírica, representada pelos conhecimentos gerados nas corporações, manualizados ou transformados em livros e ensaios que comportavam reflexões críticas dos seus produtores paradigmáticos ou se incorporavam à memória histórica das profissões. b) Pela assimilação universitária – pressionadas pelo mercado, pelo estado ou pela sociedade civil, as universidades admitem essas novas formas de saber e as convertem em cursos profissionais ou as privilegiam como objetos de pesquisa, institucionalizados ou não. c) Reconhecimento acadêmico – quando se criam programas regulares de ensino avançado e de pesquisa teórica, ensejando a formação de pesquisadores do campo (isso se dá no âmbito da pós-graduação). Estes por sua vez, constituem uma comunidade autônoma, inserida na comunidade internacional.

Essa assimilação universitária, depois de ocorrida na Europa e nos Estados Unidos¹⁸, chega ao Brasil com fisionomia de importação, no bojo das investidas que aquela nação adotou após a Segunda Guerra Mundial. É possível pensar na conformação do campo comunicacional na América Latina e no Brasil como um reflexo da dinâmica da Guerra Fria. A constituição da ELACOM¹⁹, e a participação brasileira neste movimento teria como “*locus primitivo*” (Melo, 2003a, p.135) a instalação do CIESPAL – Centro Internacional de Estudos Superiores de Comunicação para a América Latina, em Quito, capital do Equador, que trazia, segundo Meditsch (sd) uma dimensão notadamente política. Segundo este autor a concepção do ensino de Comunicação no Brasil começava a se formar:

¹⁸ Melo aponta como marcos dessa assimilação a defesa da primeira tese de doutorado sobre Jornalismo na Alemanha em 1690 e a fertilidade do campo da comunicação social nos Estados Unidos da América, apoiada pelo sistema empresarial e pelo Governo no século XX.

¹⁹ É como José Marques de Melo se refere à Escola Latino Americana de Comunicação

[...] numa conferência da UNESCO realizada em Paris, em 1948. Naquele encontro, a entidade, na época amplamente dominada pela política dos Estados Unidos, resolveu dar atenção especial à formação dos jornalistas no terceiro mundo. A UNESCO advertia ao mundo ocidental que o jornalismo poderia "agravar, se mal inspirado, os desajustamentos entre grupos, classes e partidos" - como pregava o comunismo soviético - "ou atenuá-los até, o ponto de extinguí-los, se baseado na boa compreensão dos fatos e na lúcida revelação dos mesmos", conforme a retórica da época reproduzida por Celso Kelly (1966:62-3). Com essa preocupação principalmente política, a UNESCO começa a criar centros de formação de professores de jornalismo nas várias regiões do terceiro mundo. Antes mesmo que a África e a Ásia, a América Latina foi contemplada com um Centro Internacional de Estudos Superiores de Jornalismo [...]

O legado do CIESPAL repercutiu no currículo mínimo elaborado para a formação do profissional de Comunicação Social polivalente²⁰, proposta que teve pouca aceitação da comunidade acadêmica, talvez reflexo da rejeição dos grupos profissionais já articulados de jornalistas, relações públicas e publicitários²¹. Entretanto, aquele Centro parece ter sido responsável pela concepção de ensino que deveria se desenvolver na formação em Comunicação Social e que repercute até os dias de hoje. Os cursos de jornalismo passariam a ser escolas de Comunicação e acolheriam, além do ensino do jornalismo, a formação de todas as outras práticas profissionais. De acordo com Meditsch (sd) a influência do CIESPAL:

[...] implicou numa ruptura da orientação teórica das escolas, que até então era centrada numa formação clássica-humanística, com ênfase nos estudos éticos, jurídicos, filosóficos e literários. Esta orientação, por influência do Centro, será rejeitada por "não-científica", e substituída pelas disciplinas valorizadas pelo funcionalismo norte-americano.

Se a assimilação acadêmica pode ser considerada aspecto importante para o pensamento comunicacional, sem desconsiderar sua dimensão contraditória,

²⁰ Trataremos dos currículos mínimos na área de comunicação social no capítulo IV.

outros fenômenos do campo científico são verificados paralelamente a essa absorção pelo ensino superior e àquelas movimentações profissionais que verificamos no campo das RP's. Estamos nos referindo à organização do pensamento comunicacional que acontece fora dos espaços acadêmicos e que tem como referência, no Brasil, a fundação da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), no ano de 1977. Como nos explica Faro (1992), o projeto modernizador brasileiro refletiu na economia, na política, na organização da sociedade civil e no comportamento dos intelectuais que indicou:

[...] não apenas uma postura de um engajamento radical contra o autoritarismo e as restrições às liberdades civis - postura essa que responde pela tônica da quase totalidade das manifestações artísticas e por sua vinculação empática com as camadas médias urbanas; indica também intensa reflexão sobre temas que envolviam a revisão de todo o arcabouço teórico de interpretação da realidade brasileira. Faro (1992, p.27)

O autor aduz que a universidade constituiu-se no núcleo aglutinador desse movimento, e por isso foi alvo de intervenções do regime militar o que teria contribuído para o divórcio entre intelectuais e Estado, e para a organização da comunidade científica fora das fronteiras do sistema, “através de publicações e do surgimento e ativação de instituições que passaram a representar novos pólos de resistência ao autoritarismo” (FARO, 1992, p.28). Antes mesmo desse regime, os intelectuais se aglutinaram na SBPC – Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência, a partir de 1948, e na década de 70 “já representava toda a totalidade dos cientistas”. Alvo de descaso e censura pelas forças políticas a SBPC acabou por contribuir com os movimentos de articulação que repercutiram na nuclearização dos

²¹ Segundo Meditsch o CIESPAL não se limitava a propor a criação de um novo tipo de profissional: propunha a

segmentos da intelectualidade em torno de suas áreas de trabalho e de estudo. “A Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação se constituiu num desses núcleos” (FARO, 1992, p. 35).

A INTERCOM, apesar de referência, não se constitui como o único espaço extra-acadêmico aglutinador de pensadores dos fenômenos comunicacionais brasileiros²². A ALAIC – Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación, indicador da maturidade alcançada pelas ciências da comunicação na América Latina, também é refúgio para os cientistas brasileiros.

Além de publicações, essas entidades promovem congressos com grande participação de cientistas de todas as sub-áreas da comunicação. Nessas duas instituições é garantido o espaço para as relações públicas e para a comunicação organizacional. Nelas, dos 21 núcleos de pesquisa (INTERCOM) e 21 grupos de trabalho (ALAIC) constituídos, um se intitula Relações Públicas e Comunicação Organizacional, naquela, e *Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas* na entidade latino-americana, como apresentamos no quadro a seguir:

extinção e a substituição das profissões previamente existentes.

²² Quando falamos em extra-acadêmico estamos nos referindo a instituições e processos constituídos de uma forma distinta da organização acadêmica, porém com grande envolvimento com essa. Se estivermos tratando do movimento que se desenvolve por fora da academia, não necessariamente independente dela, falamos das

NÚCLEOS DE PESQUISA (NPs) DA INTERCOM ²³	GRUPOS DE TRABALHO (GTs) DA ALAIC ²⁴
NP 01 - Teorias da Comunicação NP 02 - Jornalismo NP 03 - Publicidade, Propaganda e Marketing NP 04 - Produção Editorial NP 05 - Relações Públicas e Comunicação Organizacional ²⁵ NP 06 - Rádio e Mídia Sonora NP 07 - Comunicação Audiovisual NP 08 - Tecnologias da Informação e da Comunicação NP 09 - Comunicação Científica e Ambiental NP 10 - Políticas e Estratégias de Comunicações NP 11 - Comunicação Educativa NP 12 - Comunicação para a Cidadania NP 13 - Comunicação e Cultura das Minorias NP 14 - Ficção Seriada NP 15 - Semiótica da Comunicação NP 16 - Histórias em Quadrinhos NP 17 - Folkcomunicação NP 18 - Comunicação e Esporte NP 19 - Comunicação, Turismo e Hospitalidade NP 20 - Fotografia: Comunicação e Cultura NP 21 - Comunicação e culturas urbanas	GT 01 - Comunicación,Tecnología e Desarrollo GT 02 - Comunicación y Ciudad GT 03 - Comunicación Política y Mídia GT 04 - Economía política de las Comunicaciones GT 05 - Estudios de Recepción GT 06 - Estudios sobre Periodismo GT 07 - Ética y Comunicación GT 08 - Folkcomunicación GT 09 - Comunicación y Educación GT 10 - Comunicación y Salud GT 11 - Discurso y Comunicación GT 12 - Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas GT 13 - Comunicación Publicitaria GT 14 - Historia de la Comunicación GT 15 - Medios Comunitarios y Ciudadania GT 16 - Telenovela y Ficción Seriada GT 17 - Teorias y Metodologias de la Investigación en Comunicación GT 18 - Internet y sociedad de la información GT 19 - Comunicación Intercultural GT 20 - Comunicación y Estudios Socioculturales GT 21 - Medios de Comunicación, Ninos y Adolescentes

QUADRO II – Núcleos de Pesquisa da INTERCOM e Grupos de Trabalho da ALAIC

A partir da fisionomia da INTERCOM e da ALAIC podemos ter uma idéia de como se organiza o pensamento comunicacional no Brasil e na América Latina e como o campo das RP's tem lugar nesta comunidade científica. Essa tendência é seguida por outras instituições que têm como objetivo o estudo das produções midiáticas e dos fenômenos da comunicação no Brasil, como é o caso da Rede Alfredo de Carvalho que mantém um grupo temático intitulado "História das Relações Públicas"²⁶.

instituições que aglutinam cientistas da área da Comunicação Social e a produção científica e informativa do campo das relações públicas.

²³ Os NPs estão abertos à participação de pesquisadores que desenvolvam trabalhos em seus campos temáticos, tendo o grau de mestre ou doutor ou que estejam matriculados, como alunos regulares, em cursos de pós-graduação stricto sensu no Brasil ou no exterior. Mais informações podem ser acessadas no site <http://www.intercom.org.br>

²⁴ Relação disponível no endereço <http://alaic.incubadora.fapesp.br/portal>

²⁵ Consta no site da INTERCOM que este núcleo enfoca "pesquisas direcionadas aos processos de relacionamento estabelecidos entre os públicos e as organizações. Centraliza a discussão nas interfaces existentes com áreas afins e nas interações com as diferentes culturas organizacionais. Aborda as práticas comunicativas no ambiente interno das organizações, assim como o seu papel na sociedade. Promove estudos sobre a gestão da comunicação nas organizações, no âmbito teórico e prático, para identificar ações e processos que contribuam para o aprimoramento da área. Está organizado pelas seguintes seções temáticas: Teoria e História; **Ensino** (grifo nosso); Gestão de processos comunicacionais; Estratégias comunicacionais; Retórica e discursos organizacionais; Opinião pública; Comunicação nas organizações do 3º setor; Imagem e identidade organizacionais.

²⁶ Consta no endereço <http://www.jornalismo.ufsc.br/redealcar>

No bloco que legitima as Relações Públicas como campo de conhecimento, além da receptividade pela esfera acadêmica e da organização intelectual em instituições científicas é preciso considerar as publicações e as plataformas eletrônicas que oferecem informações pertinentes aos campos profissionais e científicos das atividades de RP. No âmbito das publicações daremos destaque aos panoramas dos livros, teses e dissertações produzidas. No tocante à Internet faremos referência aos principais sites que acumulam informação sobre essa área de estudo e trabalho.

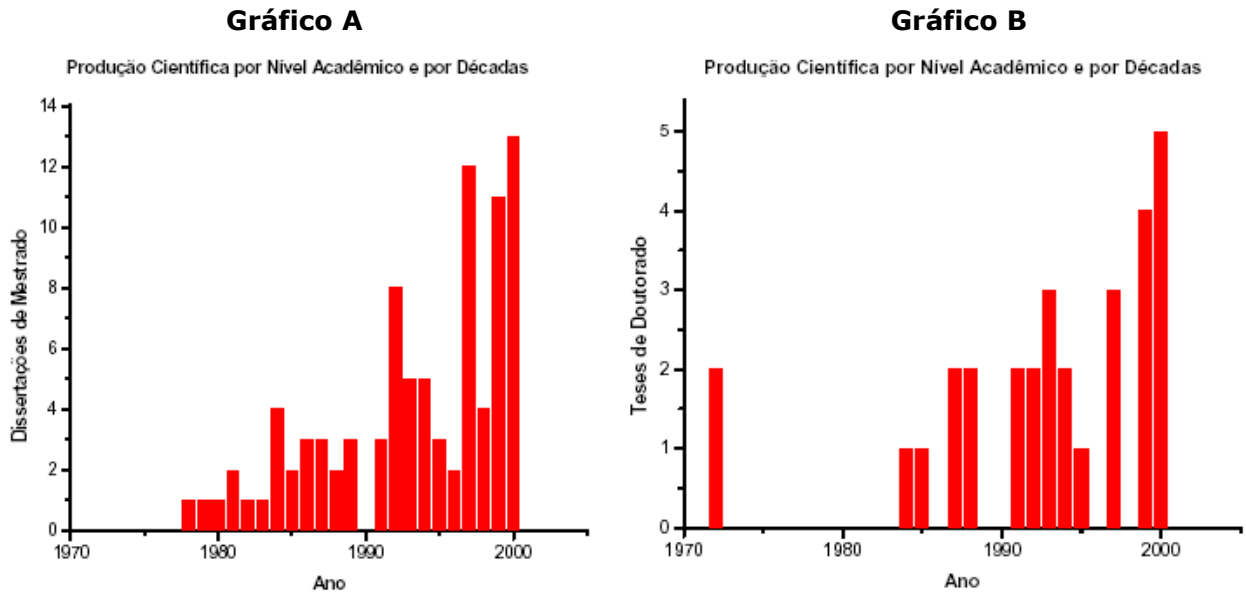
Kunsch (1997, p.44) traz um panorama de como evoluiu a produção editorial no campo de RP e comunicação empresarial da década de 1950 à 1995 e identifica 91 títulos (sendo 62 de Relações Públicas), reconhecendo a possibilidade de ter-lhe escapado alguns. O perfil da maioria das obras, que tem como marco a publicação pioneira “Para entender relações Públicas” de Cândido Teobaldo de Souza Andrade, se concentraria nas técnicas de RP, o que indicaria a tendência para o aspecto instrumental, “o como fazer”. As exceções são listadas pela pesquisadora:

Comunicação social e relações públicas, de Walter Ramos Poyares, que, com base filosófica, faz uma análise profunda e objetiva das duas áreas; Psico-sociologia das relações públicas, de Cândido Teobaldo de Souza Andrade, apresentando os fundamentos do comportamento coletivo e enfatizando os conceitos de público e opinião pública; usos e abusos de relações públicas, de José Xavier de Oliveira, abordando criticamente conceitos e práticas e revelando os bastidores do processo de regulamentação da profissão; Relações públicas: função política, de Roberto Porto Simões, com uma nova proposição teórica; e Relações públicas no modo de produção capitalista, de Cecília Maria Krohling Peruzzo, que questiona o *status quo* da atividade, analisando sua essência na aparência, dentro de um referencial dialético.

Acrescente-se a estas obras as publicações da professora Kunsch “Planejamento das Relações Públicas na comunicação integrada” (1986) e já no final da década de noventa – “Relações Públicas e Modernidade” (1997) e “Obtendo resultados com Relações Públicas” (1997). A professora registra os nomes dos que mais se sobressairiam nos números de publicações e na adoção de suas obras pelos cursos de Relações Públicas e que, seguramente, têm sido referência na formação dos profissionais desta área em todo o Brasil: “Cândido Teobaldo de Souza Andrade²⁷, Roberto Porto Simões, Cicília M. Krohling Peruzzo, Margarida Maria Krohling Kunsch, Hebe Wey, Martha d’Azevedo e Marcos F. Evangelista”.

Consideraremos, como fez Kunsch (1997 e 2002), a produção acadêmica materializada em dissertações e teses. As investigações da autora revelaram um total de 19 teses (de doutorado e livre docência) e 49 dissertações de mestrado concentrados no sul e, principalmente, sudeste do Brasil, até 1995. Em estudo mais recente (KUNSCH, 2002) a pesquisadora apresenta o desenvolvimento até o ano de 2000 dos trabalhos produzidos sobre RP e comunicação organizacional pelos cursos de pós-graduação em Comunicação:

²⁷ Ao Professor Cândido Teobaldo de Souza Andrade é atribuído o pioneirismo pelo primeiro livro impresso no Brasil sobre o tema e da primeira tese de doutorado nessa área no país.



GRÁFICOS A e B – Produção científica em RP e Comunicação Organizacional por décadas, nos níveis acadêmicos de mestrado e doutorado²⁸.

Kunsch (1997) considera que o Brasil tem uma produção significativa na área de Relações Públicas e comunicação organizacional mas que “se faz necessário democratizá-la, estudá-la e avaliá-la, até mesmo para elevar seu nível”. E neste sentido parece que a rede mundial de computadores tem dado considerável contribuição, hospedando sites profissionais, de sociedades científicas e mesmo de escolas de comunicação. A ascensão da produção de livros e trabalhos acadêmicos tem compartilhado espaço com os crescentes fenômenos da informatização e disponibilização em outros suportes midiáticos de informação sobre praticamente todas as áreas do conhecimento humano. Como no campo científico da Comunicação Social não podia ser diferente, informações utilitárias e textos científicos no campo das RP’s podem ser acessados nos sites das comunidades científicas INTERCOM, ALAIC, Rede ALCAR, como também são disponibilizados nos sites do Conselho Federal de Profissionais de Relações Públicas; da ABRP/São

²⁸ Este estudo foi apresentado no Núcleo de Pesquisa Relações Públicas e Comunicação Organizacional no XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado de 1 a 5 de setembro de 2002, promovido pela Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação e realizado pela UNEB -

Paulo, do Sindicato dos Profissionais de Relações Públicas de São Paulo e ainda sites particulares, que demonstram a crescente produção e circulação neste suporte midiático²⁹.

Apresentado o mapa que indica para onde as reflexões sobre RP evoluíram (em grupos, livros, teses, dissertações, sites); afastando-nos do seu aspecto pragmático levado à cabo pelas organizações de todos os tipos desde o início do século passado³⁰ e considerando aquela movimentação profissional institucionalizada mencionada que teve capilaridade em todo o Brasil, cabe-nos configurar o espaço institucional das escolas de comunicação e situar o aparecimento dos cursos de relações públicas.

1.5. O determinante da estrutura e do funcionamento da universidade brasileira

Sem dúvida alguma o CIESPAL imprimiu suas marcas nas escolas de comunicação que figuram ainda hoje. Mas é preciso considerar algumas tendências gerais da educação superior no Brasil para não enveredarmos na responsabilização exclusiva do Centro instalado em Quito. Compreender a universidade brasileira, privilegiando alguns fenômenos registrados a partir da metade do século XX, quais sejam: a massificação, a diferenciação, a diversificação, a privatização e o debate recorrente sobre reforma do ensino superior que traz à tona a questão da

Universidade do Estado da Bahia, Salvador, BA. O estudo apontou ainda a produção de sete teses de livre-docência: uma na década de 70, duas na década de 80 e quatro na década de 90.

²⁹ Podemos considerar com importantes conteúdo de língua portuguesa na área de Relações Públicas os sites do Conselho Federal de Profissionais de Relações Públicas (<http://www.conferp.org.br>), da ABRP/ São Paulo (<http://www.abrpsaopaulo.com.br>) do Sindicato dos profissionais de Relações Públicas do Estado de São Paulo (<http://www.sinprorp.org.br>). Entre os sites científicos os mais conceituados são o <http://www.intercom.org.br> (da INTERCOM) e o <http://alaic.incubadora.fapesp.br/portal> (da ALAIC). Entre os sites particulares citaríamos o <http://www.mundorp.com.br>, o <http://www.portal-rp.com.br>.

³⁰ Não é objetivo do presente trabalho apresentar ou diagnosticar as repercussões que as atividades tiveram dentro das organizações

autonomia, pode ser mais uma referência para nos ajudar a enquadrar o ensino de comunicação social e de relações públicas como um fenômeno nacional.

Buscando entender a instituição universitária recorreremos à Wanderley (1991) que apresenta a universidade como herdeira das instituições do mundo greco-romano denominadas *studia generalia*. O termo universidade viria de *universitas*, originalmente aplicado às sociedades corporativas escolásticas e, no século XIV, passando a ser usado à parte, no sentido restrito de uma comunidade de professores e alunos. O autor trabalha com a hipótese de que esta instituição teria sido criada para formar uma elite aristocrática, depois complementada por uma elite de mérito.

Pouco a pouco ela se transformou no lugar apropriado para conceber a permissão para o exercício das profissões, através do reconhecimento dos títulos e diplomas conferidos por órgãos de classe e governamentais. Com a Revolução Industrial e a consolidação do modo de produção capitalista, surgiram exigências e especializações e técnicas que se ajustassem à nova divisão social do trabalho.

No Brasil, o desenvolvimento do sistema de educação superior é considerado atípico por Olive (2002). Enquanto os espanhóis fundavam universidades no México, Cuba, Guatemala, Peru, Chile e Argentina ainda no período colonial, no Brasil estas instituições só foram inauguradas quase três séculos depois. Antes de implantar um sistema fragmentado de escolas, os filhos da elite portuguesa nascidos na colônia graduavam-se na Universidade de Coimbra. Inclusive a criação da universidade no Brasil tem forte vinculação com a congênere portuguesa. Chizzoti (2001) comenta sobre o projeto da universidade brasileira na Constituinte de 1823, marcado pela improvisação circunstancial. A pedido de estudantes brasileiros em Coimbra, Fernandes Pinheiro (apud Chizzotti, 2001) fez,

na sessão de 14 de junho, o seguinte apelo: "a mocidade a quem um nobre estímulo levou Universidade de Coimbra, geme ali debaixo dos mais duros tratamentos e opressão, não se decidindo, apesar de tudo, a interromper e a abandonar a carreira."

Olive (2002) registra 1920 como o ano de criação da primeira universidade brasileira - a Universidade do Brasil (atual Universidade Federal do Rio de Janeiro), que reunia faculdades profissionais preexistentes. Mais voltada ao ensino do que a pesquisa, elitista, conservava a orientação profissional dos seus cursos e a autonomia das faculdades. Em 1931, Francisco Campos, titular do recém criado Ministério da Educação e Saúde, aprova o Estatuto das Universidades Brasileiras, que vigorou até 1961.

Durante a Nova República (1930-1964), foram criadas 22 universidades federais, constituído-se o sistema de universidades públicas federais. Cada unidade da federação passou a contar em suas respectivas capitais, com uma universidade pública federal. Durante esse mesmo período, foram, também, criadas nove universidades religiosas, sendo oito católicas e uma presbiteriana. A Universidade Federal de Alagoas estava neste projeto modernizante do ensino superior brasileiro e "o seu verdadeiro espírito universitário seria formado pela atenção aos problemas do Estado, buscando soluções específicas"³¹ (VERÇOSA, 2001).

O regime militar deixou legados para a profissão de Relações Públicas e também o fez para o ensino superior. Na contra mão dos regimes militares instituídos na América Latina, o Brasil tratou de forma muito particular seu sistema de ensino superior, talvez pela representação que os governantes tinham de que o

³¹ A Universidade Federal de Alagoas (UFAL) foi criada em 25 de janeiro de 1961, segundo professor Verçosa (2001, p.151-154), pela unidade e federalização de escolas pré-existentes.

sistema seria útil para o projeto de desenvolvimento nacional e até mesmo para a manutenção das forças instituídas.

Ribeiro (1982) nos apresenta uma reflexão a respeito da constituição da universidade brasileira na perspectiva da dependência econômica, no que ele chama de “modernização reflexa”, que seria o movimento de atualizar a universidade para o atendimento ao projeto capitalista mundial. Aponta as dimensões da crise universitária e sugere o caminho da “crescimento autônomo”, contrário à modernização reflexa³², “através de revoluções sociais que nos permitam ”empreender transformações tão radicais em nossos modos de ser que possibilitem nossa incorporação como sociedades autônomas”. O autor chama atenção para as dimensões “conjunturais, políticas, estruturais, intelectuais e ideológicas” da crise da universidade.

Em relação a uma movimentação objetiva dos atores sociais poderemos supor que as grandes referências para compreendermos a situação atual da universidade foram a Lei nº 4.024 de 1961, efeito da Constituição de 1946, que inaugurou o ciclo de leis de diretrizes e bases, a Reforma Universitária, de 1968, e a Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (Lei nº 9.394), de 1996. Segundo Penteado (1998) com a reforma de 1968, “o sistema de ensino superior brasileiro tende inevitavelmente a uma pluralidade de formas e funções, sobretudo se considerarmos a sobreposição de modelos e, ainda a diferenciação institucional”. Os modelos mais influentes no ensino superior brasileiro seriam o francês e o

³² Ribeiro (1982, p25) apresenta os caminhos opostos para onde deve caminhar a universidade latino-americana. A modernização reflexa seria “Alicerçada na suposição de que, acrescentando-lhes certos aperfeiçoamentos e inovações, veremos nossas universidades aproximarem-se mais e mais de suas congêneres adiantadas até tornarem-se tão eficiente quanto elas”. Esta política seria contrária ao que denomina de crescimento autônomo “que parte do pressuposto de que a universidade – como uma subestrutura inserida numa estrutura social global – tende a operar como agência de perpetuação das instituições sociais, enquanto atuar espontaneamente. Nestas condições, só poderá representar um papel ativo no esforço de superação do atraso nacional se intencionalizar suas formas de ação”.

americano e a diferenciação institucional representa a variedade de natureza e dependência administrativa. Esta sobreposição conduz a um dos maiores paradoxos do sistema de ensino superior. A reforma de 1968, ao mesmo tempo em que ampliou as possibilidades de expansão e diferenciação do sistema, estabeleceu um modelo específico – a universidade americana de pesquisa (*research university*).

Já o legado que a Lei nº 9.394 deixou para o ensino superior foram a criação do Conselho Nacional de Educação, com a supressão do Conselho Federal de Educação e uma intensa normatização do MEC e do CNE sobre o conjunto do sistema, que tem como exemplo o Decreto nº 2.207 que classifica as instituições de ensino superior em universidades, centros universitários, faculdades integradas faculdades e institutos superiores ou escolas superiores. O princípio da indissociabilidade entre o ensino pesquisa e extensão foi mantido só para as instituições classificadas como universidades.

Trindade (2001) faz uma reflexão acerca dos dois traços dominantes na evolução da educação superior na América Latina, na segunda metade do século XX, a massificação e a privatização. Em relação ao primeiro, o autor registra o rápido crescimento da matrícula ao que Neves (2000, p.41) acrescenta:

O enlace Estado-capital fez-se sentir, na área educacional, pela diretriz adotada pelo estado populista de expansão mais acentuada dos níveis mais elevados de ensino, enquanto estratégia de formação da força de trabalho mais especializada requerida pelo estágio de desenvolvimento alcançado.

Segundo Trindade (*ibidem*), este fenômeno da massificação veio atrelado com o fenômeno da privatização, caracterizado pela “tendência generalizada de expansão das instituições privadas” (*ibidem*, p.26). Ainda conforme o autor “as instituições públicas de ensino vieram a se expandir da década de 30 à

década de 70". Mas a década de 70, a mesma da expansão da profissão de Relações Públicas, teria dado ênfase a uma política voltada para a expansão de oferta de vagas tanto nos estabelecimentos públicos como com a criação de estabelecimentos privados. É este o contexto histórico e político da proliferação dos Cursos de Comunicação Social. Sobre este momento Schwartzmann (1994, p. 151) acrescenta:

As dificuldades de acesso e profissionalização nas profissões liberais clássicas e ilegitimidade de um currículo de educação geral em nível pós-secundário levaram a criação de um grande número de "novas profissões" - **comunicações**, biblioteconomia, administração, nutrição, estatística -, cada qual aspirando a um nicho próprio e cativo no mercado de trabalho e monopólios profissionais e garantidos por lei (grifo nosso).

Em 1935, foi instalado e mantido por pouco tempo o primeiro Curso Superior de Jornalismo, vinculado à Universidade do Distrito Federal (RJ). Mas a organização institucional para esta formação data de 1947 quando da instalação das duas primeiras escolas de Comunicação do país: a Escola de Jornalismo Cásper Líbero, em São Paulo, vinculada à Pontifícia Universidade Católica e o Curso de Jornalismo, da antiga Faculdade Nacional de Filosofia, então vinculada à Universidade do Brasil, que corresponde hoje à estrutura da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ. Melo (1991,p.9) nos explica em que sentido nasceram essas escolas:

Na América Latina, as primeiras instituições destinadas ao ensino da Comunicação Social que se implantaram correspondem às demandas sociais emergentes nas empresas jornalísticas, cujo processo de estruturação industrial reclamava profissionais qualificados para o exercício da comunicação social. Na medida em que a imprensa se renovava no continente e as emissoras de rádio difusão começam a se proliferar, sintonizadas com o fluxo desenvolvimentista que se inicia no pós-guerra,

multiplicam-se as instituições dedicadas a formar especialistas para os meios de comunicação.

É importante frisar que o ensino de Comunicação Social no Brasil surgiu com o ensino de jornalismo. Moura (2002b) nos explica que nos anos 50, 60 e 70, as reflexões que se debruçaram sobre o ensino da Comunicação Social trataram as Relações Públicas como área pertencente ao jornalismo, assim como a publicidade.

Aquele movimento profissional e cultural das Relações Públicas que mencionamos culminou na instalação, em 1957, do primeiro curso regular de Relações Públicas, promovido pela escola Brasileira de Administração Pública da Fundação Getúlio Vargas, sob o patrocínio da Organização das Nações Unidas (Torres, 2003). Dez anos depois, o sistema de ensino superior acolhe a formação como um curso de graduação. Sobre a fisionomia dos cursos, Melo (1979, apud Moura 2002, p.63) indica que:

As escolas de jornalismo, transformaram-se, na década de 60 em escolas de comunicação, abrindo um leque mais extenso de alternativas para as novas funções criadas pelo desenvolvimento urbano-industrial (Relações Públicas, Publicidade e Propaganda, Cinema, Rádio, TV, Editoração etc.).

Em 1967, ano de emissão da Lei 5.377, que tornou a atividade privativa dos bacharéis em comunicação social com habilitação em Relações Públicas, surge na Escola de Comunicações Culturais da Universidade de São Paulo, atual Escola de Comunicação e Artes, o primeiro curso superior efetivo de Relações Públicas, com quatro anos de duração. Melo (1991, p.13-15) aponta algumas peculiaridades que marcam a concepção dos programas universitários brasileiros nesse campo:

1) nascem dentro de um espaço inadequado. A finalidade dos cursos de comunicação em essência foi a de formar profissionais para a imprensa, assemelhando-se nesse aspecto aos projetos pioneiros no nosso ensino superior: Engenharia, Medicina e Direito. Mas assumem o caráter de formação básica que está no cerne das propostas das faculdades de filosofia, privilegiando o embasamento humanístico; 2) estruturam-se em padrões pedagógicos inadequados, sendo o saber transmitido fragmentado em disciplinas estanques; 3) recrutam professores somente pelo critério da titulação acadêmica e não do reconhecimento profissional; 4) distanciam-se da prática cotidiana da comunicação processada nas organizações.

Considerando aqui a trajetória da legislação que trata da educação superior e especificamente a que trata do ensino de Comunicação Social temos em 1961, após catorze anos no Congresso Nacional, a promulgação da Lei nº 4.024, a primeira Lei de Diretrizes e Bases da Educação Brasileira.

Soares (2002) nos apresenta o perfil dessa lei que, na prática, reforçou o modelo tradicional de instituições de ensino superior vigente no país. Em termos organizacionais, deixou ilesas a cátedra vitalícia, as faculdades isoladas e a universidade composta por simples justaposição de escolas profissionais; além disso, manteve maior preocupação com ensino, sem focalizar o desenvolvimento da pesquisa. Ao conceder expressiva autoridade ao Conselho Federal de Educação, com poder para autorizar e fiscalizar novos cursos de graduação e deliberar sobre o currículo mínimo de cada curso superior, a nova Lei fortaleceu a centralização do sistema de educação superior. Uma de suas competências era fixar os currículos mínimos e a duração dos cursos superiores, sendo a mesma determinação apresentada na Lei nº 5.540/68, da Reforma Universitária.

Esta Lei foi pensada para as IFES (Instituições Federais de Ensino Superior), mas seu alcance foi além do sistema público federal. A estrutura que muitas Instituições de Ensino Superior apresentam hoje representa o legado das discussões de 68. Os departamentos, o sistema de créditos, o vestibular

classificatório, a indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão, o regime de tempo integral e a dedicação exclusiva foram marcos que possibilitaram a profissionalização dos docentes e a criação de condições para o desenvolvimento da pós-graduação e das atividades científicas. (Soares, 2002, p. 39). Foi nesta estrutura que se proliferaram os cursos de comunicação social no Brasil.

Fizemos uma retrospectiva do nascimento da atividade de Relações Públicas, quando surge para interferir nas relações de classe em favor do capital; como outras atividades humanas ela vai fazer parte do leque de opções de formação de nível superior no Brasil. Organiza-se e prolifera-se fora e dentro da instituição universitária. Fora, configura uma produção editorial, científica e midiática. O espaço universitário traz em si contradições específicas que precisam ser consideradas na análise de um programa de formação. Faz-se necessário a partir da adoção de categorias de avaliação registrarmos a memória e o perfil da formação em questão com o auxílio de documentos e da fala dos sujeitos que se envolveram neste processo ao longo de 26 anos.

CAPÍTULO II

Configurações possíveis da memória do curso de Comunicação Social da UFAL e do perfil da habilitação em Relações Públicas.

Após termos apresentado as condições que desencadearam a multiplicação dos cursos de Comunicação e das habilitações em RP no Brasil, vamos apresentar informações que dizem respeito à memória do Curso de graduação na UFAL seguido da apresentação do perfil constituído da formação em RP, privilegiando alguns aspectos.

Este capítulo foi construído com base em duas metodologias distintas e complementares. De um lado fizemos uso da observação participante, pois o acesso nos possibilitou um conhecimento empírico. De acordo com Neto (1994, p.59) a pesquisa participante é uma modalidade de aproximação do pesquisador com seu objeto de estudo, através do contato direto com o fenômeno observado para obter informações sobre a realidade dos atores sociais em seus próprios contextos. Essa abordagem foi importante para o registro da infra-estrutura e da estrutura administrativa e organizacional. Outro procedimento utilizado foi a pesquisa documental³³ que segundo Pádua (2003, p 154) tem sido largamente utilizada na investigação histórica, a fim de descrever/comparar fatos sociais, estabelecendo suas características ou tendências.

Consideraremos para este resgate alguns momentos que marcaram a existência do curso de comunicação nestes 26 anos. A criação do Curso, seu reconhecimento, a mudança de regime, a oferta para o turno da noite e a recente mobilização para mudanças administrativas e curriculares podem ser momentos eleitos para representar essa trajetória. Outros registros podem ter ficado de fora

³³ Baseada em documentos considerados cientificamente autênticos

dessa abordagem, mas esses parecem ser os mais cristalizados na memória dos sujeitos. Essa percepção temporal, cronológica, nos oferece uma representação cartesiana que não se configura no fio condutor dos nossos esforços, mas que pode pontuar, ao longo do tempo, os momentos em que o Curso apresentou certos movimentos, no sentido de se apresentar para a sociedade como a opção adequada à formação do comunicador social. Alguns momentos representam bem as décadas, como organizamos no quadro seguinte:

DÉCADAS	MOMENTOS REPRESENTATIVOS
Década de 70	●————● Criação do Curso de Comunicação Social (1978)
Década de 80	●————● Primeira Formatura (1983) Reconhecimento do curso (1986)
Década de 90	●————● Mudança de regime, reforma curricular (1996) e oferta noturna (1999)
Anos 2000	●————● Desencadeamento de reformas administrativas ³⁴ e curriculares ³⁵ (2005...)

QUADRO III – Momentos representativos por décadas para o Curso de Comunicação Social

No final da década de 70, como vimos no capítulo anterior, algumas forças e condições convergiram para a concepção de um curso de Comunicação em Alagoas. Em 1978 é criado o programa de graduação na UFAL conforme a reprodução do documento que apresentamos a seguir:

³⁴ Após a homologação do seu estatuto em 2003 pelo MEC, a Universidade Federal de Alagoas passa por mudanças organizacionais representadas dentre outras pela extinção da instância dos departamentos e a constituição das Unidades Acadêmicas, que substituirão os Centros. O Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, ao qual pertence o Departamento de Comunicação está sendo fragmentado em Unidades. As movimentações dos departamentos propõem a criação de uma Unidade Acadêmica formada pelos departamentos de Comunicação e Artes. O estatuto da UFAL está disponível em https://www.ufal.br/sites/proplan/documentos/CEspecial/ESTATUTO2003.doc/file_view.

³⁵ Paralelamente às reformas organizacionais, a UFAL, através da Pró-Reitoria de Graduação se esforça e estimula que os cursos reformulem seus currículos e atendam às Diretrizes Curriculares.

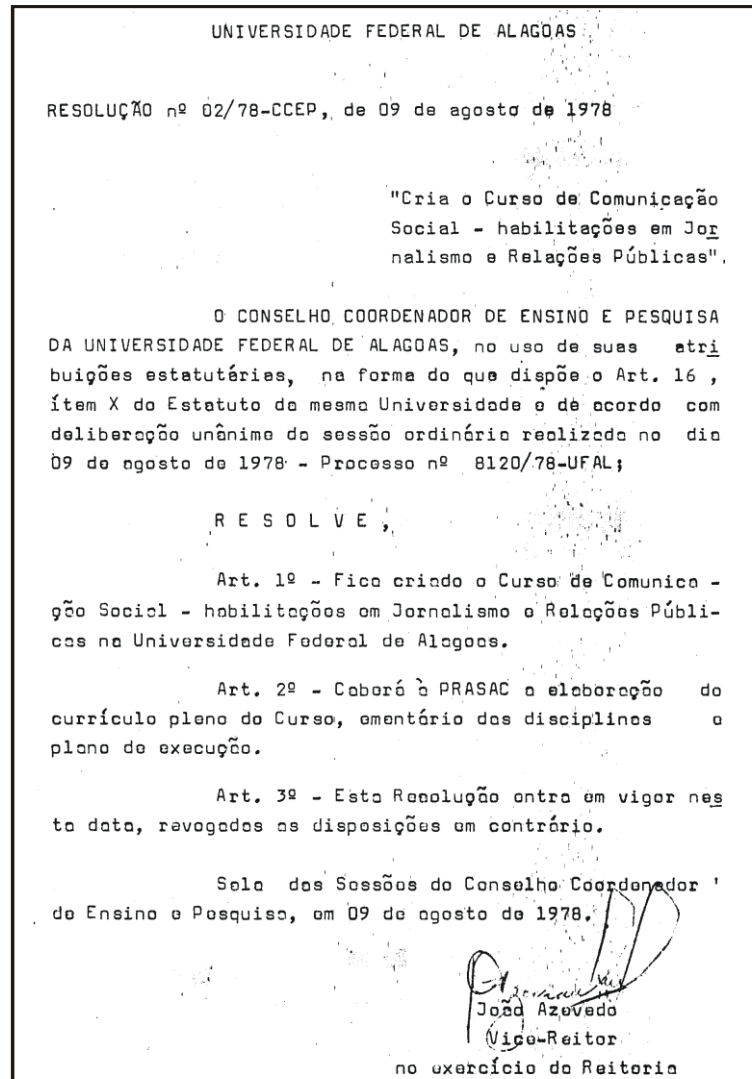


ILUSTRAÇÃO IV – Reprodução da Resolução 02/78 – CCEP/UFAL – A “Certidão de nascimento” do Curso

As consultas a documentos e os depoimentos sobre a época da instalação revelam que o Curso de Comunicação Social nasceu no antigo Departamento de Estudos Sociais do Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes (CHLA) da UFAL. Uma mesma dependência concentrava o Departamento de Estudos Sociais e a Coordenação do Curso de Comunicação Social. Começou a funcionar no segundo semestre de 1979, e suas disciplinas nucleares estiveram, inicialmente, sob responsabilidade do Departamento de Estudos Sociais – ESO. Foram ofertadas inicialmente 20 vagas, sendo ampliadas para 30 a partir de 1980 para cada uma das habilitações.


Em 1982, ainda vinculado ao CHLA, foi criado o Departamento de Comunicação Social, que passou a responsabilizar-se pelo ensino das disciplinas específicas do Curso e demais atividades acadêmicas por ele requeridas. De acordo com o primeiro projeto pedagógico, de 1979, o Curso de Comunicação Social, tinha por objetivos:

1. Formar pessoal dentro da área, dando condições de colocá-los no mercado de trabalho, favorecendo nosso Estado; e 2. Promover a integração entre os diversos segmentos da UFAL, implantando uma política de comunicação que facilitasse desempenho dessa instituição.

Passados quatro anos regimentares para conclusão do Curso, formam-se em Alagoas os oito primeiros profissionais de RP. Na relação dos concluintes do curso de Comunicação Social consta também a formatura da primeira Jornalista formada pela UFAL:

831

16-07-83
Fels. 16
OK


SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES

RELAÇÃO DOS CONCLUINTEs DO CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - JULHO 1983

JORNALISMO Jornalismo

ZÉLIA PEREIRA CAVALCANTI ✓ *Zelia*

RELAÇÕES PÚBLICAS

GIANNA CARLA BAPTISTA PERRELLI ✓ *Gianna Carla Baptista Perrelli*

WILHERME BARBOSA LOPES ✓ *Wilherme Barbosa Lopes*

ISABEL CRISTINA GOMES DE MELO ✓ *Isabel Cristina Gomes de Melo*

JOSÉ RUBENS COSTA ALMEIDA ✓ *José Rubens Costa Almeida*

MARIA AUGUSTA CARDOSO DE VASCONCELOS ✓ *Maria Augusta de Vasconcelos*

MARIA DE FÁTIMA LIMA HOLLANDA ✓ *Maria de Fátima Lima Holanda*

~~MARCELA ALBUQUERQUE~~

SÔNIA MARANHÃO CALAZANS ✓ *Sônia de Maranhão Calazans*

TEREZA CRISTINA SIMÕES DAS NEVES ✓ *Tereza Cristina Simões das Neves*

Município, 16 de julho de 1983

UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS
Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes

Bel. Valdecy de Araújo Falcões
- Secretário -

ILUSTRAÇÃO V – Relação dos primeiros concluintes do Curso de Comunicação Social da UFAL

Em 1986 o Curso é reconhecido através de Processo do extinto Conselho Federal de Educação. Através da Portaria 11, de 3/02 de 1986 – SESu/MEC, foi designada comissão verificadora das condições para o reconhecimento do curso, que conclui seu parecer com a seguinte observação:

Considerada a situação do curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Alagoas, sob todos os ângulos, de funcionamento, de potencialidade, interesse social e atendimento ao mercado de trabalho, a comissão recomenda seu imediato reconhecimento.

No relatório do reconhecimento consta o registro sobre as condições da instituição subdividido em: A) Biblioteca, B) Laboratórios e Equipamentos, C) Instalações, e D) Quanto à situação do curso. Esta última categoria o documento divide em 1) qualificação e suficiência do corpo docente, 2) estrutura e funcionamento; 3) Currículo pleno. Numa outra seção intitulada “Qualidade acadêmica do curso” aparecem: A) Pesquisa e Extensão e B) Ensino.³⁶

A partir desse roteiro propomos uma constituição do perfil da formação em questão, com atenção para o acervo bibliográfico, laboratórios, instalações, corpo docente e o perfil discente. Registros sobre o ensino, a pesquisa e extensão serão desenvolvidas nos próximos capítulos.

Num resgate da qualificação dos pontos registrados no Parecer nº 215/86, no item biblioteca a comissão aponta a existência de um pequeno acervo bibliográfico, reconhecendo que a instituição “[...] está demonstrando que providências para ampliação significativa estão sendo tomadas, quais sejam a aquisição de 500 novos títulos específicos, com 20 volumes de cada, bem como a ampliação dos periódicos existentes”.

³⁶ Esta forma de olhar para os programas de graduação assemelha-se com a avaliação das condições de oferta dos cursos, empreendida contemporaneamente pela SESu/MEC, que visa avaliar *in loco* os cursos em relação à qualificação de seu corpo docente, sua organização didático-pedagógica e suas instalações físicas em geral e especiais como laboratórios, equipamentos e bibliotecas.

A Executiva Nacional dos Estudantes de Comunicação (ENECOS), em sua cartilha “Fiscalize sua Escola” aponta a imprescindibilidade da existência de biblioteca especializada e hemeroteca. Atualmente os alunos do Curso de Comunicação Social contam com um acervo na Biblioteca Central da UFAL. Na organização bibliotecária da UFAL, Relações Públicas ocupa duas estantes de um metro cada. Quando partimos para o levantamento das obras que estão subsidiando a formação do RP temos a seguinte situação:

ÁREA	NÚMERO DE TÍTULOS	NÚMERO DE EXEMPLARES
Relações Públicas	29	137
Comunicação Organizacional	02	6
Marketing	42	200
TOTAL	73	343

QUADRO IV - Relatório do Levantamento Bibliográfico do Acervo de Relações Públicas Biblioteca Central/UFAL (2005)

De fato a formação em RP sempre teve um acervo bibliográfico modesto. Os 27 títulos e 110 exemplares adquiridos em 2004 superam em muito os 6 títulos e 23 exemplares que a área dispunha como bibliografia até então e que ganha uma condição melhor quando consideramos o campo do Marketing.

No Departamento de Comunicação uma sala mantém o nome de hemeroteca. Não existe política departamental de aquisição de livros, revistas científicas, periódicos, jornais ou revistas semanais. O acervo da hemeroteca tem sido alimentado mais pela produção de trabalhos de conclusão de curso do que por outro meio. Observamos também pequenas atualizações ocasionais quando ao DECOS são remetidas algumas publicações de órgãos públicos e de outras universidades. Uma política de empréstimos não é disponibilizada pelo não tratamento bibliotecário, o que é um paradoxo, quando no seio do DECOS nasceu o curso de Ciência da Informação com habilitação em Biblioteconomia.

Não há registros, de 1986 aos dias atuais de uma aquisição da proporção que se referia o Parecer de reconhecimento.

Curioso é perceber como os pareceristas apostaram apenas nas intenções da Instituição e não investigaram as condições de operacionalização da suposta ampliação do acervo. Em todos os pontos o parecer se apresenta muito econômico. No item Laboratórios e Equipamentos os pareceristas apresentam a seguinte constatação:

O curso está razoavelmente servido de laboratórios e equipamentos, a sala de redação é considerada, mesmo pelos profissionais, como a melhor do Estado. Os demais laboratórios têm seus equipamentos em bom estado de conservação e funcionamento. A coordenação do curso conhece da necessidade (sic) de completar os equipamentos até o início de 1987 (prazo legal estabelecido pela Resolução 2/84, do CFE), a fim de criar as condições laboratoriais para implantação plena do novo currículo mínimo de Comunicação.

Esta questão dos laboratórios é recorrente nos debates sobre qualidade dos cursos de Comunicação. A Resolução a que se refere o Parecer nº 215/86 instituiu o currículo mínimo do Curso de Comunicação e suas habilitações, assim como estabeleceu algumas exigências dentre as quais estão os laboratórios por habilitação do curso. Segundo a Resolução 02/84, a habilitação em Relações Públicas deveria manter pelo menos dois laboratórios, o de pesquisa de opinião e o laboratório de recursos audiovisuais. No parecer de reconhecimento nenhuma referência foi feita às especificidades das habilitações. De todo modo, algumas investidas apontam para a tentativa de cumprimento à Resolução 02/82. O espaço denominado “Recursos Audiovisuais” (RAV) apesar de não apresentar condições que o configurem como tal, é marca desta tentativa. Outra investida nos laboratórios de Relações Públicas foi denominada de “Agência Experimental”, iniciativa do então professor Plácido Tojal, que desenvolvia atividades laboratoriais onde atualmente

está instalado um Lincs (Laboratório de Informática de Comunicação Social) uma herança do programa de Mestrado Interinstitucional desenvolvido de 2000 a 2002 entre a Universidade Federal de Alagoas e a Universidade Federal do Rio de Janeiro.

Alguns esforços foram empreendidos no sentido de dotar o Departamento de Comunicação da estrutura tecnológica necessária à formação. Desde o reconhecimento do Curso, o DECOS buscou junto ao Ministério da Educação recursos financeiros para a atualização tecnológica. Mesmo tendo projetos aprovados junto ao MEC, o repasse de recursos sempre foi problemático e aquém das necessidades.

O que podemos constatar, na consulta ao ofício 46/88 do DECOS ao então Vice-Reitor Rogério Moura Pinheiro é que o MEC se movimentou para que as instituições de ensino atendessem a Resolução 02/04, mas em sua operacionalização a proposta não obteve êxito.

Como repercussão de empenho interno do DECOS/UFAL, no Ofício nº 284/88, a à época Reitora, Delza Gitaí, apresentou a José Calillo Filho, então secretário de Ensino Superior do Ministério da Educação, as lacunas que iam se configurando pelos repasses de recursos insuficientes causados principalmente pela não atualização monetária dos equipamentos relacionados para aquisição, na sua maioria importados. Em época de inflação e onde a cotação do dólar dobrava ou triplicava em um ano, do que era previsto adquirir só se efetivava metade ou um terço, sem contar que a própria demora na liberação do financiamento acarretava uma desatualização tecnológica, pois o equipamento adquirido deixava de ser o mais moderno. No ofício assinado pela Reitora Delza Gitaí registra-se, dentre outras solicitações à SESu que:

Tome providências urgentes para atualização monetária do Projeto Global da Ufal aprovado desde setembro/86 pelo MEC, a fim de viabilizar a aquisição dos laboratórios de Redação em Jornalismo, Planejamento Gráfico, Fotográfico, Rádio Jornalismo, Hemeroteca, **Redação em RRPP, Pesquisa de Opinião e Recursos audiovisuais.** (Grifo nosso)

Percebe-se que a concepção e nomenclaturas dos laboratórios de Relações Públicas citados no documento e que em certo momento do Curso existiram foi exigência da própria resolução 02/84 que fixou o último currículo mínimo e que recomendava como deveriam ser denominados os laboratórios.

É possível inferir que de todas as habilitações profissionais da Comunicação Social, Relações Públicas é a que solicita menos investimento em tecnologia, ou pensando de outra maneira é a formação em que o custo com equipamentos ultramodernos não é determinante. Isto por que as Relações Públicas como processo não concentram seus esforços para a produção da informação em massa, como faz o jornalismo, ou para a produção de mídias especializadas para estimular o consumo de produtos, serviços ou idéias como faz a publicidade. Sem dúvida, a formação em RP deve contemplar o entendimento das mais variadas mídias e processos, porém deve concentrar sua atuação no desenvolvimento e manipulação de tecnologias sociais.

De certo, podemos considerar os laboratórios como parte do que atualmente se denomina condições de oferta, assim como o próprio acervo bibliográfico e a infraestrutura. O Parecer de reconhecimento registra um momento de transição do desenvolvimento das atividades do curso do prédio do Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes para o que se erguia para ser a estrutura atual do DECOS. Segundo Parecer (ibidem):

No momento [em 1986] o curso funciona no prédio central do Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, ao qual pertence o departamento de Comunicação Social. Ocupa também um prédio de construção recente, de aproximadamente 500 m², igualmente administrado por este Departamento. Ainda este ano estará construído um outro prédio, (bloco B), para este existe uma alocação de um e meio milhão de cruzados à UFAL. Os dois blocos constituem condições muito boas para o funcionamento do curso, permitindo a rápida implantação do novo currículo.

O que estava sendo registrado corresponde à ampliação da estrutura primeira do DECOS. O prédio paralelo foi acoplado àquela estrutura por um corredor. Atualmente a estrutura do Departamento se assemelha a letra H deitada. Todas as atividades administrativas e parte das atividades acadêmicas de ensino e pesquisa são desenvolvidos na estrutura do DECOS³⁷.

Poderíamos ainda tratar de como se distribuem as atividades acadêmicas em função da infraestrutura. Originalmente o DECOS não contempla salas de aula. Foi concebido para ser um prédio administrativo e de concentração dos laboratórios. Na prática não acontece assim. Em virtude da redução do número de laboratórios existentes, que podemos resumir em três (somente de jornalismo) as dependências que não são administrativas funcionam como salas de aula. Descrevendo o DECOS, temos uma sala de Secretaria do Departamento, uma sala da Chefia do Departamento, uma da Coordenação do Curso, a sala dos professores, duas salas de aula, dois laboratórios de informática, uma sala que foi sede da Empresa Júnior de Comunicação, outra do Diretório Acadêmico e uma lanchonete. Estas dependências compõem o primeiro prédio. Seguindo o corredor, no segundo prédio, temos a hemeroteca, um laboratório de informática, o de telejornalismo, o de

³⁷ A visualização da estrutura física do Departamento de comunicação Social da UFAL encontra-se no ANEXO B deste trabalho.

Fotografia, o de Rádio, quatro banheiros e o Núcleo de Pesquisa em Comunicação. Grande parte das aulas são ministradas no bloco 13, em frente aos DECOS.

Passando das condições materiais de trabalho, importantes e como vimos, insuficientes para o desenvolvimento adequado das atividades, entramos no campo da esfera humana. É passar do cenário para os protagonistas do processo e alguns sujeitos são definitivamente importantes para o desenvolvimento de um programa de estudos: os alunos e os professores³⁸. Em 1986 o parecer de reconhecimento qualificava sem muitos detalhes como “plenamente habilitado” o corpo docente. O documento registrava naquele ano 37 professores com o seguinte perfil de qualificação³⁹:

Doutor	Doutorando	Mestre	Mestrando	Especialista	Graduado
1	1	8	9	6	12

QUADRO V – Qualificação dos professores do Departamento de Comunicação Social na ocasião do reconhecimento

Quase duas décadas depois o quadro docente assume outra fisionomia. Existem 36 (trinta e seis) profissionais atuando no magistério na área de Comunicação Social. Desses, 27 (vinte e sete) são do quadro efetivo da Instituição e 9 (nove) substitutos, professores de contrato por tempo determinado. Vamos considerar que no DECOS existem 36 professores vinculados para apresentar uma nova configuração de sua qualificação:

³⁸ Como não é contemplado nos nossos estudos a dimensão operacional, burocrática das atividades do Departamento, não consideraremos o perfil do corpo técnico administrativo.

³⁹ Apesar de serem convencionalmente consideradas as titulações de doutor, mestre, especialista e graduado, apresentaremos as condições de doutorando e mestrando, por constarem no documento de reconhecimento e por anunciarem uma situação diferente do quadro docente a curto e médio prazos.

Doutor	Doutorando	Mestre	Mestrando	Especialista	Graduados
10	4	16	1	5	5

QUADRO VI – Qualificação dos professores do Departamento de Comunicação Social em 2005, considerando os substitutos

Este quadro representa a totalização se considerarmos os professores substitutos, que é uma categoria que sofre certa rotatividade, em virtude de seus contratos por tempo determinado. Considerando apenas os professores com vínculo efetivo com a Universidade teremos um quadro com 27 docentes que apresenta a seguinte qualificação em 2005:

Doutor	Doutorando	Mestre	Mestrando	Especialista	Graduados
10	4	12	0	2	3

QUADRO VII – Qualificação dos professores do Departamento de Comunicação Social em 2005, considerando apenas os efetivos

Dos 36 profissionais que atuam no magistério, nove são profissionais habilitados em Relações Públicas e portadores do registro profissional⁴⁰. São exatos seis profissionais de RP com vínculo efetivo com a Instituição e três profissionais de Relações Públicas na condição de prestadores de serviços. Dos seis efetivos, apenas um tem o título de doutor, que está sendo buscado por mais dois profissionais mestres e doutorandos. São seis docentes com o título de mestre e dois com o de especialista, sendo que um busca o título de mestre matriculado em curso de pós-graduação *strictu sensu*. Com este quadro e sua comparação com os

⁴⁰ O Regulamento da Lei nº 5.377, de 11 de dezembro de 1967, que disciplina o exercício profissional de relações públicas, apresenta no capítulo II (Do campo e da atividade profissional) a atividade do ensino de disciplinas específicas ou de técnicas de relações públicas, oficialmente estabelecido, como uma das atividades do profissional de RP. Em seguida, no Capítulo III, condiciona a prática profissional ao registro no órgão competente.

outros dois que apresentamos poderemos sugerir que, embora a habilitação em Relações Públicas seja concebida para formar o mesmo número de profissionais que a de jornalismo por ano, inclusive os ingressos também são em quantidade equivalente para as duas habilitações anualmente e, embora a carga horária para a conclusão das habilitações na UFAL seja a mesma, dos 27 professores efetivos, apenas 6 são profissionais de Relações Públicas. Não podemos deixar de considerar que o DECOS abriga o corpo docente que atende ao curso de Ciências da Informação. No quadro de professores do DECOS identificamos 6 professores atendendo à biblioteconomia, sendo 3 efetivos e 3 substitutos. A situação do curso de Ciências da Informação não é confortável, mas devemos lembrar que o curso é novo com apenas 3 turmas formadas.

A situação da habilitação em RP é preocupante, pois a formação nasceu gêmea à formação em jornalismo em 1986, mas ao longo do tempo vem perdendo força em vários aspectos, em infraestrutura e funcionamento de laboratórios, em número e qualificação dos professores, em acervo bibliográfico. O quanto a configuração desses elementos repercute na representação que o alunado tem da formação apresentaremos no próximo capítulo deste trabalho.

É possível considerarmos o alunado, ou corpo discente a razão de um programa de estudos, de graduação ou pós-graduação. E no nosso trabalho terá esta dimensão. Numa caracterização do corpo discente elegeremos alguns aspectos a serem abordados, quais sejam: o número de concluintes, o perfil dos que ingressam no Curso, e sua produção final, no trabalho de conclusão de curso.

O parecer de reconhecimento registrava, em 1986, 212 alunos matriculados, 122 na habilitação em jornalismo e 90 em RP⁴¹. Registrava também

⁴¹ No ano de 2005, segundo o Núcleo de Processamento de Dados da UFAL, estão matriculados 531 alunos no Curso de Comunicação Social, sendo 244 na habilitação em RP e 187 na habilitação em Jornalismo.

que 67 alunos tinham concluído o Curso, sendo 34 em jornalismo e 33 em Relações Públicas. Buscamos através pesquisa documental desenvolvida no Departamento de Assuntos Acadêmicos (DAA) da UFAL, revelar o número de concluintes por ano, o qual apresentamos na seqüência:

Ano	Concluintes	Ano	Concluintes	Ano	Concluintes
1983	9	1991	14	1999	24
1984	13	1992	14	2000	32
1985	6	1993	14	2001	39
1986	21	1994	27	2002	43
1987	6	1995	14	2003	15
1988	16	1996	29	2004	12
1989	11	1997	37		
1990	S/R ⁴²	1998	10	Total	406

QUADRO VIII – Número de concluintes por ano e total de concluintes em Relações Públicas

O número de 406 profissionais habilitados em relações públicas foi conseguido através da contagem das assinaturas nas Atas de Colação de Grau dos formandos disponibilizadas pelo DAA/UFAL. É possível que este número não seja preciso, porém sua imprecisão tende a ser para mais, visto que registramos o número dos que assinaram a lista de presença nas ocasiões das colações de grau. O que podemos afirmar com segurança é que durante os 26 anos de existência foram formados mais de 400 profissionais de relações públicas e que o fluxo de concluintes por ano não segue um padrão regular.

Se o padrão quantitativo da conclusão de curso não foi regular, alguns indicadores apresentam certa regularidade de ocorrência. Acessamos dados sobre o perfil sociocultural dos alunos ingressos em 2001, 2002 e 2003 que se encontram disponíveis nos documentos **Perfis sócio-culturais dos alunos ingressos**, produzidos anualmente com base em questionários aplicados aos recém-chegados

à Universidade na ocasião da matrícula. Elegemos algumas categorias já com as opções que apresentam maior incidência para apresentar um perfil do corpo discente de RP:

CATEGORIAS E OPÇÕES COM MAIOR INCIDÊNCIA	DIURNO	NOTURNO
Sexo (feminino)	89,66%	70%
Idade (18 anos)	44,83%	5%
Estado civil (solteiro)	100%	80%
Tipo de escola no ensino médio (Privada)	82,76%	75%
Escolha da Carreira (Adequação às aptidões)	89%	50%
Renda mensal da Família (Entre 05 e 10 salários mínimos)	27,59%	45%

QUADRO IX - Perfil dos ingressos para Relações Públicas no vestibular em 2001

Como podemos perceber no contato cotidiano e nos resultados da pesquisa, o corpo discente de relações públicas é predominantemente feminino. Na maioria das estatísticas ultrapassa a casa dos 70%. Esta é uma questão a considerar, pois saber que um gênero é predominante pode nos oferecer caminhos para a concepção de um currículo, que diminua os preconceitos e tensões entre os gêneros na sociedade e na área da comunicação, por um lado, mas que reforce algumas potencialidades presentes nos espíritos femininos e masculinos. Embora economicamente caminhando para um equilíbrio nos papéis entre homens e mulheres, temos que reconhecer que são seres diferentes.

Vejamos como se repete a relação quantitativa entre moças e rapazes no ano de 2002:

CATEGORIAS E OPÇÕES COM MAIOR INCIDÊNCIA	DIURNO	NOTURNO
Sexo (feminino)	80%	75%
Idade (18 anos)	36%	25%
Estado civil (solteiro)	96%	100%
Tipo de escola no ensino médio (Privada)	80%	68,75%
Escolha da Carreira (Adequação às aptidões)	72%	68%
Renda mensal da Família (Entre 05 e 10 salários mínimos)	52%	43,75%

QUADRO X - Perfil dos ingressos para Relações Públicas no vestibular em 2002

⁴² Sem registro

Outra constatação é que os alunos chegam jovens ao curso de Comunicação Social. A idade com maior incidência são os 18 anos. Esta idade parece indicar o final de uma fase de transição da adolescência para a vida adulta o que também deve ser considerada numa proposta de formação. Será que o currículo pode agregar conhecimentos sobre como conduzir esta nova fase da vida? Ou deve desconsiderar esta condição discente? A grande maioria dos ingressos se declara solteiro (a), sem relacionamento estável com outro sujeito o que pode ser relacionado à idade e a condição de estar buscando um lugar social a partir de uma formação em nível superior.

Como podemos observar nos dois quadros que apresentamos e no próximo, que vem reforçar a recorrência das incidências das respostas às categorias escolhidas, a maioria do corpo discente se insere em grupos familiares com renda entre 05 e 10 salários mínimos. Considerando as condições regionais arriscaríamos dizer que se inserem na faixa de renda da classe média baixa e média. Esta condição de classe, de grupo social, de perfil de consumo, de lugar econômico também deverá ser considerada na proposta de formação do RP, pois esta noção de lugar de partida poderá oferecer mais nitidez da direção e do caminho onde se quer chegar. Um outro dado interessante é que a grande maioria dos alunos vem de escolas privadas, pagas. Porém esta condição é mais elástica se observarmos o turno da noite.

CATEGORIAS E OPÇÕES COM MAIOR INCIDÊNCIA	DIURNO	NOTURNO
Sexo (feminino)	84,62%	58,82%
Idade (18 anos)	34,62%	52,94%
Estado civil (solteiro)	96,15%	100%
Tipo de escola no ensino médio (Privada)	84,62%	58,82%
Escolha da Carreira (Adequação às aptidões)	76,92%	88,24%
Renda mensal da Família (Entre 05 e 10 salários mínimos)	53 85%	47,06%

QUADRO XI - Perfil dos ingressos para Relações Públicas no vestibular em 2003

Finalmente os quadros demonstram que a escolha da carreira está atrelada de forma muito íntima às adequações às aptidões dos sujeitos que optaram por Relações Públicas. Nos escapam o grau de conhecimento dos alunos do ensino médio sobre carreiras de uma forma geral e suas representações sobre a profissão de relações públicas. No entanto, a partir dos resultados das pesquisas de perfil podemos sugerir que os estudantes têm alguma representação sobre a profissão, que inclusive relaciona com suas aptidões. Mas que aptidões serão estas? São identificadas, valorizadas e potencializadas pelo currículo? A resposta a primeira pergunta dependeria de uma investigação com as turmas do primeiro ano do Curso, nos primeiros dias de aula, para que inclusive não sofressem interferência das representações que circulam na academia. Reconhecemos que esta indagação emerge num momento de impossibilidade de desenvolvimento de tal pesquisa, pois os primeiros dias de aula já se foram. Mas outros virão e com eles a possibilidade de se registrar as declarações das tais aptidões e mesmo a representação que os alunos têm da profissão de Relações Públicas.

Já a resposta a segunda pergunta é, supostamente, não. O currículo de Relações Públicas apesar de contemplar os conhecimentos necessários para a constituição de um (a) profissional, deixa de fora elementos de gênero, de classe social, e de aptidões prévias dos discentes. Nada disto está previsto. Trataremos sobre o currículo mais adiante.

Como dissemos, o sujeito discente parece representar a razão de ser de um programa de estudos. Vimos que é possível e saudável conhecermos quem é o (a) aluno (a). Como demonstramos a própria Instituição reúne informações sobre o perfil do corpo discente. O que se faz necessário é o contato, apropriação e

tratamento de tais informações para que sejam úteis e repercutam na formação discente, nos trabalhos docentes e na produção do conhecimento.

Estamos longe de um acompanhamento que registre como os alunos se desenvolvem durante o Curso. Por exemplo, não dispomos de mecanismos para verificar a mudança ou estabilização das concepções que o (a) discente tem sobre a sociedade, o ser humano, as organizações e seus processos comunicacionais. Na verdade, o foco do processo de formação parece repousar em outras instâncias, como as notas nas disciplinas.

Institucionalmente, um instrumento que tem movimentado os sujeitos no sentido da atenção para o discente, ele sendo protagonista do processo, é o momento do Trabalho de Conclusão de Curso. E como ele termina por ser materializado e arquivado, nos lançamos em outra pesquisa documental para registrar o que nestes 26 (vinte e seis) anos de existência do Curso foi desenvolvido como experiência final da formação. Nossa intenção neste momento da pesquisa foi registrar para onde apontam os Trabalhos de Conclusão do Curso de Comunicação na habilitação em Relações Públicas. Para onde apontam em relação a áreas abordadas, que podem sinalizar espaços de atuação profissional, ou tendências de desenvolvimento em pós-graduações. Por enquanto traremos informações que dão um perfil diferente daquele produzido no ato da matrícula. O perfil que oferecemos será sustentado pela investigação nos próprios TCCs, e poderá ter repercussões tanto acadêmicas, de organização do currículo, quanto profissionais, de campos de atuação dos profissionais de RP.

A prática utilizada foi a análise de conteúdo que Bardim (1977, p.38) define como “conjunto de técnicas de análise das comunicações, que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens”.

A autora acrescenta ainda que o “interesse reside no que os conteúdos poderão ensinar após serem tratados (por classificação, por exemplo)”. Para a definição da autora converge o pensamento de Berelson (apud Bardim, 1997) que caracteriza a análise do conteúdo como “uma técnica de investigação que através de uma descrição objetiva, sistemática e quantitativa do conteúdo manifestos das comunicações, tem por finalidade a interpretação destas mesmas comunicações”. Na verdade, não existe uma conduta definitiva para se proceder a análise do conteúdo, mas a orientação é que façamos algumas escolhas, estabeleçamos algumas categorias e as busquemos nas mensagens objetos de análise. E foi exatamente o que fizemos na investigação da produção final dos concluintes em relações públicas da UFAL.

Nosso objetivo principal foi registrar a memória da produção de trabalhos de conclusão do curso de Comunicação Social, na habilitação em Relações Públicas, no tocante às áreas temáticas. Procedemos ao registro dos títulos e subtítulos dos trabalhos, fizemos a leitura de seu sumário e resumo (quando havia), organizamos essas informações por ano, e indicamos até duas áreas temáticas principais do trabalho, de acordo com as categorias que construímos e que apresentamos na seqüência.

A) Pesquisa – pesquisa de opinião, auditoria de opinião, opinião pública, pesquisa de imagem, pesquisa de clima organizacional, pesquisa de perfil organizacional, pesquisa quantitativa, pesquisa qualitativa, diagnóstico, análise do conteúdo, análise do discurso.
B) Planejamento – planejamento estratégico, planejamento operacional, objetivos e estratégias organizacionais, projetos.
C) Assessoria/Consultoria – assessoria de comunicação, assessoria de relações públicas, assessoria de imprensa.
D) Comunicação de Massa – meios de comunicação de massa, televisão, rádio, jornal, revista.
E) Comunicação Dirigida Oral – oratória, oralidade, discursos.
F) Comunicação Dirigida Escrita – redação, release, lead, preskit, publicações institucionais, house organ, jornais, diagramação.
G) Comunicação Dirigida Auxiliar – Equipamentos, retroprojeto, projetor multimídia, datashow, vídeos institucionais.
H) Comunicação Dirigida Aproximativa – Eventos sociais, eventos empresariais, eventos científicos, feiras, reuniões, cerimonial e protocolo
I) Comunicação Política e Eleitoral – marketing político, marketing eleitoral, assessoria política.
J) Comunicação Comunitária – comunicação para o 3º Setor, comunicação alternativa, organização social, organização comunitária, rádio e tv comunitária.
L) Comunicação Pública – Relações Públicas Governamentais, comunicação para a esfera das instituições públicas.
M) Publicidade e Propaganda – criação, campanhas, plano de mídia.

N) Cultura Organizacional – cultura, valores, crises, humanização, grupos, equipes, liderança, motivação, clima organizacional.
O) Marketing – mercado, produtos, serviços marketing social, marketing cultural, marketing de fidelização, endomarketing, marketing de relacionamento, comportamento do consumidor.
P) Ombudsman – ouvidoria,
Q) Relações Internacionais – globalização, multinacionais, transnacionais, franquias, diplomacia.
R) Empreendedorismo – plano de negócio, financiamento, crédito.
S) Administração – Teoria geral da Administração (TGA), Organização, gestão de pessoas, Recursos Humanos, gestão de talentos, capital intelectual
T) Legislação – Regulamentação das atividades de Relações Públicas, fronteiras e intersecções com Jornalismo e Publicidade.
U) História das Relações Públicas e Comunicação Organizacional – Pioneiros no Brasil e em Alagoas, entidades de classe.
V) Desenvolvimento Local – desenvolvimento sustentável, desenvolvimento comunitário, cooperativismo, associativismo.
W) Comunicação Visual – composição visual, fotografia, diagramação.
X) Comunicação e Turismo – turismo, hotéis, lazer.
Z) Novas Tecnologias – internet, intranet, bate-papo, videoconferência, orkut.

QUADRO XII - Categorias para indicação das áreas temáticas dos TCCs

Estas categorias foram estabelecidas no sentido de esgotar as possibilidades de assuntos, temas e áreas incidentes nos Trabalhos de Conclusão de Curso. Com base nos mapas cognitivos (ou conhecimentos pertinentes ao campo) que caracterizam as Relações Públicas chegamos a 24 categorias/temas com seus assuntos.

Apresentamos o resultado esta pesquisa em quadros organizados por ano (APÊNDICE A); registramos a quantidade e títulos dos TCCs; indicamos se sua autoria é individual, em dupla ou equipe; o número de páginas (e a média de páginas por ano,) e a que área se relaciona a partir das letras das categorias. Na seqüência contabilizamos a incidência das áreas nos TCCs finalizados por ano.

Estes quadros subsidiaram as descrições e análises seguintes. Foram 167 trabalhos identificados na hemeroteca do DECOS/UFAL como de conclusão de curso na habilitação em Relações Públicas. Destes, 79 foram de autoria individual, 63 foram desenvolvidos em dupla, 22 em trio e ainda tivemos a ocorrência de 3 trabalhos elaborados em quarteto. Organizando estas informações num quadro teremos:

Individual	Dupla	Trio	Quarteto	Total
79	63	22	3	197

QUADRO XIII - Autoria dos TCCs de Relações Públicas

Em relação à quantidade de páginas os dados configuram uma tendência geral de diminuição se observarmos a média de páginas por ano. O ano que obteve maior quantidade média de páginas foi o de 1993, com 89 páginas. O período em que foi registrado menor quantidade de páginas na produção de TCCs foi o ano 2000 que registra 38 páginas em média.

Nosso objetivo principal na catalogação dos TCCs foi registrar a frequência em que aparecem alguns temas do campo das RP's. Na seqüência contabilizamos a ocorrência das áreas na produção dos TCCs:

CATEGORIAS DE TEMAS NO CAMPO DAS RP'S	OCORRÊNCIA NOS TCCS
A) Pesquisa	40
B) Planejamento	56
C) Assessoria/Consultoria	18
D) Comunicação de Massa	7
E) Comunicação Dirigida Oral	3
F) Comunicação Dirigida Escrita	10
G) Comunicação Dirigida Auxiliar	2
H) Comunicação Dirigida Aproximativa	5
I) Comunicação Política e Eleitoral	1
J) Comunicação Comunitária	8
L) Comunicação Pública	15
M) Publicidade e Propaganda	5
N) Cultura Organizacional	15
O) Marketing	29
P) Ombudsman	3
Q) Relações Internacionais	0
R) Empreendedorismo	0
S) Administração	7
T) Legislação	0
U) História das RPs	4
V) Desenvolvimento Local	14
W) Comunicação Visual.	4
X) Comunicação e Turismo	9
Z) Novas Tecnologias	7

QUADRO XIV - Ocorrência das áreas nos TCCs de RP de 1985 a 2005, num total de 167 TCCs

Como pudemos verificar os trabalhos de conclusão de curso têm uma incidência forte da área "B" – planejamento, com 56 ocorrências, seguida pelas

áreas “A” – pesquisa, com 40 ocorrências, “O” – marketing, com 29 ocorrências, “C” – assessoria/consultoria, aparecendo em 18 trabalhos, “N” – cultura organizacional, com 15 ocorrências e “L” e “V” - comunicação pública e desenvolvimento local, respectivamente, com 14 ocorrências.

Esta conformação, das áreas de planejamento e pesquisa serem as mais incidentes nos TCCs, pode ser explicada, em parte, pelo fato de que estas áreas são trabalhadas no 3º e 4º anos do curso, sob a denominação Laboratório de Pesquisa e Planejamento de Relações Públicas I e II. O que nos surpreende é o fato de algumas áreas que são pouco valorizadas no currículo aparecerem com frequência nas produções, como é o caso da área “O” - marketing aparecer logo em seguida, configurando uma tendência forte no campo das RPs e a área “C” - Assessoria e consultoria.

Outras áreas são recorrentes nos TCCs, embora com menor frequência. As áreas “N”, “L” e “V” – cultura organizacional, comunicação pública e desenvolvimento local apresentam ocorrências em 15, 14 e 14 trabalhos respectivamente. A comunicação dirigida escrita (F), o turismo (X), a comunicação comunitária (J), a comunicação de massa (D) e a administração (S) aparecem com pouca frequência. Não foi identificada ocorrência das áreas “Q” – relações internacionais, “R” – empreendedorismo e “T” – legislação, nos trabalhos analisados.

Buscamos resgatar uma memória da formação em questão e apresentar sua configuração elegendo alguns aspectos. As dimensões da formação e da identidade, consubstanciada em experiências educacionais virão a tona no próximo capítulo com a fala dos concluintes de 2004 e o depoimento dos professores.

CAPÍTULO III

Representações sobre a formação, o currículo e a identidade

Com o objetivo de somar àqueles aspectos que caracterizam o programa de formação a dimensão da representação⁴³, que para nós configura a consideração do aspecto subjetivo, apresentaremos a síntese de duas pesquisas empreendidas com duas categorias de sujeitos distintas. Acreditando ser as falas dos envolvidos no processo uma medida das experiências educativas conformadas fomos em busca dos sujeitos que mais diretamente se envolvem com o processo de formação: os alunos e os professores.

Uma das pesquisas revela a partir da aplicação de questionários⁴⁴ as impressões de uma turma de alunos concluintes tem sobre a Instituição e sobre sua própria formação na tentativa de revelar algumas tendências curriculares. Pádua (1989) esclarece que o questionário, por se constituir de perguntas fechadas, patronizadas, é instrumento de pesquisa mais adequado à quantificação, por ser mais fácil de codificar e tabular, propiciando comparações com outros dados relacionados ao tema pesquisado.

A outra investigação tomou a categoria docente para buscar, em seus depoimentos, conceitos e imagens sobre as experiências educacionais do programa. Neste caso, a forma de abordagem técnica esteve entre a entrevista livre narrativa, que Pádua (1989) caracteriza quando se solicita ao entrevistado discorrer sobre o

⁴³ Moscovici (1981) apud Oliveira e Werba (1998) entende por Representações Sociais um conjunto de conceitos, proposições e explicações originado da vida cotidiana no curso de comunicações interpessoais. Equivaleriam, em nossa sociedade, aos mitos e sistemas de crença das sociedades tradicionais; podem também ser vistas como a versão contemporânea do senso comum e para ela pode convergir a categoria da opinião.

⁴⁴ Esta pesquisa fez parte do projeto de extensão **O Ser e o Fazer da Pesquisa de Opinião em Laboratório de Relações Públicas**, que desenvolveu cinco pesquisas de opinião, recrutando alunos do terceiro ano do curso para o exercício de uma das funções de Relações Públicas. Durante o último semestre do ano letivo de 2004, foi desenvolvida a pesquisa de opinião **Perspectivas do Formando em RP sobre o Mercado de Trabalho em**

tema proposto e a entrevista semi-estrurada, modalidade que articula a entrevista aberta e questões previamente formuladas, segundo Neto (1994).

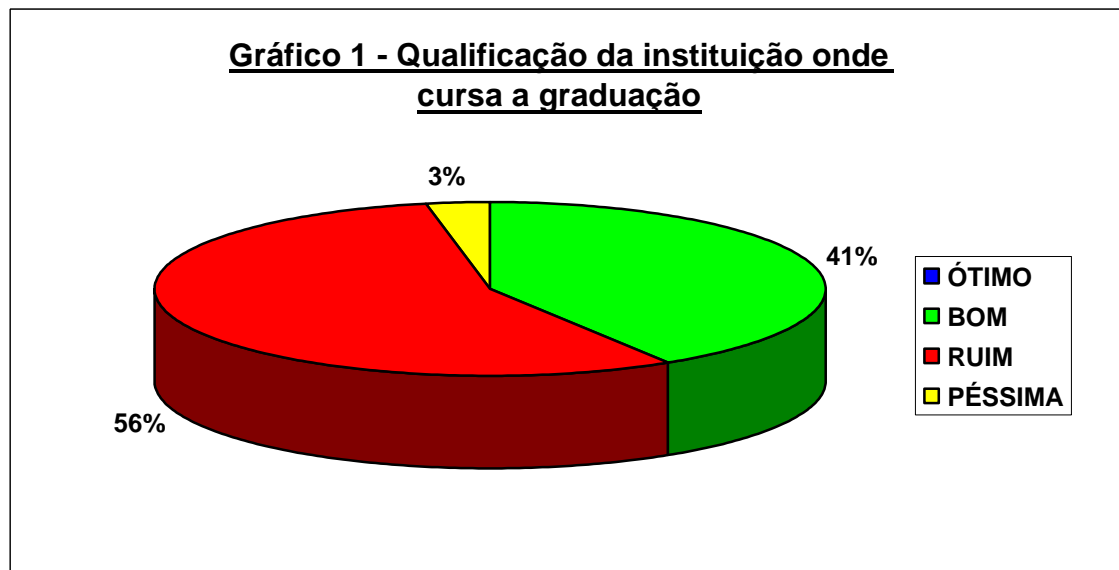
A investigação que tomou os alunos como sujeitos teve como principal objetivo pontuar a visão dos formandos sobre a instituição de ensino, o curso ofertado e os recursos disponibilizados pela habilitação, bem como medir suas perspectivas para atuação como profissional da área, no mercado estadual. Tendo como universo 55 estudantes matriculados no 4º ano da habilitação em RP do curso de Comunicação Social dos turnos vespertino e noturno a amostragem utilizada foi de 61,82% o que representou 34 estudantes. Já na categoria docente entrevistamos 7 professores com representação dos que atuam no ensino de disciplinas do tronco específico de RP e do tronco comum às duas habilitações. As entrevistas foram gravadas e posteriormente consideramos trechos que tinham relação com as categorias lançadas aos discentes.⁴⁵

Apresentaremos as representações discente e docente de forma intercalada, de modo a relacionar as respostas quantificadas dos alunos em gráficos aos depoimentos dos docentes⁴⁶.

A primeira questão lançada aos discentes estimulou que os pesquisados avaliassem a instituição em que estavam concluindo sua habilitação em Relações Públicas.

Alagoas com o envolvimento de uma equipe de alunos do terceiro ano noturno de Relações Públicas, tomando como sujeitos os alunos matriculados nos quartos anos diurno e noturno.

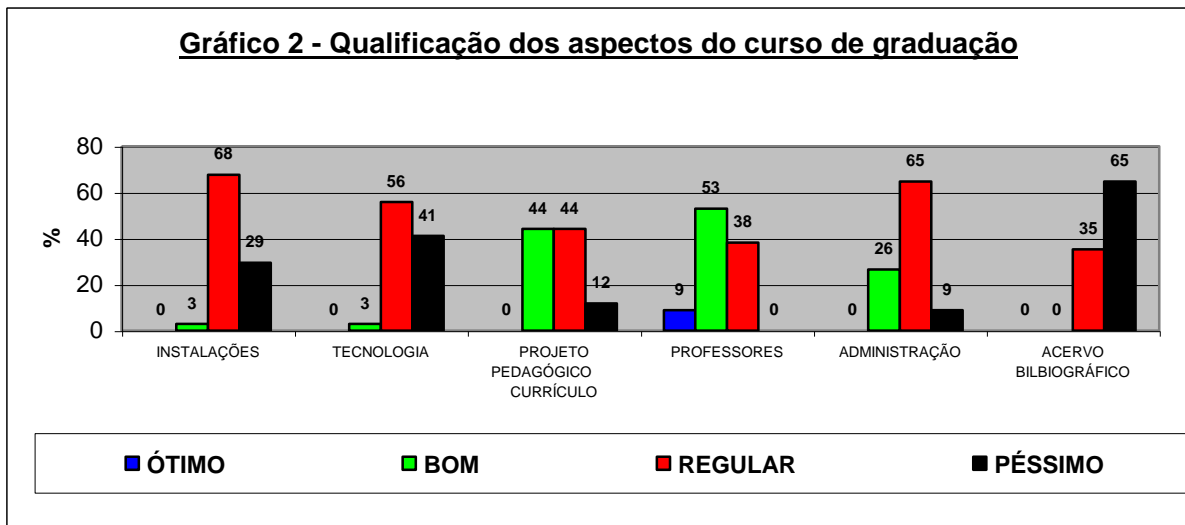
⁴⁵ Compõem os Apêndices B, C e D o questionário, aplicado aos alunos, as tabelas demonstrativas da tabulação dos questionários e o roteiro de entrevistas aplicado aos professores, respectivamente.



As duas opções mais assinaladas, ruim e bom, parecem refletir uma situação de descontentamento do aluno concluinte com a instituição Universidade Federal de Alagoas e sinalizam que reflexões sobre os processos educacionais devem ser empreendidas. Esta situação é reforçada pelo depoimento de um professor quando reconhece achar “que os alunos estão muito insatisfeitos [...]”. A partir dessa abordagem generalista da instituição universitária fomos em busca de qualificações mais específicas, de aspectos do Curso que merecem ser pontuados.

Seguindo essa proposta, na questão 2 o formando em relações públicas qualificou seis aspectos do curso de graduação, quais sejam: instalações; tecnologia; projeto pedagógico/currículo; professores; administração; e acervo bibliográfico. Estes itens são justificados por serem indicadores de qualidade em avaliações empreendidas pelos órgãos oficiais.

⁴⁶ As identidades dos docentes foram ocultadas neste trabalho.



Estes resultados definem melhor o posicionamento do alunado em relação aos aspectos principais do programa de graduação. Uma constatação que pode ser feita é que a qualificação **regular** predomina na maioria dos aspectos, dividindo espaço com a qualificação **péssimo** nos itens instalações, tecnologia e acervo bibliográfico e **bom** nos itens projeto pedagógico/currículo, professores e administração.

É possível neste momento trazermos os registros dos depoimentos dos professores informantes sobre aquelas categorias de consulta aos alunos.

ASPECTOS DO CURSO	DEPOIMENTOS DOS PROFESSORES
Instalações	“Agente sabe que a universidade não tem uma estrutura física condizente com as atividades que são desenvolvidas aqui dentro”.
Tecnologia	“Nós tínhamos na década de 80 equipamentos mais modernos que as empresas de televisão do Estado”.
Projeto Pedagógico/ Currículo	“Acho que se não acontecer um redimensionamento e uma melhoria do próprio currículo acho que o curso não vai muito a frente não”.

Projeto Pedagógico/ Currículo	<p>“O Currículo de 1996 foi bem montado mas não foi bem implementado”.</p> <p>“Não há um objeto coletivo em construção. Falta uma regência uma idéia de totalidade. Os professores não podem tomar as disciplinas como território privado”.</p>
Professores	<p>“O professor deve ter passado pelo mercado ou estar no mercado, para que o aluno tenha uma idéia do espaço que vai ocupar”.</p> <p>“Um aspecto positivo foi a preocupação de formar e capacitar seu quadro de professores. Temos hoje um quadro de professores capacitados. Essa capacitação tem que incidir no ensino da graduação e possibilitar que os professores se articulem em projetos de pós-graduação. Talvez seja o ponto que nós temos mais organizado. Mas isso não reflete ainda do ponto de vista de produção acadêmica, da qualidade do ensino, com projetos de pesquisa e extensão articulados”.</p>
Administração	<p>“Sempre tivermos no departamento uma fragilidade na gestão, que interfere muito no nosso modo de se articular, de se organizar e de trabalhar com o ensino a pesquisa e a extensão”.</p>
Acervo Bibliográfico	<p>“Temos que fazer um levantamento do que temos em termos de acervo bibliográfico. A hemeroteca não pode ir embora, porém deve ser estabelecida uma política de conservação e preservação do material”.</p>

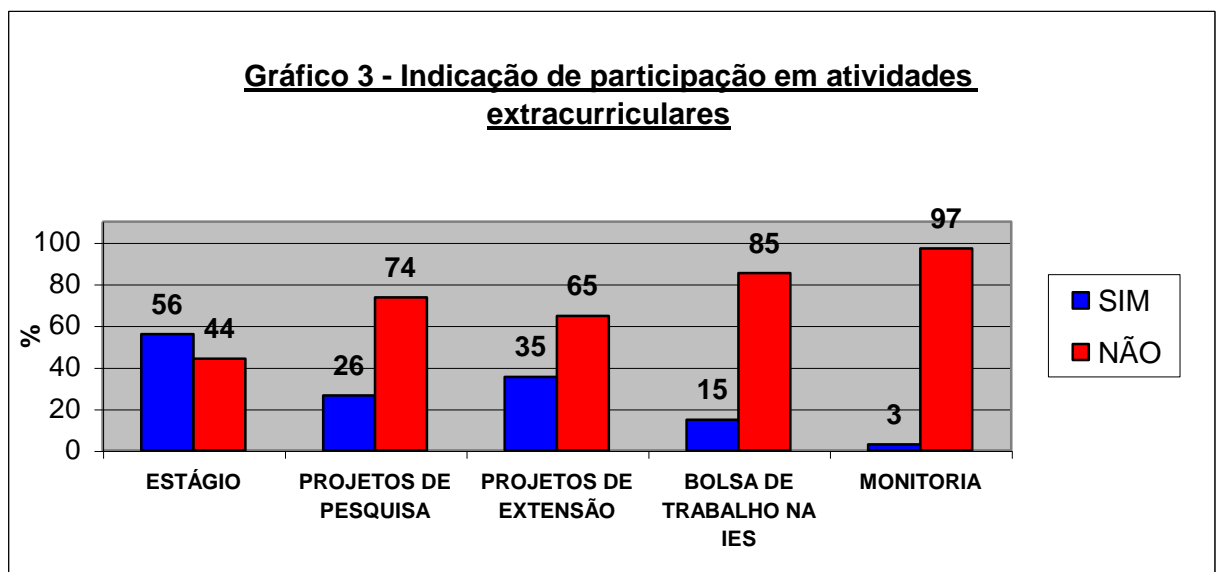
QUADRO XV – Depoimento dos professores em relação aos aspectos do Curso

No registro do alunado e no depoimento do corpo docente é reconhecida a precariedade da estrutura física, do ambiente físico-espacial, bem como do aspecto tecnológico representado pelos computadores e equipamentos de uso laboratorial. Quanto ao projeto pedagógico, a impressão dos alunos se divide entre bom e regular, o que converge para a representação dos docentes sobre o tema. Grande parte dos depoimentos são no sentido de aperfeiçoamento e até superação mesmo da estrutura curricular do Curso e da habilitação. A impressão dos alunos a respeito dos professores é a melhor de todas em relação aos aspectos do curso e vai ao encontro do que os professores acham de si próprios. O aspecto administração, condenado pelos alunos, encontra ressonância na fala docente, como aspecto deficiente, principalmente por que “as brigas políticas no departamento superam os interesses do curso” como aponta um dos professores. Esta disputa segundo a fala de outro docente seria “o fator que mais interfere

negativamente no desenvolvimento do curso” e “teria origem nas disputas políticas entre o PC do B (partido Comunista do Brasil) e o PT (Partido dos Trabalhadores).

O item acervo bibliográfico foi o que teve a pior qualificação por parte dos alunos e é um ponto crítico na opinião dos docentes. Como identificamos no capítulo anterior dois acervos atendem ao curso de Comunicação, o da Biblioteca Central e o da Hemeroteca, ambos considerados insuficientes por professores e alunos.

Buscamos saber se em sua trajetória acadêmica os alunos tinham participado de experiências fora do padrão turma/aula, as quais denominamos de extra curriculares. Os resultados foram os seguintes:



A partir do gráfico, percebemos que a participação dos discentes em atividades de estágio é considerável se levarmos em conta que não é uma atividade obrigatória no currículo de RP. Atividades de extensão e de pesquisa são pouco experienciadas e menos ainda atividades de prestação de serviços na própria IES e de monitoria, que praticamente inexiste. De modo geral, os alunos não participam de

experiências extracurriculares o que pode indicar uma fragilidade da Instituição e do próprio Curso em oferecer atividades de pesquisa e extensão articuladas com as experiências de sala de aula. Na verdade esta mensuração parece refletir o descompasso entre atividades de pesquisa, extensão e ensino, com a predominância desta última em detrimento das outras duas.

As atividades de estágio são organizadas pela Pró-Reitoria de Extensão da universidade, que a partir dos convênios firmados com organizações diversas⁴⁷, encaminha as solicitações para a coordenação de curso que procede à divulgação e inscrição para as oportunidades abertas nas empresas⁴⁸. No Curso de Comunicação e na habilitação em RP, o estágio não é contemplado como atividade da formação. No máximo é contabilizado como carga horária flexível.

As atividades de pesquisa no Brasil são protagonizadas por pesquisadores titulados mestres ou doutores e principalmente por estes últimos. Os alunos de graduação podem participar dessas atividades como bolsistas de Iniciação Científica, modalidade de auxílio semestral ou anual concedida por agências de financiamento como o CNPq⁴⁹, em âmbito nacional e a FAPEAL⁵⁰, em nível local, para que os alunos desenvolvam suas atividades. Para toda a UFAL, o número de bolsas de iniciação científica tem girado em torno de 240. Tratando dessa atividade no âmbito da formação em RP temos uma situação pouco confortável. A média anual de envolvimento de alunos de RP em projetos de pesquisa é de 3 alunos, por conta do baixo número de apresentação de projetos pelos professores

⁴⁷ São registradas 728 empresas conveniadas com a Universidade Federal de Alagoas (Relação dos Órgãos Conveniados com a UFAL para fins de concessão de estágios - Empresas/Escritórios - Universidade Federal de Alagoas - Pró-Reitoria Estudantil - Coordenadoria dos Programas de Monitoria e Estágio).

⁴⁸ No Termo de Compromisso de Estágio consta como cláusula primeira que “o estagiário cumprirá rigorosamente as atividades programadas no estágio concedido, segundo planejamento, coordenação, acompanhamento e avaliação a cargo da instituição de ensino”.

⁴⁹ Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico.

⁵⁰ Fundação de Amparo a Pesquisa do Estado de Alagoas.

do DECOS. Para se ter uma idéia, apenas um grupo de pesquisa do DECOS é cadastrado no Diretório dos Grupos de Pesquisa no Brasil do CNPq, com o nome de Comunicação e Significação⁵¹. Nenhum dos 11 pesquisadores integrantes do Grupo é profissional da área de RP e dos 18 estudantes envolvidos em projetos apenas 3 cursam a habilitação.

A cultura de desenvolvimento de atividades de extensão parece ser, como a pesquisa, condição incipiente para os alunos de relações públicas, embora tenhamos registrados mais envolvimento neste campo do que no da pesquisa⁵². Isto pode se dar pelo fato de ser muito abrangente a natureza, os tipos e formatos das atividades rotuladas de extensão⁵³.

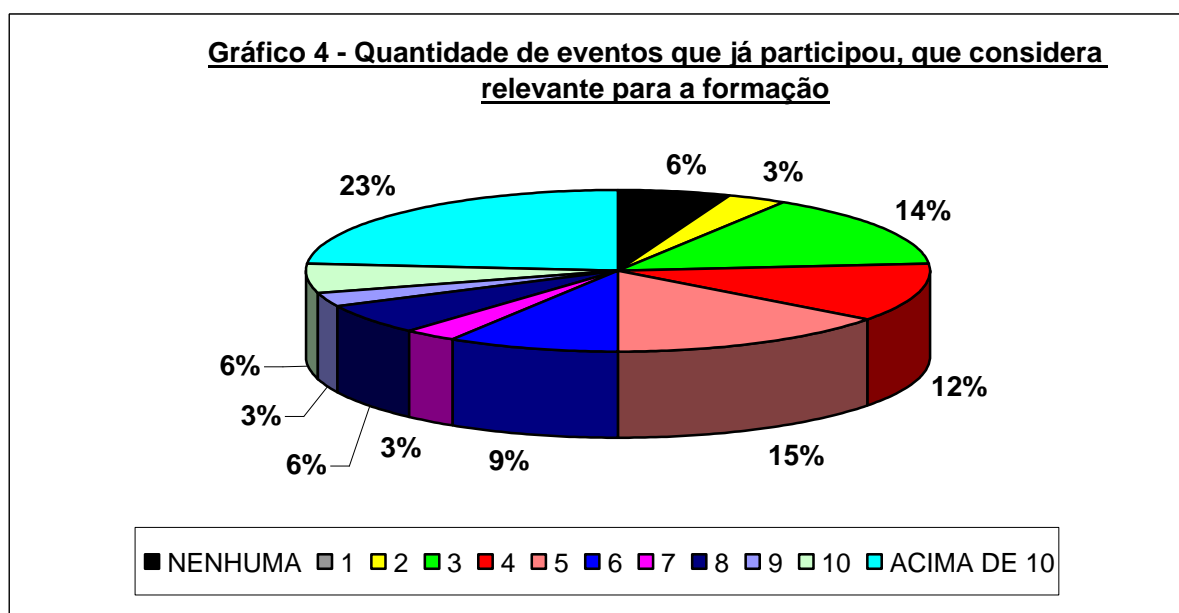
Mas a formação do Relações Públicas, como qualquer outra de nível superior parece considerar, pelo menos na dimensão subjetiva, experiências e

⁵¹ Para o Grupo Comunicação e Significação parece convergir as atividades de pesquisa e pós-graduação no Departamento de Comunicação Social da UFAL. No diretório do CNPq, no item Repercussões do trabalho do Grupo consta: “1. Possibilitou a criação do Núcleo de Estudos e Pesquisa em Comunicação do Departamento de Comunicação da Universidade Federal de Alagoas; 2. Estimulou a realização do I Curso de Especialização em Comunicação e Cultura, em 1995/96. 3. Realizou o II Curso de Especialização em Comunicação e Cultura em 1997/1998, com recomendação da Capes e recursos da Fapeal; 4. Uma professora do Departamento de Letras Clássicas Vernaculas e quatro professores do Departamento de Comunicação Social da UFAL concluíram teses de doutorado em Comunicação e Semiótica na PUC/SP; 5. Viabilizou a publicação da Revista do Núcleo de Estudos e Pesquisa em Comunicação-NEPEC; 6. Possibilitou a criação da linha de pesquisa Processos de Intersemiose em Literatura Brasileira no Programa de Pós-Graduação em Letras/UFAL. 7. Um professor do Departamento de Comunicação Social realizou pesquisa de pós-doutoramento sobre Novas Tecnologias, em Barcelona, Espanha; 8. O grupo realizou o VI Encontro de Pesquisadores em Comunicação da Região Nordeste-SIPEC/INTERCOM, em Alagoas, de 25 a 27 de outubro de 2001. 9. Promoveu o I Seminário de Pesquisa e Extensão do Departamento de Comunicação Social/SEPECOM da UFAL, que aconteceu nos dias 3 a 5 de agosto de 2004. (Informações extraídas da página <http://lattes.cnpq.br/buscaoperacional/detalhegrupo>).

⁵² O Relatório Técnico “Programas de Extensão no Curso de Comunicação” de 2005, registra 31 atividades de extensão desenvolvidas no Curso de Comunicação Social, no período 2002-2005.

⁵³ A definição de Extensão elaborada pelo Fórum de Pró-Reitores de Extensão das Universidades Públicas Brasileiras Extensão Universitária é de um ‘processo educativo, cultural e científico que articula o Ensino e a Pesquisa de forma indissociável e viabiliza a relação transformadora entre Universidade e Sociedade. A Extensão é uma via de mão-dupla, com trânsito assegurado à comunidade acadêmica, que encontrará, na sociedade, a oportunidade de elaboração da praxis de um conhecimento acadêmico. No retorno à Universidade, docentes e discentes trarão um aprendizado que, submetido à reflexão teórica, será acrescido àquele conhecimento. Esse fluxo, que estabelece a troca de saberes sistematizados, acadêmico e popular, terá como conseqüências a produção do conhecimento resultante do confronto com a realidade brasileira e regional. (Plano Nacional de Extensão Universitária - Edição Atualizada, Brasil, 2000/2001 - Informações extraídas da página <https://www.ufal.br/sites/proex/institucional/plano>).

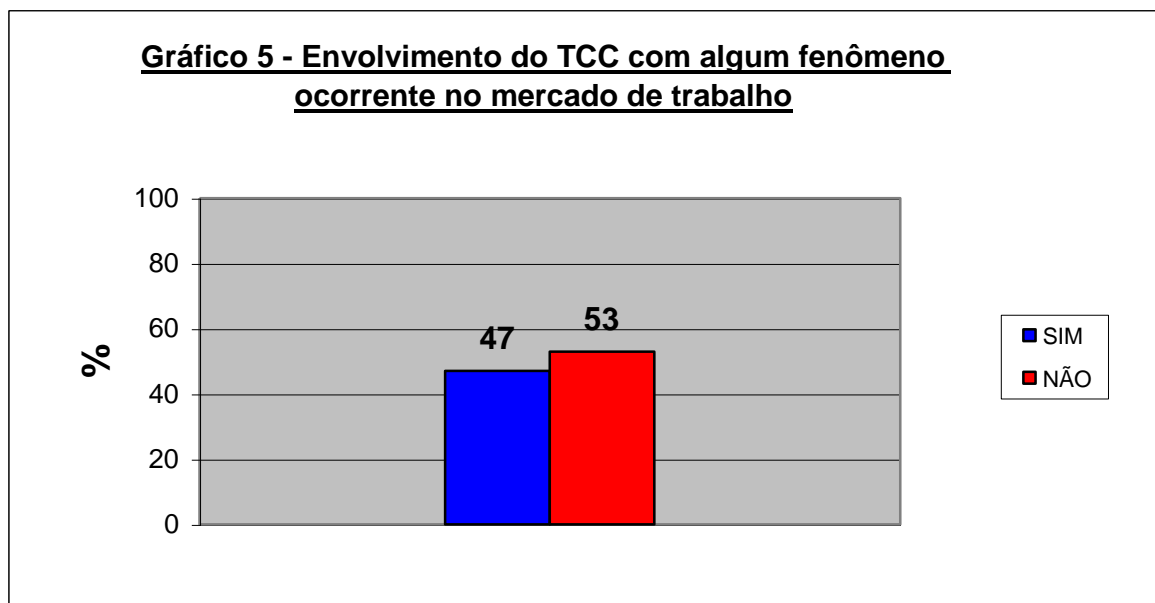
situações de aprendizagem diferenciadas da organização disciplinar. E neste aspecto os protagonistas do processo, os próprios alunos, parecem ter ido em busca de tais experiências, como vemos no gráfico a seguir:



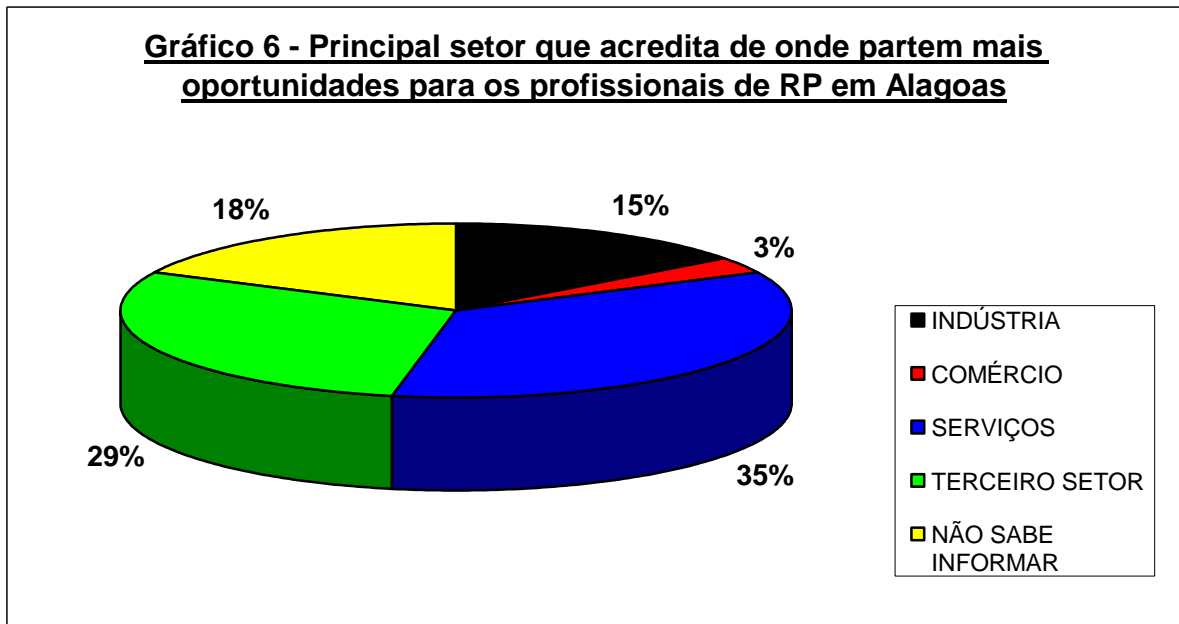
A partir destes resultados é importante destacar que na maioria os alunos participaram de 3, 4, 5 e 6 eventos considerados relevantes. Se considerarmos os 4 anos de curso percebemos que a média por ano tem sido baixa. E este aspecto pode ser relacionado à própria fragilidade do campo da comunicação organizacional em Alagoas, assim como da própria movimentação cultural no âmbito das entidades associativas de RP, que no passado atuavam de forma distinta.

Tratar de formação superior e de currículo como dissemos prevê a consideração de múltiplos fatores que interfere ou que são produto dos processos educativos. Como vimos no capítulo anterior o trabalho de conclusão de curso (TCC) é um aspecto que precisa ser mais observado, no sentido de revelar alguns indícios que possam mapear a formação em questão. No instrumento lançado aos alunos

tentamos registrar quantos relacionam seu trabalho final a processos que ocorrem no mercado de trabalho e o resultado foi o seguinte:

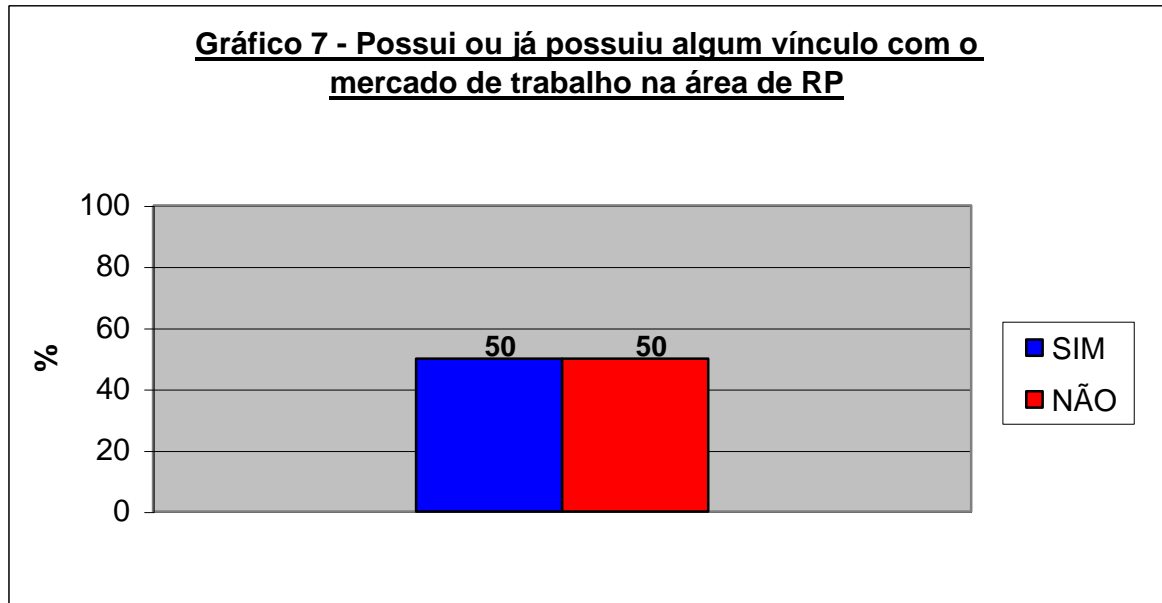


Os dados indicam que a maioria do corpo docente concluinte não aproveita a prática de desenvolvimento de TCC para estabelecer interfaces com o mundo do trabalho. Temos que reconhecer que uma fração considerável desses alunos busca essa aproximação. Além da situação do estágio não ser obrigatório para a formação, muitos alunos não aproveitam a ocasião do TCC para promover elos entre os conhecimentos organizados em disciplinas e as demandas do mundo do trabalho. Por outro lado, esses sujeitos não se privam de indicar onde enxergam mais oportunidades para atuação profissional.



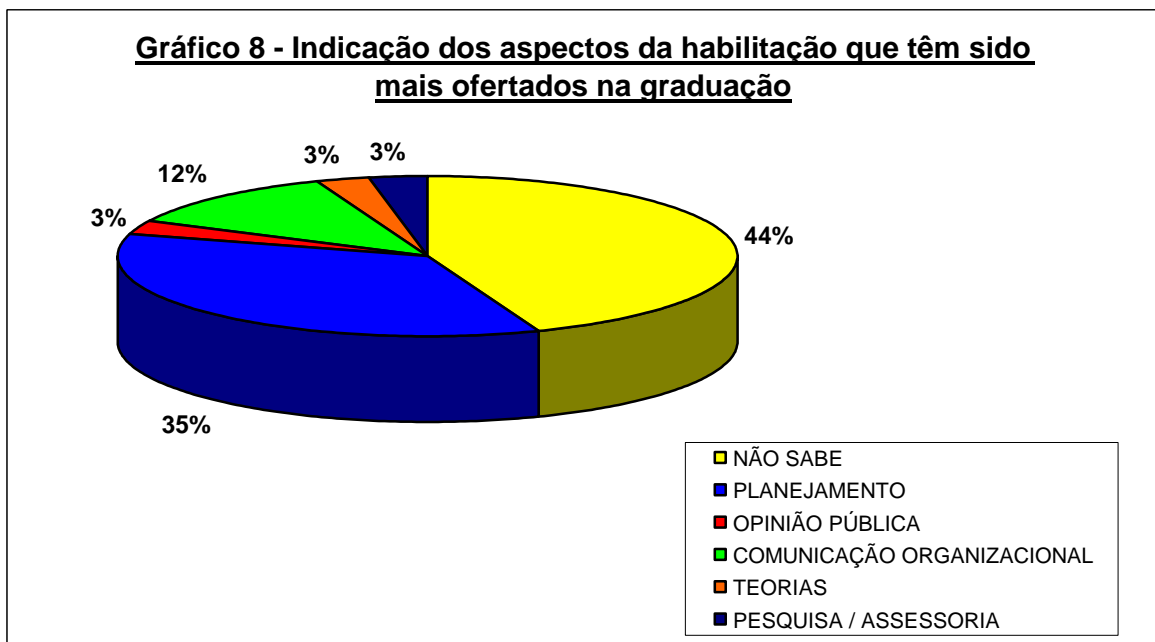
Parece que o espaço da prestação de serviços chama atenção dos concluintes, seguido do Terceiro Setor e da indústria. Neste mapeamento é fundamental considerar os 18% que não souberam informar. Isto pode sinalizar uma certa fragilidade da visão dos alunos sobre o mundo do trabalho. Cabe-nos refletir se não seria conveniente ampliar ou até direcionar os conhecimentos de economia para que os alunos possam vislumbrar possibilidades de atuação profissional.

Por outro lado, esta interface entre as experiências educativas e o mundo do trabalho parece ser para a metade dos concluintes pesquisados uma situação real. A outra metade não teve experiências de trabalhos no campo das Relações Públicas.



Duas questões podem emergir desse fenômeno. De um lado as propostas curriculares futuras devem considerar que o sujeito em formação é um aluno trabalhador, principalmente o aluno do turno da noite. Outra questão para reflexão na próxima proposta curricular é que se o aluno não tem experiências do mundo do trabalho, em geral, ou da área da comunicação, como a Universidade poderia oferecer experiências que minimizassem o trauma da conclusão do Curso, do ingresso no mercado de trabalho. Seja qual for a experiência no mundo do trabalho parece que a Universidade dá pouca importância a isso. Não organiza seu conhecimento também em função disso, o que amplia a sensação de que a Universidade e o mercado são dois mundos completamente diferentes. Talvez se considerarmos o aluno um sujeito em desenvolvimento e nesse processo o mundo do trabalho como uma instância importante, poderíamos lançar luzes sobre a realidade social e desenvolver um sujeito com maior possibilidade de intervenção.

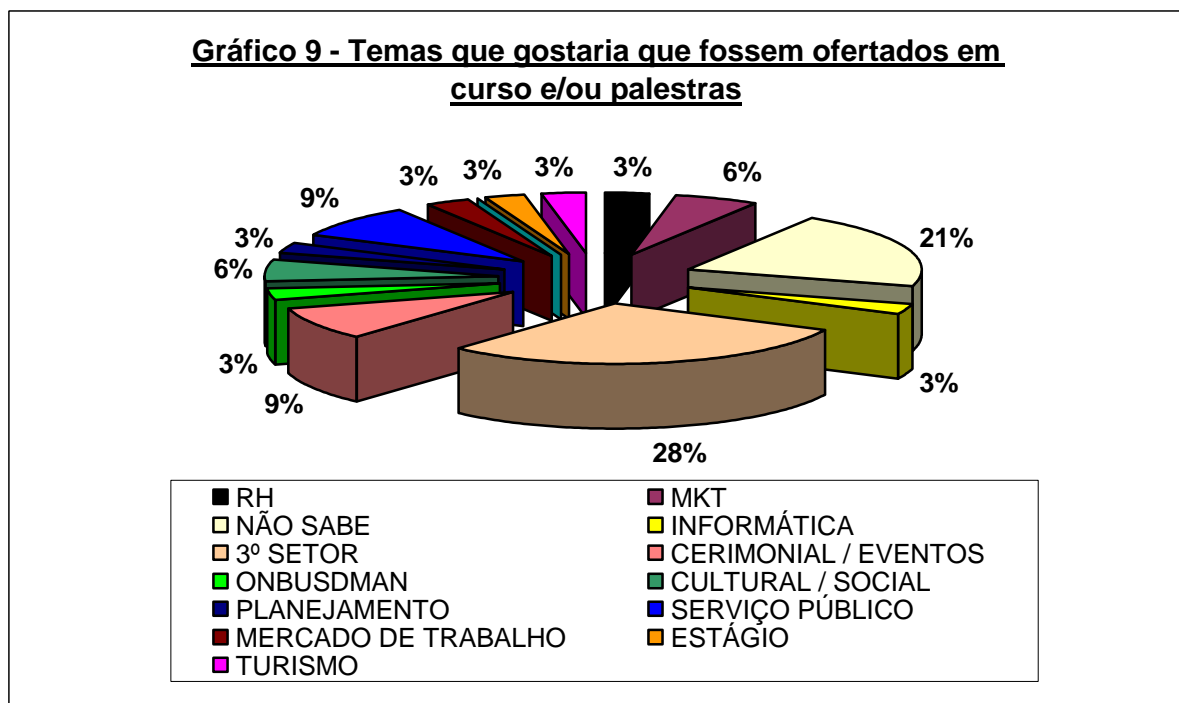
Após buscarmos o registro da visão e das experiências que tangenciam as práticas curriculares e que indicam visões e práticas do mundo do trabalho, formulamos questão aberta onde o concluinte registrou quais conhecimentos ou temas foram mais presentes na sua formação. Agrupamos as respostas e o resultados apresentamos a seguir:



É surpreendente verificar que a maioria do alunado não tem uma imagem formada sobre o conhecimento que mais esteve presente em sua formação. A segunda resposta mais enfatizada, o planejamento, parece coincidir com os levantamentos dos trabalhos de conclusão de curso que indicam a maior frequência desse componente curricular. Uma fatia considerável dos alunos apontou o tema comunicação organizacional como presente em sua formação. Podemos estabelecer mais relações entre estes dados e os coletados nos TCCs. É perceptível o descompasso entre o conhecimento utilizado no último momento de formação (no TCC) e as temáticas apontadas pelos alunos. Observamos como foi pouco

reconhecida a presença dos temas pesquisa, assessoria e não foi mencionado o tema marketing, o qual na pesquisa dos TCCs aponta como terceiro tema em ocorrência. O que isso significa? Longe de termos uma resposta definitiva, e ressaltando que a questão buscou algumas imagens residuais do Curso, o que podem revelar em certa medida sua identidade, o fato é que a maior parte não conseguiu atribuir uma representação para a formação.

Se conseguimos o registro do que mais tinha sido freqüente na formação daqueles sujeitos caberia saber quais conhecimentos foram pouco explorados ou ofertados durante o Curso. E a forma que encontramos para colher essa informação foi perguntando quais temas gostaria que fossem ofertados em cursos ou palestras, o que pode representar as maiores carências ou lacunas na formação.



Novamente foi expressivo o percentual de alunos que respondeu não saber. Em pesquisas dessa natureza é possível que os sujeitos informantes estejam desmotivados para responder, porém, como eles responderam a maioria das questões, preferimos achar que esta dimensão da identidade do curso, para eles não está sedimentada. Parece difícil encontrar representações do que passou. Mas se os alunos reconheceram o Terceiro Setor como o segundo espaço de atuação profissional, não mencionaram como aspecto ofertado no curso e indicam como o tema que mais gostaria que estivesse presente em cursos, temos aí uma lacuna e um componente curricular a ser mais explorado.

No campo da Educação currículo forma, conforma, produz sujeitos. Após termos feito uma retrospectiva para visualizar o desenvolvimento do campo das RPs, de caracterizar o perfil da formação e de apresentar as representações sobre ela, cabe-nos analisar a organização curricular de 1996, por estar em vigência até os nossos dias, e oferecer elementos que possam contribuir com a concepção de um currículo novo, no sentido de assumir os desafios que se colocam para este campo do conhecimento humano.

CAPÍTULO IV

O currículo de Relações Públicas como um campo de possibilidades

A compreensão que temos de currículo é a de um conjunto de experiências da escola que afetam em alguma medida o processo de formação do sujeito. Vivemos no limiar entre uma educação conservadora, que trabalha no sentido da manutenção da ordem vigente e reforça as desigualdades e uma educação progressista que visa romper com o estado de coisas estabelecido.

As instituições escolares abrigam em maior ou menor intensidade os dois paradigmas e precisam reconhecer o caráter dialético do currículo. Este seria um lugar de confronto de saberes, onde se privilegiaria conhecimentos em detrimento de outros. O objetivo deste capítulo é discutir o projeto pedagógico de formação do profissional de RP de 1996, como materialização do currículo e oferecer pistas para seu aperfeiçoamento e quiçá superação. Num primeiro momento trazemos uma síntese da trajetória dos currículos na área de comunicação. Na seqüência, descreveremos como está organizada a proposta de formação do profissional de relações públicas na UFAL e em seguida discutiremos algumas matrizes que deverão ser consideradas numa reflexão sobre currículo do RP.

4.1. A trajetória dos currículos na área de Comunicação

Desde sua origem, a formação dos profissionais de Comunicação Social pauta-se pelos princípios vigorantes na nossa estrutura universitária, refletindo seus modelos institucionais, e assimilando suas contradições pedagógicas.

Como em todos os campos do saber institucionalizado pela organização universitária, o Estado Brasileiro sempre orquestrou o ensino superior no campo da Comunicação. A partir de 1962, os cursos de Comunicação Social passaram por cinco currículos. Somente a partir do segundo currículo mínimo, instituído pelo Parecer nº 631/69 aparecem as relações públicas como habilitação do Curso de Comunicação Social, assim como jornalismo e publicidade.

O primeiro currículo mínimo para cursos de Comunicação Social veio através do Parecer nº 323/62, que apontava a tendência para formar profissionais da imprensa, do rádio e da televisão considerando que “sua originalidade, sua especificidade estaria na própria generalidade” Moura, (2002a, p. 83). Este currículo inaugurou uma estrutura modular recorrente em toda a legislação (pareceres e resoluções) que divide o curso em duas fases, uma etapa de fundamentação teórica e outra etapa que oferece matérias de caráter profissionalizante. Esse primeiro currículo determinou a duração mínima do curso de Jornalismo, sem especificar sua carga horária mínima e sua duração máxima.

O segundo currículo mínimo apareceu como reformulação do curso de Jornalismo, através do Parecer nº 984/65. Teve como protagonista o CIESPAL, mantido pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura – UNESCO. No Parecer,

O conceito de jornalismo ganhou maior ampliação, compreendendo todas as modalidades de transmissão de notícias: jornalismo diário, jornalismo tercio, jornalismo ilustrado, jornalismo radiofônico, jornalismo televisionado, jornalismo cinematográfico, jornalismo publicitário, e relações públicas. A todos esses ramos são comuns os estudos do fenômeno jornalístico, bem como os conhecimentos gerais, variando a intensidade de cada técnica particular, decorrentes todas de uma teoria geral da informação. A profissão não comporta cursos diversificados, pois as ofertas de trabalho levam os jornalistas que a freqüentar mais de um setor. Recomendável, pois, é a formação de jornalista polivalente, cuja especialização seria

complementada mediante cursos pós-graduados (Moura, 2002a, p. 84).

Este currículo ampliou para quatro anos a duração mínima do Curso, determinou uma carga horária mínima de 2.700 horas-aula e não estipulou duração máxima. A partir do Parecer nº 631/ de 69 que culminou na Resolução nº 11/69 estabeleceu-se o terceiro currículo que já permitia a organização do Curso por habilitação específica ou ainda para a habilitação polivalente. Dessa forma este currículo mínimo possuía o tronco comum a todas as áreas, e o estudo de áreas específicas diversificadas que são as habilitações. Esta terceira organização do curso de Comunicação Social previa concomitantemente à habilitação polivalente, a habilitação em Jornalismo, em Relações Públicas, em Publicidade e Propaganda e em Editoração. A duração mínima foi estabelecida em três anos letivos, com carga horária mínima de 2.200 horas-aula, a ser cumprida em no máximo seis anos letivos. Este composto curricular trouxe problemas de natureza jurídica pelo fato de legitimar a formação do profissional polivalente, quando a legislação que regulamenta as profissões exigia requisitos específicos para o exercício das atividades de relações públicas, de jornalismo e outras.

O quarto currículo mínimo fixado pela Resolução nº 03/78 estabelece cinco habilitações para o curso de Comunicação Social: Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas, Rádio e Televisão, e Cinematografia, extinguindo a habilitação polivalente. Apresenta as ementas das matérias, discriminado o tipo de conteúdo programático, e indica as exigências de instalações e equipamentos para a formação nas habilitações.

Considerando que estamos fazendo este resgate para situar a posição das relações públicas no contexto da formação em comunicação social é importante

destacarmos que antes do estabelecimento do quarto currículo mínimo, o Parecer nº 02/78 apresentou uma solicitação do CONFERP (Conselho Federal dos Profissionais de Relações Públicas) de transferência dessa habilitação do curso de Comunicação Social para o de Administração. A proposta foi recusada alegando-se diversidade nos campos de ação das atividades e manifestação favorável da classe a permanência da área como uma das cinco habilitações da Comunicação. A respeito desta controvérsia Andrade (1983) registra que:

A aprovação da resolução nº 03/78 pelo conselho federal educação, fixando o currículo mínimo de comunicação social, permitiu que a questão administração ou comunicação no ensino de relações-públicas (**sic**) de certa forma fosse superada. Embora as relações públicas continuassem em comunicação social, as matérias natureza profissional previstas abriam campo para o ensino de disciplinas da área de administração, o que foi feito por várias escolas.

A carga horária mínima para a formação completa se manteve em 2.200 horas-aula, que deveria ser cumprida em três anos letivos, no mínimo, e seis anos letivos, no máximo. Em 1980, o Conselho Federal de Educação (CFE) criou uma comissão especial para estudo do Curso de Comunicação Social para a reelaboração do quinto currículo, constituída por professores, empresários representantes de entidades de classe e estudantes, que culminou na Resolução nº 02/84 que fixou o quinto currículo mínimo para formação de profissionais de jornalismo, de relações públicas, publicidade e propaganda, produção editorial, radialismo e cinema. Faz referência à organização modular do curso e estabelece exigências de infra-estrutura. Define uma carga horária mínima de 2.700 horas aula a ser cumprida em quatro anos letivos, no mínimo, e sete anos letivos, no máximo.

4. 2. A Organização da formação em RP na UFAL

Foi sobre aquele último currículo mínimo que a proposta de formação em Relações Públicas foi estabelecida em 1996. Elaborado para adaptar a Resolução 02/84 ao regime seriado, que a UFAL adotou em 1995, o documento tem como pressupostos:

a) A preocupação em atender as novas demandas, técnico-teóricas e ético políticas provenientes dos processos de mudanças societárias, tecnológicas e mediáticas da contemporaneidade. b) Avaliação crítica do papel da universidade e dos pressupostos de neutralidade curricular representado pelo fenômeno do “currículo oculto”, no sentido de dimensionar de forma pertinente a participação da universidade nos processos acima descritos de transformação do social. (DECOS, 1996, p.9)

A estes dois pontos o documento acrescenta uma perspectiva epistemológica quando propõe

c) Refletir criticamente a redução dicotomizada do sujeito e objeto, que instaura, ora uma visão positivista, de predominância do objeto sobre o sujeito, ora idealista, com a predominância do sujeito sobre o objeto, buscando contemplar a interação entre sujeito e objeto ou, em outras palavras entre subjetividade e objetividade, e conseqüentemente entre a teoria e a prática. (DECOS, 1996, p.9)

A última matriz orientadora da proposta de formação diz respeito a “dinamização do currículo, buscando atingir os pressupostos conceptuais descritos, através da experimentação como forma de desvelamento permanente do conhecimento e, portanto, interação entre teoria e a prática realizada na forma de laboratórios.” (UFAL/DECOS, 1996, p.9)

Curioso é perceber como a questão da experimentação e do laboratório permeou as concepções de formação, tanto do profissional de RP quanto

do jornalista no último projeto consubstanciado. E especialmente a área de relações públicas foi muito influenciada pelo formato laboratorial. Após apresentar alguns marcos como a adequação do ementário à realidade do social, a visão de que a universidade é o próprio social, a reafirmação da indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão e o reconhecimento da emergência das tecnologias contemporâneas o documento apresenta:

Diante dessa realidade globalizante, apresentamos uma estrutura curricular que contém uma base em humanidades e uma concentração técnica, teórica e tecnológica nos laboratórios de relações públicas. (UFAL/DECOS, p.13)

O perfil do profissional de RP foi tangenciado pelas reflexões do professor Roberdo Porto Simões. O Projeto Pedagógico de 1996 cita o que o Professor estabeleceu para a formação do perfil profissional em sua tese de doutorado:

Informações sobre as teorias de relações públicas, de política, de administração e de comunicação [...] Informações das demais ciências sociais [...]; informações e práticas sobre os métodos de pesquisa pura e aplicada [...] Teoria e prática das técnicas de comunicação (contemporânea) mais usuais. Métodos e técnicas de planejamento [...]. Prática de Administração de um órgão de relações públicas [...] Prática, controle e avaliação da aprendizagem [...] Debate sobre a contribuição que a atividade poderia dar segundo a ótica da Ética e da Estética.

Àqueles pontos levantados pelo Dr. Simões foram acrescentados:

Informações sobre a Cultura Organizacional, para que sejam compreendidos as contradições e os conflitos face Às diferenças e às variáveis culturais; b) Interpretar as tendências de globalização da Economia e suas inter-relações com o ambiente organizacional, e em especial o fenômeno mundial da opinião pública. C) assimilar as tendências de estudos inter, pluri, multi e transdisciplinar, para fortalecer sua função política perante a organização e seus públicos. D) interpretar os novos paradigmas da comunicação e suas inter-relações com a crise da modernidade.

Como mencionamos, a proposta pedagógica de 1996 dá ênfase à prática laboratorial, caracterizando algumas disciplinas, as que trabalham conhecimentos específicos da profissionalização, como laboratórios. A leitura do projeto pode até induzir à compreensão de que apenas a partir dos laboratórios seria possível desenvolver a concepção a que chegaram seus autores. Essas disciplinas laboratórios estariam organizadas em dois módulos, onde estariam contidos dois semestres. Supomos que além do “que” ensinar, proposto com base na sugestão do professor Simões, o documento indica as disciplinas laboratoriais em módulos representando o “como”. Sobre este aspecto da operacionalização o documento faz menção à agência experimental para onde:

Todas as disciplinas, tanto teóricas como laboratoriais, direcionam suas potencialidades para a agência experimental, onde as atividades de planejamento, organização e execução de todas as ações que lhe são peculiares se solidificam e se prestam às solicitações do mercado.

A agência visaria “integrar os conhecimentos teórico-práticos para criar e produzir planos, programas e projetos de relações públicas” e estaria condicionada a “pessoal, laboratórios e equipamentos em pleno funcionamento ou pelo menos às condições mínimas para produzir do desejável”. Esse desejável foi anunciado como as atividades ou serviços prestados pela agência:

Treinamento sobre ética na empresa, no tocante à comunicação; cursos de cerimonial e organização de eventos; pesquisa institucional; produção de peças institucionais; produção de jornal de empresa; assessoria e/ou consultoria nas organizações públicas ou privadas; plano de comunicação empresarial; produção de vídeo institucional; palestras, painéis, conferências etc; pesquisa de opinião pública e demais ligadas à área, etc.

Como pudemos perceber a agência experimental foi concebida no projeto de 1996. De lá para cá não se tem registro de atividades desenvolvida por essa instância do Curso. Quanto a sua gestão, não foi feita nenhuma referência, limitando-se a citar a FUNDEPES⁵⁴ como o órgão responsável pelas questões jurídicas, comerciais e financeiras.

Como os equipamentos dos laboratórios de relações públicas nunca foram instalados e como a agência experimental também não se materializou, a formação em relações públicas foi concentrada em disciplinas que apresentaremos por ano de oferta, pela caracterização da disciplina e pelas ementas extraídas do projeto pedagógico de 1996 e dos programas de disciplinas acessados na Coordenação do Curso, que nos oferecem um retrato do quanto evoluíram as disciplinas do Curso ao longo desses nove anos.

Disciplina/ Carga Horária	Caracterização	Ementa do projeto de 1996	Ementa do programa de disciplina acessado na Coordenação do Curso
Teoria da Comunicação CH: 180	Disciplina do tronco comum ofertada pelo Departamento de Comunicação Social	A questão do objeto da comunicação. A crise do paradigma científico e suas determinações sobre o estudo contemporâneo da comunicação. Conceito de teoria, ciência e domínio ou campo de atividade. A problemática da transdisciplinaridade. A diversidade das correntes teóricas: panorama, realidade institucional e pesquisas. Informações históricas, processos de comunicação e seu inter-relacionamento, com ênfase na contemporaneidade. A sociedade pós-moderna e seus modos de produção do real.	Procurar mostrar a importância dos estudos lingüísticos e filosóficos para a leitura dos fenômenos da comunicação. A relação entre a lingüística e a semiologia. A semiótica. As linguagens e a realidade cultural brasileira.
Antropologia Cultural CH: 60	Disciplina do tronco comum ofertada pelo Departamento de Ciências Sociais	Teorias antropológicas. Sistema de representação e sistemas simbólicos da realidade brasileira.	Teorias antropológicas. Sistema de representação e sistemas simbólicos da realidade brasileira.
Psicologia Geral e da Comunicação CH: 120	Disciplina do tronco comum ofertada pelo Departamento de Psicologia	Teorias psicológicas. Elementos e conceitos de psicologia, susceptíveis de aplicação no campo da comunicação. Abordagem psicológica da problemática da comunicação humana.	Teorias psicológicas. Elementos e conceitos de psicologia susceptíveis de aplicação no campo da comunicação. Problemática da comunicação humana. Análise das questões sociais e culturais que influencia o comportamento humano.

⁵⁴ A Fundação Universitária de Desenvolvimento de Extensão e Pesquisa é uma entidade de direito privado, sem fins lucrativos, com personalidade jurídica própria, com sede e foro na cidade de Maceió, Estado de Alagoas. Tem como Instituições criadoras a Universidade Federal de Alagoas, Federação das Indústrias do Estado de Alagoas, Federação da Agricultura do Estado de Alagoas e Federação do Comércio do Estado de Alagoas. Está credenciada junto ao Ministério da Educação e Ministério da Ciência e Tecnologia, nos termos da Lei nº 8.958 de 20 de dezembro de 1994, podendo firmar convênios e/ou contrato com pessoas públicas e/ou privadas. Informações disponíveis no site <http://www.fundepes.br>

Sociologia Geral e da Comunicação CH: 120	Disciplina do tronco comum ofertada pelo Departamento de Ciências Sociais	Sociologia: campo e natureza de abordagem. Teorias sociológicas. Elementos da análise sociológica. Estrutura, ação, estratificação, classes e mudanças sociais. Ideologia, hegemonia, cultura e civilização. Teorias sociais da comunicação. O impacto social das novas tecnologias de comunicação. Surgimento e características das mídias no Brasil. Modernidade e Pós-modernidade	Teorias sociológicas. Elementos para análise científica da sociedade – estrutura social, classes sociais, instituições e mudança social. Sociologia geral e da comunicação.
Filosofia CH: 120	Disciplina do tronco comum ofertada pelo Departamento de Filosofia	Análise dos grandes sistemas de idéias, com ênfase nas principais correntes de pensamento contemporâneo. Filosofia e ciência. A crise da racionalidade e suas determinações sobre os paradigmas do conhecimento científico. Filosofia e estética	Identificando a filosofia como o trabalho do conceito, introduzir a filosofia a partir da gênese do pensamento - do mítico ao racional. A filosofia como explicação da realidade, apontando para os grandes problemas filosóficos - o problema da vida, assim como o desenvolvimento da filosofia na história, como o aparecimento de problemas e disciplinas filosóficas. O lugar da filosofia na atual sociedade.
Língua Portuguesa CH: 180	Disciplina do tronco comum ofertada pelo Departamento de Línguas Clássicas e Vernáculas	Leitura obrigatória de textos da literatura nacional. Produção e interpretação de textos em língua portuguesa. Correção gramatical de textos e sua adequação à estilística dos meios de comunicação de massa. O original datilografado: normas para apresentação de originais.	Experiência de leitura e de expressão escrita com diversos tipos de textos, fundamentadas na noção de texto como unidade básica significativa.

QUADRO XVI – Disciplinas ofertadas no 1º ano do Curso

As disciplinas do primeiro ano são as mesmas para as habilitações em RP e jornalismo, o que adia por um ano o contato dos estudantes com disciplinas específicas da formação profissional e geram uma certa frustração nos alunos pela não aproximação com conhecimentos específicos da formação que escolheram. É uma organização pautada nos currículos mínimos que estabelecia o tronco comum para as habilitações da Comunicação Social e que repercutem nas diretrizes de 2001 do MEC. No primeiro ano, das seis disciplinas, apenas uma é ofertada pelo Departamento de Comunicação Social. As demais são ofertadas por outros departamentos do Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, a qual pertence o DECOS. Acreditamos que no cotidiano os alunos recém chegados não têm uma aproximação efetiva com o campo da Comunicação Social ou com a profissão que escolheram. A recepção dos alunos é organizada por iniciativa dos discentes⁵⁵, o que demonstra por um lado certo espírito de envolvimento dos alunos e por outro

⁵⁵ Registre-se que além de ter assumido a responsabilidade da chamada Semana dos Feras, os alunos têm demonstrado iniciativas que buscam preencher algumas lacunas da formação. Como exemplo desses esforços podemos citar a promoção em 2004 e 2005 do Ciclo de Palestras sobre Relações Públicas, certificado pela Pró-

lado a revelia das instâncias do Curso e do Departamento para com um momento crucial da vida dos sujeitos provenientes do ensino médio. No que se refere às disciplinas ofertadas no primeiro ano algumas questões emergem. É possível refletir sobre o papel da disciplina Teoria da Comunicação na formação em RP. Essa inquietação está respaldada na fala de um dos docentes:

A outra preocupação é a disciplina Teoria de comunicação. Dizem que fazem adaptações para as habilitações, mas me parece que pelos relatos se destaca uma teoria da comunicação para a prática do jornalismo. Onde está a teoria da comunicação organizacional? A amarração de teoria da comunicação deveria contemplar melhor as habilitações no segundo semestre. Eu não vejo como se formar bem em RP sem se ter uma passagem pela teoria da Administração. Com certeza as escolas de administração tem que ser bem colocadas para os alunos. Não há como fugir desses paradigmas.

A impressão que o docente manifestou parece ter evoluído da proposta de 1996 para a ementa atual acessada na Coordenação do Curso. E os questionamentos se estendem pelo bloco de disciplinas de base humanística. É possível o redesenho das disciplinas em função de uma formação específica. O quanto a Antropologia, a Psicologia, a Sociologia, a Filosofia e a Língua Portuguesa podem contribuir com a formação do sujeito parecem questões das mais complexas, e nos remetem aos primórdios da organização curricular em nível superior. Todas as propostas de formação, em todas as áreas, antes das Diretrizes de 2001 eram montadas a partir desse modelo polarizado humanístico – técnico. Caberia pensar se estas disciplinas são indispensáveis, se devem aparecer nos primeiros momentos

da formação, se suas cargas horárias são adequadas e ainda e principalmente, onde se colocam no mosaico da formação do profissional de RP.

Um exercício de reflexão poderá tomar a disciplina Língua Portuguesa, no sentido de se questionar se deve apenas constar nos períodos iniciais ou ser um conhecimento recorrente durante a formação. Experiências de contato com as produções dos alunos nos TCCs demonstram que a habilidade de escrever é um ponto crítico na formação do profissional.

Consideramos importantes os conhecimentos das disciplinas clássicas, por sedimentarem conceitos e categorias indispensáveis para a compreensão da realidade. No entanto, a forma como são ofertados em disciplinas estanques merece ser repensada. A maioria dos conhecimentos do primeiro ano de curso e alguns do segundo e terceiro anos são ofertados por outros departamentos, o que traz à tona a questão interdisciplinar. Essa dimensão, entendida como a interdependência entre os vários campos de conhecimento sugere que as ementas, o programa e a bibliografia dos componentes curriculares sejam discutidos e construídos com a participação de profissionais dos diversos campos do saber, pois é mais seguro que um filósofo, após compreender a função social do profissional de RP, ofereça um conhecimento adequado à formação desse profissional, do que a Filosofia ser concebida no seio da Comunicação, ou ainda transplantada de outros programas de formação.

Percebemos a partir do quadro XVI que todas as disciplinas do 1º ano de curso já se modificaram, o que reforça a tese de que o currículo é um processo em constante construção. É possível relacionar essa mutabilidade com as disciplinas da formação humanística e com as disciplinas Língua Portuguesa e Teoria da

Comunicação. Essa característica, como veremos, é menos freqüente nas disciplinas profissionalizantes.

No segundo ano os alunos entram em contato com mais disciplinas do campo da Comunicação Social, e com disciplinas da formação específica. Ainda são desenvolvidos conteúdos de outras disciplinas do campo das Ciências Sociais como apresentamos no quadro a seguir:

Disciplina/ Carga Horária	Caracterização	Ementa do projeto de 1996	Ementa do programa de disciplina acessada na Coordenação do Curso
Comunicação Comparada CH: 60 h/a	Disciplina do tronco comum ofertada pelo Departamento de Comunicação Social	Processos sociais e processo de comunicação. Condições de produção e consumo de mensagens. As políticas que determinam e condicionam o processo de informação. As diversas formas de controle da informação.	Processos sociais e processo de comunicação. Condições de produção e consumo de mensagens. As políticas que determinam e condicionam o processo de informação. As diversas formas de controle da informação.
Teoria e técnicas de Relações Públicas CH: 120 h/a	Disciplina da área específica de RP ofertada pelo Departamento de Comunicação Social	Definição operacional de RR.PP. Psicossociologia das RR.PP. O processo de RR.PP. Aplicação das técnicas de RR.PP. Tendências contemporâneas das práticas contemporâneas na sociedade (sic). Relação com diferentes públicos. Público interno, externo e misto. Elementos para análise teórico-política da atividade de RR.PP. Administração da Controvérsia pública. Relações Públicas e a interdisciplinaridade	Sem informação
Estética e Cultura de Massa CH: 60 h/a	Disciplina do tronco comum ofertada pelo Departamento de Comunicação Social	Fenômenos estéticos e cultura de massa Interpretações estéticas de indústria cultural	Fenômenos estéticos e cultura de massa Interpretações estéticas de indústria cultural
Laboratório de Redação para Relações Públicas I CH: 120 h/a	Disciplina da área específica de RP ofertada pelo Departamento de Comunicação Social	Módulo 1 – Redação em linguagem de relações públicas e de jornalismo - Compreensão e produção de textos de natureza jornalística e de Relações Públicas. Linguagem jornalística em RR.PP. Técnicas de redação em RRPP. Estrutura de textos para RRPP. Produção de textos específicos na linguagem jornalística. Elaboração de releases, boletins e demais instrumentos de comunicação em RR.PP. Publicação em geral. Assessoria de imprensa. Módulo 2 - Compreensão e produção de textos de natureza técnica, administrativa e científica. Produção de textos técnico-administrativos; correspondências. Mala-direta, relatórios, ensaios e monografia. Documentação	Compreensão e produção de textos de natureza jornalística e de Relações Públicas Linguagem jornalística em RR.PP. Técnicas de redação em RRPP. Estrutura de textos para RRPP. Produção de textos específicos na linguagem jornalística. Elaboração de releases, boletins e demais instrumentos de comunicação em RR.PP. Publicação em geral. Assessoria de imprensa <u>Módulo 2</u> Compreensão e produção de textos de natureza técnica, administrativa e científica Produção de textos técnico-administrativos Correspondências Mala-direta, relatórios, ensaios e monografia Documentação
Laboratório de Comunicação Dirigida e Múltiplos I CH: 120 h/a	Disciplina da área específica de RP ofertada pelo Departamento de Comunicação Social	Módulo 1 – comunicação oral, escrita e audiovisual Compreensão e produção de programas e projetos de natureza oral, escrita e audiovisual. Estudo da oratória contemporânea. Análise da implementação, execução de projetos e produção de textos orais, escritos e audiovisuais, utilizando as técnicas de comunicação dirigida oral (palestra, reunião, telefone, teleconferência). Recursos audiovisuais (projetos de opacos, retroprojektor, gravador, videocassete, fotografia, etc.), com fins institucionais. Noções de diagramação Módulo 2 - Comunicação aproximativa e auxiliar	<u>Módulo 1</u> Comunicação oral, escrita e audiovisual Compreensão e produção de programas e projetos de natureza oral, escrita e audiovisual. Estudo da oratória contemporânea. Análise da implementação, execução de projetos e produção de textos orais, escritos e audiovisuais, utilizando as técnicas de comunicação dirigida oral (palestra, reunião, telefone, teleconferência). Recursos audiovisuais (projetos de opacos, retroprojektor, gravador, videocassete, fotografia, etc.), com fins institucionais. Noções de diagramação

		Análise de técnicas de comunicação dirigida aproximativa e auxiliar. Comunicação dirigida aproximativa, eventos, visitas, cerimonial e protocolo. Compreensão e desenvolvimento de projetos de comunicação dirigida aproximativa auxiliar	Módulo 2 Comunicação aproximativa e auxiliar. Análise de técnicas de comunicação dirigida aproximativa e auxiliar. Comunicação dirigida aproximativa, eventos, visitas, cerimonial e protocolo. Compreensão e desenvolvimento de projetos de comunicação dirigida aproximativa auxiliar
Laboratório Interdisciplinar de Relações Públicas I 120	Disciplina da área específica de RP ofertada pelo Departamento de Comunicação Social	Módulo 1 – Teoria Geral da Administração – Elementos de administração Geral. Estruturas organizacionais. Processos administrativos. Administração orçamentária. Corporação virtual e novos paradigmas. Gestão da Qualidade Total ; Módulo 2 – Assessoria e consultoria de RR.PP. As funções de assessoria, consultoria e coordenação de relações públicas, como atividade de assessoramento à política em geral da organização (social, financeira, administrativa, econômica e mercadológica, etc). Ombusman. Relações Públicas/Relações Humanas no trabalho: endomarketing.	Não consta a ementa no programa da disciplina
Teoria Política 60	Disciplina do tronco comum ofertada pelo Departamento de Ciências Sociais	Teorias políticas contemporâneas. Elementos para análise política: Estado, estrutura de poder e sistemas de governo.	Ciência política – o poder e suas abordagens. O estado capitalista. A ordem liberal. Mudanças das estruturas políticas – revolução e transformação
Economia 60	Disciplina do tronco comum ofertada pelo Departamento de Economia	Teorias econômicas. Elementos para análise econômica: produção, distribuição e controle. Elementos de economia da comunicação. Economia e informação nos Meios de comunicação de Massa.	Fundamentos básicos da ciência econômica. Os problemas econômicos fundamentais. O sistema econômico. Oferta e procura. A moeda e o sistema financeiro. Os agregados macroeconômicos. Inflação. Setor público

QUADRO XVII – Disciplinas ofertadas no 2º ano do Curso

Como percebemos, as disciplinas da área específica de RP foram as que menos se modificaram ao longo de nove anos, o que difere do movimento das disciplinas Economia e Teoria Política que se apresentam diferentes da proposta de 1996. No entanto cabe a reflexão se estas disciplinas não consideram pouco os fenômenos locais. No segundo ano três disciplinas são pré-requisitos para o terceiro ano. Neste período, duas disciplinas integram ainda o chamado tronco comum, e apenas uma delas é ofertada por outro departamento, como mostra o quadro a seguir:

3º ano	Caracterização	Ementa do projeto de 1996	Ementa do programa de disciplina acessado na Coordenação do Curso
Laboratório de Redação para Relações Públicas II CH: 120h/a	Disciplina da área específica de RP ofertada pelo Departamento de Comunicação Social	Módulo 1 – Redação de linguagem para rádio, TV e vídeo – compreensão e produção de textos de natureza radiofônica, televisiva e radiográfica. Produção e edição de textos para mídia eletrônica. Elaboração de roteiros para audiovisuais. Vídeo empresa. Módulo 2 – Redação em Linguagem Publicitária –	Não consta a ementa no programa da disciplina

		Compreensão e produção de texto de natureza publicitária. Elaboração de textos de peças nos meios impressos, radiofônico, televisivo e outros, com especial atenção para propaganda institucional e de causas sociais.	
Laboratório de Pesquisa e Planejamento de RP I CH: 120h/a	Disciplina da área específica de RP ofertada pelo Departamento de Comunicação Social	Módulo 1 – Teoria e pesquisa de opinião pública – Tipos de comportamento coletivo. Multidão e massa. Conceituação de público e de opinião pública. Classificação de públicos para RR.PP. Natureza, formação e conteúdo de opinião pública. Pesquisa de opinião pública: coordenação e planejamento. Pesquisa institucional e outras pesquisas empregadas na área de RR.PP. Globalização e o fenômeno mundial da opinião pública. Planejamento e execução de campanha de opinião pública. Módulo 2 – Trabalhos dirigidos – planejamento e produção de pesquisa	Tipos de comportamento coletivo. Multidão e Massa. Conceituação de público e opinião pública. Classificação de públicos para Relações Públicas. Natureza, formação e conteúdo da opinião pública: coordenação e planejamento. Pesquisa Institucional e outras pesquisas na área de Relações Públicas Planejamento e produção de pesquisas
Laboratório Interdisciplinar de Relações Públicas II CH: 120h/a	Disciplina da área específica de RP ofertada pelo Departamento de Comunicação Social	Módulo 1 - Premissas mercadológicas para RR.PP. Conceito e paradigma atuais de marketing. Mercados, públicos, produtos, trocas tangíveis e intangíveis. RR.PP. e Marketing – integração mútua. Aplicações da lógica mercadológica em setores relacionados diretamente com as RR.PP. (Marketing Social, cultural, esportivo, de eventos, etc.) Marketing político e propaganda política. Módulo 2 - O mix comunicacional. O composto comunicacional com especial atenção para a dimensão do seu espectro e as inter-relações entre seus componentes – a comunicação global. A propaganda (campanha) nos contextos mercadológicos e institucionais. As atuais tendências das comunicações integradas de marketing. A comunicação de marca (de produto e/ou institucional)	Módulo 1 - Premissas mercadológicas para RRPP. Conceito e paradigma atuais de marketing mercados, públicos, produtos, trocas tangíveis e intangíveis. RR.PP. e Marketing: integração mútua. Aplicações da lógica mercadológica em setores relacionados diretamente com as RR.PP. (Marketing Social, cultural, esportivo, de eventos, etc.). Marketing político e propaganda política. Módulo 2 - O mix comunicacional. O composto comunicacional com especial atenção para a dimensão do seu espectro e as inter-relações entre seus componentes – a comunicação global. A propaganda (campanha) nos contextos mercadológicos e institucionais. As atuais tendências das comunicações integradas de marketing. A comunicação de marca (de produto e/ou institucional)
Laboratório de Comunicação Dirigida e Múltiplos II CH: 120h/a	Disciplina da área específica de RP ofertada pelo Departamento de Comunicação Social	Módulo 1 – Editoração eletrônica e tecnologias contemporâneas. Elementos de microinformática. Banco de dados. Princípio de composição visual e computação gráfica. Técnica de diagramação e produção editorial. Processamento eletrônico de texto. Digitalização de imagens. Impressão. Módulo 2 – Trabalhos dirigidos. Elaboração e desenvolvimento de projetos multimidiáticos	A revolução digital e seu impacto nas organizações. Novas ferramentas para a Comunicação Dirigida: redes, internet, bancos de dados, editoração eletrônica, videoconferência, fotografia digital. Desenvolvendo relações com os públicos na era digital.
Legislação e Ética de Relações Públicas CH: 80h/a	Disciplina da área específica de RP ofertada pelo Departamento de Comunicação Social	Instituições de direito público e privado. Direito administrativo. Legislação orçamentária e trabalhista. Introdução a legislação dos meios de comunicação. O direito à informação. Regulamentação profissional. Ética profissional. Código de ética. Código do consumidor. Cidadania e qualidade de vida.	Instituições de direito público e privado. Direito administrativo. Legislação orçamentária e trabalhista. Introdução a legislação dos meios de comunicação. O direito à informação. Regulamentação profissional. Ética profissional. Código de ética. Código do consumidor. Cidadania e qualidade de vida.
Teoria e Método da Pesquisa em Comunicação CH: 160h/a	Disciplina do tronco comum ofertada pelo Departamento de Comunicação Social	O conhecimento e os métodos científicos. O processo da pesquisa científica. A pesquisa em comunicação: especificidades, abordagens, métodos e técnicas. Novos rumos da pesquisa em comunicação. Planejamento, execução e avaliação de pesquisa.	Estudo exploratório-heurístico das modalidades dos métodos que fundam o saber científico. A caverna de Platão. A retórica de Aristóteles. A subjetividade de Descartes. O empirismo de Bacon. O pragmatismo de Peirce.
Realidade Sócio-Econômica e Política Brasileira e Regional CH: 80h/a	Disciplina do tronco comum ofertada pelo Departamento de Ciências Sociais	Formação da sociedade brasileira e regional em seus respectivos aspectos econômicos, políticos e culturais, com ênfase no período posterior a 1930. Situação atual e perspectivas.	Formação da sociedade brasileira e regional em seus respectivos aspectos econômicos, políticos e culturais, com ênfase no período posterior a 1930. Situação atual e perspectivas.

QUADRO XVIII – Disciplinas ofertadas no 3º ano do Curso

Fica evidente que o trabalho com conhecimentos do nível profissionalizante é mais intensa. O terceiro ano tem alguns componentes curriculares identificados como redação, pesquisa em RP, administração, novas tecnologias de comunicação, legislação, pesquisa em Comunicação e realidade Brasileira. Na prática curricular percebemos uma possibilidade de intersecção entre as disciplinas Laboratório de Pesquisa e Planejamento em Relações Públicas I e Teoria e Método da Pesquisa em Comunicação, por ambas desenvolverem a dimensão da pesquisa, a primeira no âmbito das organizações e a segunda no âmbito acadêmico. Outras disciplinas precisam ser repensadas. A disciplina Realidade Sócio econômica e Política Brasileira e Regional parece não contemplar aspectos locais, da realidade Alagoana, o que pode gerar uma lacuna na formação.

No quarto ano a formação não concebe mais disciplinas do tronco comum, nem as que dizem respeito à área da Comunicação nem as que dizem respeito às outras ciências. A ênfase é a imersão em conhecimentos próprios da área de relações públicas, como apresentamos abaixo:

4º ano	Caracterização	Ementa do projeto de 1996	Ementa do programa de disciplina acessado na Coordenação do Curso
Trabalho de Conclusão de Curso CH: 300h/a	Produção do discente, sob orientação do professor.	Produção, na última série, de trabalho relacionado com a habilitação, em forma de monografia teórica e/ou planejamento e execução de programas de relações públicas.	Sem informação
Laboratório de Pesquisa e Planejamento de RP II CH: 120h/a	Disciplina da área específica de RP ofertada pelo Departamento de Comunicação Social	Módulo I - Função básica do Planejamento em RR.PP. Métodos e técnicas de planejamento aplicados às RR.PP. Prognóstico e diagnóstico. Plano, Programa e Projetos de relações públicas e sua administração. Orçamentação: elaboração de orçamento e controle de custo. Coordenação, controle e avaliação. Módulo II: Estudos dirigidos: Projetos de Planejamento de Relações Públicas. Estudo, elaboração e execução das atividades orientadas de comunicação em RR.PP convencionais e/ou alternativas, local regional e/ou nacional.	Corresponde a ementa de 1996
Laboratório de Comunicação Comunitária CH: 120h/a	Disciplina da área específica de RP ofertada pelo Departamento de Comunicação Social	Módulo 1 – teoria e técnica da comunicação comunitária. Comunicação e mudança social. Métodos e técnicas de comunicação participatória. Desenvolvimento e operacionalização pelas comunidades de seis recursos de comunicação. Elementos teóricos e práticos para a comunicação popular. Relações Públicas na contramão. Relações Públicas no meio rural. Módulo 2 – Projeto de comunicação comunitária. Análise e produção de programas comunitários.	Comunicação e mudança social. Métodos e técnicas de comunicação participatória. Desenvolvimento e operacionalização pelas comunidades de seis recursos de comunicação

Laboratório de Comunicação Institucional CH: 120h/a	Disciplina da área específica de RP ofertada pelo Departamento de Comunicação Social	Módulo 1 – teoria e técnica da comunicação institucional. Formas institucionais de comunicação: conceito e imagem da organização. Relações Públicas governamentais (lobby), empresariais, organizacionais e associativas. Funções e importância da assessoria de imprensa. Papel da assessoria de comunicação. Módulo 2 – estudo de caso. Análise e produção de campanhas institucionais.	A comunicação institucional e seus processos, voltados à legitimação e credibilização das organizações pelos seus públicos de relacionamento, bem como todo um conhecimento estratégico dessa mesma organização, utilizando para tanto, técnicas de relações públicas e marketing,
Laboratório de Cultura Organizacional e Projeto de Empresa CH: 120h/a	Disciplina da área específica de RP ofertada pelo Departamento de Comunicação Social	Módulo 1 – Cultura organizacional. Cultura e organização empresarial. Contradições e diferenças culturais. Mitos, símbolos e ritos nas organizações. Principais valores e percepções organizacionais. Diferenciação entre organização e instituição. Módulo 2 – estudos dirigidos: projeto de empresa.	Cultura: conceitos e tipologias. Cultura organizacional: conceito, universo simbólico das organizações e seus componentes. Atos administrativos e comunicacionais. Filosofia de negócios e modelos de gestão empresarial. D.O. – Desenvolvimento Organizacional. Relações Públicas e Recursos Humanos: um cruzamento inevitável. Projetos de empresas multinacionais, públicas e privadas, ONG's (...)

QUADRO XIX – Disciplinas ofertadas no 4º ano do Curso

Todas as disciplinas da formação em RP merecem atenção. No 4º ano destacaríamos o Trabalho de Conclusão de Curso, que traz uma ementa muito simplificada em relação à importância que tem esse momento. Também conhecido como Projeto Experimental, o TCC, segundo Freitas e França (1997) “constitui uma prova de habilitação profissional, conduz os universitários à aplicação de seus conhecimentos em torno de um objetivo específico e os levam a vencer o desafio que lhes foi proposto: comprovar, para si próprios e para as faculdades que o acolheram, que atingiram o nível profissional esperado.”

Embora exista uma regulamentação sobre os projetos experimentais, o processo de produção e orientação ganhou certa autonomia em relação ao estabelecido pelo colegiado do curso em 1994⁵⁶. Outro ponto importante diz respeito à pertinência da disciplina Laboratório de Comunicação Institucional que em sua ementa aborda dimensões das Relações Públicas já trazidas por outras disciplinas constituindo-se numa redundância.

Como pudemos perceber as primeiras disciplinas constituem uma formação básica, cujo objetivo é o de “permitir a compreensão do indivíduo como

produto e produtor do meio social” (França, 2003). Nos anos intermediários aparecem as disciplinas que servem de base para a compreensão do processo da comunicação e de outras dimensões da sociedade. No último ano a ênfase está direcionada para as disciplinas profissionalizantes.

Além das disciplinas relacionadas, que são obrigatórias à formação, que perfazem uma carga horária de 3.140 horas, outras compõem o leque das denominadas disciplinas flexíveis que devem atingir, segundo a resolução 02 de 1984, as mínimas 240 horas. No ano de 2005 foram ofertadas as seguintes disciplinas flexíveis:

Disciplinas flexíveis ofertadas em 2005	Departamento	Carga Horária
Fotografia	Comunicação Social	120
Introdução à pesquisa bibliográfica e documental	Comunicação Social	80
História dos meios de comunicação no Brasil	Comunicação Social	80
Laboratório de Imagem	Comunicação Social	160
Comportamento e defesa do Consumidor	Comunicação Social	80
Publicidade e propaganda	Comunicação Social	120
Assessoria de Comunicação	Comunicação Social	80
Organização de Evento e Cerimonial	Comunicação Social	80
Informação e cidadania	Comunicação Social	80
Comunicação Visual	Arquitetura	120
Expressão Vocal	Artes	120
Empreendedorismo	Engenharia	80
História da cultura Alagoana	História	80
Inglês Instrumental	Línguas Estrangeiras Modernas	80
Francês Instrumental	Línguas Estrangeiras Modernas	80

QUADRO XX – Disciplinas flexíveis ofertadas em 2005

Percebemos que a oferta das disciplinas da parte flexível é sazonal. Embora algumas delas sejam fundamentais para relações públicas, como é o caso de Assessoria de Comunicação e Organização de Eventos, não aparecem no projeto pedagógico de 1996. Talvez numa próxima organização curricular esses

⁵⁶ Resolução sem número, 17 de junho de 1996. Comissão de regulamentação e avaliação de projetos experimentais. Universidade Federal de Alagoas. Departamento de Comunicação Social. Maceió, 1994.

conhecimentos estejam relacionados com certas ênfases que o aluno queira dar à sua formação e algumas dessas disciplinas sejam consideradas na parte fixa da formação.

O que se percebe com o projeto de 1996 é a tentativa de intelectualização do egresso em RP. Disciplinas com títulos e conteúdos complexos parecem ter objetivado pouco a formação. Parece necessário que tornemos mais explícito os conteúdos da formação em RP, sob pena de continuarmos com desempenhos aquém das potencialidades, nos campos acadêmico e não acadêmico.

4. 3. Outros subsídios para um currículo em Relações Públicas

Segundo Veiga (1995) O planejamento curricular terá de se fundamentar numa concepção de educação que:

pressupõe que o aluno seja sujeito de seu processo de aprendizagem; privilegia principalmente o saber que deve ser produzido, sem relegar a segundo plano o saber que o aluno já possui; as atividades de currículo e ensino não são separadas da totalidade social e visam à transformação crítica e criativa do contexto escolar, e mais especificamente de sua forma de se organizar; essa transformação ocorre através do acirramento das contradições e da elaboração de propostas de ação, tendo em vista a superação das questões apresentadas pela prática pedagógica.

A autora apresenta dois momentos do planejamento curricular representados pelo ato de situar, que compreenderia partir da realidade concreta, ir a essência dos dados do contexto social em que está inserida a escola, configurando em linhas gerais sua história, reconstruindo a história dos sujeitos da ação educativa (educadores e alunos). Destaca a necessidade de descrever a

prática pedagógica vivida e experienciada no seio da instituição escolar, envolvendo explicação e compreensão da realidade de forma crítica, ultrapassando o nível da descrição empírica. Sugere ir até as raízes das questões levantadas, ou mergulhar mais profundamente nos “significados, valores e ideologias que penetram todos os aspectos da vida escolar”. Ainda no ato de situar a autora propõe que se defina o que é prioritário para a escola.

Um outro momento destacado por Veiga (1995, p.86) é o ato de elaborar onde aponta a participação dos educadores e dos educandos na sistematização da prática pedagógica, de modo a estabelecerem propostas de mudanças coerentes com seus objetivos e que lhes permitam avançar. Essas propostas devem ser registradas num plano de ações, que podemos chamar de projeto curricular ou projeto político pedagógico.

As decisões básicas do currículo abrangem questões referentes ao **que, para que, e o como**, articuladas ao **para quem**. Desenvolver uma proposta levando em conta estas instâncias não é tarefa simples, principalmente se considerarmos o planejamento curricular como um processo que deve, em essência, ser coletivo. Não é nosso objetivo oferecer uma proposta de currículo, pelo fato mesmo de considerarmos a dimensão coletiva. Entretanto poderemos refletir sobre as decisões básicas do currículo, buscando anunciar caminhos possíveis para o campo de relações públicas.

O que ensinar é uma questão que se torna complexa a partir da passagem dos currículos mínimos para as diretrizes curriculares. Em verdade existe uma relativa autonomia pedagógica que deverá considerar o perfil do sujeito que se pretende formar. França (2003, p.53) reconhece que “a LDB conferiu às escolas liberdade, se não total, pelo menos suficiente para que cada uma formate seu

projeto de ensino e defina o profissional que se deseja formar, utilizando a prática pedagógica que julgue adequada” e infere que as escolas têm modificado o currículo apenas por uma exigência burocrática. As instituições estão desafiadas a escolher os conhecimentos que achar adequados para a formação profissional.

Embora com esta autonomia pedagógica, os currículos mínimos estabelecidos ao longo do tempo e especificamente o último, da Resolução 02 de 1984, devem continuar por anos sendo referência para a concepção de um projeto de formação em RP. Isto por que estas organizações pedagógicas instituídas representaram e representam concepções do próprio campo de conhecimento das Relações Públicas e da prática profissional. Algumas influências perdurarão, como é o caso dos conhecimentos de planejamento, de pesquisa, da comunicação dirigida.

Temos que reconhecer a influência dos documentos legais na formação do RP. A Lei nº 5.377 de 1967 sedimentou as propostas curriculares quando no Capítulo II, Artigo 2º, estabeleceu as atividades profissionais, que seriam:

- a) a informação de caráter institucional entre a entidade e o público, através dos meios de comunicação; b) a coordenação e planejamento de pesquisas da opinião pública, para fins institucionais; c) a planejamento e supervisão da utilização dos meios audiovisuais, para fins institucionais; d) a planejamento e execução de campanhas de opinião pública; e) ao ensino das técnicas de Relações Públicas, de acordo com as normas a serem estabelecidas, na regulamentação da presente Lei.

Ainda no campo legal, o Decreto Nº 63.283 de 1968 resgata os aspectos da atividade estabelecidos pela lei. No Título I “Da Profissão de Relações Públicas”, em seu Capítulo II “do Campo e da Atividade Profissional”, Artigo 4º, o documento traz:

- a) à orientação de dirigentes de instituições públicas ou privadas na formulação de políticas de Relações Públicas;

b) à promoção de maior integração da instituição na comunidade; c) à informação e a orientação da opinião sobre objetivos elevados de uma instituição; d) ao assessoramento na solução de problemas institucionais que influam na posição da entidade perante a opinião pública; e) ao planejamento e execução de campanhas de opinião pública; f) à consultoria externa de Relações Públicas junto a dirigentes de instituições; g) ao ensino de disciplinas específicas ou de técnicas de Relações Públicas, oficialmente estabelecido.

No âmbito da regulamentação profissional, ao Decreto 63.283 de 1968 acrescenta-se o Decreto-Lei 860, que dispõe sob a constituição dos Conselhos Federal e Regionais da categoria, e o Decreto 68.582 de 1971, que regulamenta o Decreto-Lei 860. Estes três documentos não apresentam maiores contribuições em relação a quais conhecimentos são necessários para o desempenho das atividades de RP. Do início da década de 70 aos nossos dias não tivemos novidades na normatização da profissão de RP, do ponto de vista legal. No entanto, o Conselho Federal de Profissionais de Relações Públicas tem se esforçado para reger as atividades profissionais. Na reformulação do Código de Ética Profissional, de 1985, nos princípios fundamentais estabelece, dentre outros que “o profissional de Relações Públicas deve empenhar-se para criar estruturas e canais de comunicação que favoreçam o diálogo e a livre circulação de informações”.

Após o auge da crise identitária da profissão na década de 80, a categoria empreende um movimento nacional no sentido de discutir e adequar as atividades de RP às novas exigências sociais. Foi sob o nome de Parlamento Nacional de Relações Públicas que foram empreendidas de 1995 a 1997, uma série de pesquisas e discussões sobre o conceito normativo da profissão, suas possibilidades de intervenção social e as perspectivas para o futuro. Seus resultados principais, segundo Ataydes (s/d) se resumem na:

a) manutenção da lei, com a devida atualização, ou seja, revisão do conteúdo dos artigos 1º e 2º. b) inclusão de novas possibilidades para atuação em Relações Públicas no Brasil: acordos internacionais e profissionais de outras áreas com pós-graduação em Relações Públicas; c) possibilidade de, posteriormente e com o consenso dos profissionais das demais habilitações de Comunicação, criar um Conselho Único, garantindo unidade perante a sociedade brasileira.

Reflexo e culminância do Parlamento Nacional, a Resolução nº 043 de 2002 atualiza, reitera e explica as funções e atividades de Relações Públicas (ANEXO D). Um dos mais completos materiais que tratam das atividades de RP, o documento sugere, no Artigo 1º, inciso 3º que:

Relações Públicas caracterizam-se pela aplicação de conceitos e técnicas de: **I) comunicação estratégica**, com o objetivo de atingir de forma planejada os objetivos globais e os macro-objetivos para a organização; **II) comunicação dirigida**, com o objetivo de utilizar instrumentos para atingir públicos segmentados por interesses comuns; **III) comunicação integrada**, com o objetivo de garantir a unidade no processo de comunicação com a concorrência dos variados setores de uma organização.

O documento explica termos que são a base do entendimento do processo de RP como “organização”, “empresa”, “comunicação” e suas modalidades “Institucional”, “corporativa”, “organizacional”, “pública ou cívica”. Define “pesquisa de opinião”, “auditoria de opinião” em suas variações “auditoria ou pesquisa de imagem”, “auditoria ou pesquisa de clima organizacional”, “auditoria ou pesquisa de perfil organizacional”. Esclarece os termos “diagnosticar”, “prognosticar” e “público estratégico ou de interesse”.

Após apresentar algumas normatizações quanto o exercício profissional o documento, em seu Artigo 3º, define as funções abaixo como privativas da atividade profissional de Relações Públicas:

I - **1)** elaborar, coordenar, implantar, supervisionar e avaliar: a) planejamento estratégico da comunicação; b) comunicação corporativa; c) campanhas institucionais de informação, integração, conscientização e motivação dirigidas a público estratégico e à informação da opinião pública e em apoio à administração, recursos humanos, marketing, vendas e negócios em geral; **2)** coordenar, implantar, supervisionar, avaliar, criar e produzir material que, em essência, contenha caráter institucional da organização e se enquadre no escopo da comunicação organizacional e são conhecidos por newsletters e boletins informativos eletrônicos ou impressos, house-organs, jornais e revistas institucionais de alcance interno ou externo, relatórios para acionistas, folhetos institucionais, informações para imprensa, sugestões de pauta, balanços sociais, manuais de comunicação, murais e jornais murais; **3)** elaborar planejamento para o relacionamento com a imprensa: a) definir estratégia de abordagem e aproximação; b) estabelecer programas completos de relacionamento; c) manter contato permanente e dar atendimento aos chamados e demandas; d) elaborar e distribuir informações sobre a organização, que digam respeito às suas ações, produtos, serviços, fatos e acontecimentos ligados direta ou indiretamente a ela, na forma de sugestões de pauta, press releases e press kits, organizar e dirigir entrevistas e coletivas; e) criar e produzir manuais de atendimento e relacionamento com a imprensa; f) treinar dirigentes e executivos para o atendimento à imprensa, dentro de padrões de relacionamento, confiança e credibilidade; **4)** desenvolver estratégias e conceitos de comunicação institucional por meios audiovisuais, eletrônicos e de informática, Internet e Intranet; **5)** definir conceitos e linhas de comunicação de caráter institucional para roteiros e produção de vídeos e filmes; **6)** organizar e dirigir visitas, exposições e mostras que sejam do interesse da organização. II - Nos termos das alíneas "b", "c" e "d" do art. 2º da Lei 5.377 e "b" e "e" do art. 4º do Regulamento: 1) coordenar e planejar pesquisas de opinião pública para fins institucionais: a) analisar os resultados obtidos e preferir diagnóstico; b) detectar situações que possam afetar a imagem da organização e realizar prognósticos; 2) implantar, realizar, coordenar, dirigir, acompanhar e avaliar: a) auditoria e pesquisa de opinião; b) auditoria e pesquisa de imagem; c) auditoria e pesquisa de clima organizacional; d) auditoria e pesquisa de perfil organizacional; III - Nos termos das alíneas "e" do art. 2º da Lei 5.377 e "g" do art. 4º do Regulamento, combinado com o disposto na Resolução do Conselho Nacional de Educação N.º CNE 0016/2002, de 13 de março de 2002: 1) ser professor de disciplinas que têm por objetivo o desenvolvimento das competências específicas da formação do Profissional de Relações Públicas, a saber: a) história das Relações Públicas e do desenvolvimento de seu campo profissional no Brasil e no mundo; b) conceitos fundamentais, métodos e técnicas de Relações Públicas; c) uso das estratégias, dos instrumentos e das linguagens de comunicação dirigida; d) métodos e técnicas de diagnóstico e prognóstico da comunicação organizacional e da pesquisa com fins institucionais; e) aspectos teóricos e práticos do planejamento da

comunicação organizacional; f) legislação das Relações Públicas, código de ética e conduta da profissão; g) trabalhos práticos orientados de Relações Públicas;

2) supervisionar estágios curriculares ou extra-curriculares;

3) coordenação: a) de laboratório, escritório-modelo ou agência-modelo; b) didático-pedagógica específica da habilitação; IV - Nos termos das alíneas "a", "d" e "f" do art. 4.º do Regulamento: 1) criar, apresentar, implantar, gerar, propor, coordenar, executar e desenvolver políticas e estratégias que atendam às necessidades de relacionamento da organização com seus públicos; 2) implantar, coordenar, desenvolver e dirigir ações em órgãos públicos que tenham por objeto a comunicação pública ou cívica; 3) acompanhar assuntos de interesse público afetos à organização; 4) definir conceitos e sugerir políticas de: a) relações públicas para a organização; b) atitudes ou mudança de atitudes no tratamento com os públicos e em relação à opinião pública; c) estratégias da comunicação; d) administração de ações de comunicação em situação de crise e de emergência; e) apoio ao marketing, dentro das atividades de comunicação dirigida; f) propaganda institucional; 5) desenvolver, implementar, executar e coordenar campanha de envolvimento com público de interesse, campanha temática de integração, orientação, motivação, desenvolvimento organizacional e aquela que envolva relacionamento com funcionários, familiares, acionistas, comunidade, fornecedores, imprensa, governo, clientes, concorrentes, escolas e academias e clubes de serviços e organizações sociais; 6) definir os públicos estratégicos da organização e caracterizar a segmentação feita de acordo com as técnicas de Relações Públicas para a definição das relações com funcionários, também chamada de comunicação interna; acionistas; fornecedores; comunidade; imprensa; clientes; governo; entidades de classes, associações e organizações não-governamentais; entidades do Terceiro Setor e benemerentes e com qualquer outro tipo de público que seja caracterizado por interesse em comum em relação à organização; 7) pesquisar, formalizar, promover, orientar e divulgar para os públicos estratégicos a aplicação do Código de Conduta Ética e do Código de Valores da organização; 8) conceber, criar, planejar, implantar e avaliar eventos e encontros institucionais que tenham caráter informativo para construir e manter imagem; 9) desenvolver, implementar, montar, coordenar, dirigir, executar e avaliar serviço de relações governamentais executar e coordenar atividades de Relações Governamentais lobby e cerimonial.

Optamos por apresentar esta citação por considerar que é o documento que melhor definiu as funções e atividades profissionais e que está sendo tomado como referência em discussões no campo das RP's.

Outra matriz norteadora da formação do profissional de RP são as Diretrizes Curriculares para os Cursos de Graduação, aprovadas em 2001. O

documento estabelece diretrizes para os cursos de Filosofia, História, Geografia, Serviço Social, Comunicação Social, Ciências Sociais, Letras, Biblioteconomia, Arquivologia e Museologia. Na sessão “Diretrizes Curriculares para a área de Comunicação Social e suas Habilitações”, no item “introdução” aponta como objetivos:

- a) **flexibilizar** a estruturação dos cursos, tanto para atender a variedades de circunstâncias geográficas, político-sociais e acadêmicas, como para ajustar-se ao dinamismo da área, e para viabilizar o surgimento de propostas pedagógicas inovadoras e eficientes; b) **estabelecer** orientações para a obtenção de padrão de qualidade na formação oferecida.

O documento se apresenta como “um padrão básico de referência para todas as instituições que mantenham Cursos de Graduação em Comunicação com habilitações em Jornalismo, Relações Públicas, Publicidade e Propaganda, Cinema, Radialismo, Editoração, ou outras habilitações pertinentes ao campo da Comunicação que venham a ser criadas.” Estabelece o perfil comum do egresso em Comunicação Social, que se caracterizaria por:

1. sua capacidade de criação, produção, distribuição, recepção, e análise crítica referentes às mídias, às práticas profissionais e sociais relacionadas com estas, e a suas inserções culturais, políticas e econômicas; 2. sua habilidade em refletir a variedade e mutabilidade de demandas sociais e profissionais na área, adequando-se à complexidade e velocidade do mundo contemporâneo; 3. sua visão integradora e horizontalizada - genérica e ao mesmo tempo especializada de seu campo de trabalho possibilitando o entendimento da dinâmica das diversas modalidades comunicacionais e das suas relações com os processos sociais que as originam e que destas decorrem. 4. utilizar criticamente o instrumental teórico-prático oferecido em seu curso, sendo portanto competente para posicionar-se de um ponto de vista ético-político sobre o exercício do poder na comunicação, sobre os constrangimentos a que a comunicação pode ser submetida, sobre as repercussões sociais que enseja e ainda sobre as necessidades da sociedade contemporânea em relação à comunicação social.

Já no item “Perfis Específicos” assegura a manutenção da referência básica às habilitações historicamente estabelecidas: jornalismo, relações públicas, publicidade e propaganda, radialismo, editoração, e cinema, e prevê a criação de ênfases específicas em cada uma dessas áreas, bem como a criação de outras habilitações pertinentes ao campo da Comunicação.

Vale lançar atenção para o item “Perfis Específicos por Habilitação” que estabelece que o perfil do egresso em Relações Públicas se caracteriza:

1. pela administração do relacionamento das organizações com seus diversos públicos, tanto externos como internos;
2. pela elaboração de diagnósticos, prognósticos, estratégias e políticas voltadas para o aperfeiçoamento das relações entre instituições, grupos humanos organizados, setores de atividades públicas ou privadas, e a sociedade em geral;
3. pelo exercício de interlocução entre as funções típicas de relações públicas e as demais funções profissionais ou empresariais existentes na área da Comunicação.

Outro item organizado em dois níveis, um geral e os específicos, é o que o documento intitula de “Competências e Habilidades”. Embora não esclareça o que seriam competências e habilidades, as Diretrizes concebem como competências e habilidades gerais (dos profissionais de comunicação) as seguintes:

1. assimilar criticamente conceitos que permitam a apreensão de teorias;
2. usar tais conceitos e teorias em análises críticas da realidade;
3. posicionar-se de modo ético-político;
4. dominar as linguagens habitualmente usadas nos processos de comunicação, nas dimensões de criação, de produção, de interpretação e da técnica;
5. experimentar e inovar no uso destas linguagens;
6. refletir criticamente sobre as práticas profissionais no campo da Comunicação;
7. ter competência no uso da língua nacional para escrita e interpretação de textos gerais e especializados na área.

Como competências e habilidades específicas da habilitação em Relações Públicas aparecem:

- desenvolver pesquisas e auditorias de opinião e imagem; realizar diagnósticos com base em pesquisas e auditorias de opinião e imagem; elaborar planejamentos estratégicos de comunicação institucional; estabelecer programas de comunicação estratégica para criação e manutenção do relacionamento das instituições com seus públicos de interesse; coordenar o desenvolvimento de materiais de comunicação, em diferentes meios e suportes, voltados para a realização dos objetivos estratégicos do exercício da função de Relações Públicas; dominar as linguagens verbais e audiovisuais para seu uso efetivo a serviço dos programas de comunicação que desenvolve; identificar a responsabilidade social da profissão, mantendo os compromissos éticos estabelecidos; assimilar criticamente conceitos que permitam a compreensão das práticas e teorias referentes às estratégias e processos de Relações Públicas.

As diretrizes ainda orientam, no item “Conteúdos Curriculares, como deve ser organizada a formação, diferenciando os conteúdos em Básicos e Específicos. Aqueles “envolveriam tanto conhecimentos teóricos como práticos, reflexões e aplicações relacionadas ao campo da Comunicação e à área configurada pela habilitação específica”. Estariam assim categorizados: “conteúdos teórico-conceituais; conteúdos analíticos e informativos sobre a atualidade; conteúdos de linguagens, técnicas e tecnologias midiáticas, conteúdos ético-políticos”.

Já os conteúdos específicos, segundo as Diretrizes, seriam os conhecimentos que “cada instituição, livremente, deve eleger para organizar seu currículo pleno, tendo como referência os objetivos e os perfis comum e específicos anteriormente definidos”. Seriam definidos pelo Colegiado de cada Curso e contemplariam os recortes do campo geral da Comunicação correspondendo a cada habilitação.

O documento faz menção aos estágios e atividades complementares⁵⁷ como “mecanismos de interação com o mundo do trabalho, assim como o confronto com possibilidades metodológicas visando a promoção de uma formação complexa”.
Prevê como atividades complementares:

Programas especiais de capacitação do estudante (tipo CAPES/PET); atividades de monitoria; outras atividades laboratoriais além das já previstas no padrão turma/horas-aula; atividades de extensão; atividades de pesquisa etc.

Sobre como devem ser concebidas estas atividades o documento sugere o acompanhamento da dedicação do aluno, a partir da adoção de um sistema de creditação de horas “baseada em decisões específicas para cada caso, projeto ou atividade específica, e em função do trabalho desenvolvido”, na “ênfase em procedimentos de orientação e/ou supervisão pelo docente” e que estimule a “ampliação da autonomia do estudante para organizar seus horários, objetivos e direcionamento”.

O documento faz referência ainda a estrutura do curso, considerando os sistemas de crédito, seriado e ainda a organização modular, que devem garantir “uma seqüência equilibrada de conteúdos curriculares e acompanhamento planejado da formação” e “a flexibilidade de caminhos alternativos”.

Para finalizar, menciona a avaliação como processo periódico, que se realiza em articulação com o Projeto Acadêmico do curso sob três ângulos:

a) pertinência da estrutura do Curso, observando o fundamento de suas propostas e a adequação dos meios postos em ação para realizá-las; b) aplicação dos critérios definidos pelo colegiado de curso, para a sua avaliação; c) mecanismos de acompanhamento e avaliação externa e interna do próprio curso.

⁵⁷ O número máximo de horas dedicadas a este tipo de atividades não pode ultrapassar 20% do total do curso, não incluídas nesta porcentagem de 20% as horas dedicadas ao Trabalho de Conclusão de Curso (ou Projetos Experimentais).

Estes documentos mencionados – a legislação que regulamenta o exercício profissional de RP (principalmente a Lei nº 5.377 de 1967 e o Decreto nº 63.283 de 1968), a Resolução Normativa 43 de 2002 do CONFERP, as Diretrizes Curriculares devem nortear discussões sobre a formação e o currículo de Relações Públicas.

Mas uma nova configuração se apresenta para o futuro. As intenções de mudança na Lei, que desde o Parlamento Nacional de Relações Públicas (década de 90) circulavam nas entidades da categoria, finalmente são consubstanciadas em um projeto apresentado pelo Senador Marco Maciel. O Projeto de Lei do Senado nº 324 de 2005 intenciona regulamentar o exercício da profissão de Relações Públicas, revogando a Lei nº 5.377, de 11 de dezembro de 1967.

Em seu conteúdo o documento atualiza as atividades e funções dos profissionais de RP e apresenta novas condições para a designação do profissional da área dentre as quais está:

[...] c) dos que possuem diploma de bacharel, em qualquer área do conhecimento, e forem aprovados em curso de pós-graduação, lato ou strictu sensu, em Relações Públicas, ressalvado o disposto no parágrafo único deste artigo;

E apresenta o Parágrafo Único estabelecendo que:

Os programas de pós-graduação de que trata a alínea c deverão obedecer a critérios e procedimentos para enquadramento no campo das Relações Públicas, em termos de grade curricular, no caso de programas de lato sensu, e em termos de fundamentação teórico-conceitual e do objeto de pesquisa, no que se refere aos programas strictu sensu [...]

Estamos prestes a ter a situação onde o curso superior de graduação não será a única condição para o exercício profissional. Neste sentido, podemos arriscar mais, experimentar e encontrar uma configuração mais adequada para a formação em nível de graduação. Poderemos prever também a proliferação de

cursos de pós-graduação na área, principalmente os *latu sensu*, pois requerem condições menos complexas em relação aos cursos de Mestrado e Doutorado. É possível que estes cursos se desenvolvam nas escolas de Comunicação e ainda de Administração, e que tenham uma demanda considerável, devido ao tempo de oferta do curso, que gira em torno de 15 a 20 meses⁵⁸ e que credenciará ao exercício de um profissão.

O documento estabelece ainda o exame de qualificação profissional e a expedição e controle da carteira de estágio em relações públicas para os bacharelados matriculados a partir do 3º período, a serem operacionalizados pelo Sistema CONFERP. Define tipificações de especialidades a serem exercidas pelos possuidores do Registro Profissional Específico, a saber: funções de relacionamento com a imprensa e assessoria de imprensa, cerimonial, organização de eventos, pesquisa de opinião pública e relações governamentais.

Estes são, a nosso ver, importantes norteadores de discussões sobre a formação do profissional de Relações Públicas. Não se pode desconsiderar um currículo que está às vésperas de completar 10 anos. É preciso refletir sobre os conhecimentos que foram inseridos e aqueles que ficaram de fora da proposta de 1996.

Para a configuração de um currículo novo, temos que levar em conta que a flexibilização aparece tanto nas Diretrizes Curriculares quanto no que se apresenta como futuro da profissão de Relações Públicas. Resgatar as origens da atividade e ao mesmo tempo enxergar novas possibilidades, com olhares atentos para a realidade local, poderão ser preciosos elementos para a educação neste campo.

⁵⁸ Que deve perfazer um total de 360 horas.

CONCLUSÃO

Adotando uma perspectiva de currículo que considera experiências educacionais das mais diversificadas, e de avaliação, como a produção de informações que transitam entre a dimensão objetiva e subjetiva buscamos levantar questões e trazer fatos para a qualificação da discussão sobre a formação em Relações Públicas na Universidade Federal de Alagoas.

As informações que trouxemos revelam aspectos da história das relações públicas alagoanas que indicam ter seguido a tendência nacional de assimilação pelo espaço acadêmico. O caminho da prática profissional, da organização corporativa e da absorção pela Universidade foi verificado em todo o País e Alagoas confirma essa trajetória. Nesse Estado, a Associação Brasileira de Relações Públicas cumpriu papel fundamental como espaço político e educativo. Também foi protagonista, juntamente com o Sindicato dos Jornalistas dos esforços para a instalação do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Alagoas.

Do ano de 1979 aos dias atuais, 26 anos se passaram e mais de 400 sujeitos foram submetidos à formação em Comunicação Social com habilitação em Relações Públicas. Neste intervalo, os dados indicam uma melhora substancial da qualificação do corpo docente do Curso, uma evolução conturbada da estrutura física e tecnológica e a constituição de um tímido acervo bibliográfico no campo das relações públicas e comunicação organizacional.

Percebemos também que a UFAL dispõe de informações valiosas para o conhecimento sobre o processo de formação. O perfil do aluno de RP – a maioria mulheres, da classe média baixa e média média, com idade em torno dos 18 anos,

solteiras, provenientes de rede privada de ensino, e que escolheram a carreira por adequação às aptidões – pode nos oferecer pistas do “que”, do “como” e do “porque” deve ser ensinado, pois teremos subsídios do “para quem”.

Como nos escapa, nesta ocasião, um instrumento que acompanhe o processo de educação dos sujeitos do primeiro ao quarto ano do curso, consideramos a produção dos alunos consubstanciada no Trabalho de Conclusão de Curso para tentar perceber quais conhecimentos os alunos têm manipulado. Foi revelado que os conhecimentos de planejamento, pesquisa e marketing aparecem com maior incidência nos trabalhos finais.

Para esses aspectos, que poderemos chamar de currículo, devem convergir às representações dos sujeitos sobre as dimensões fundamentais do Curso. A pesquisa empreendida com os alunos formandos de 2004 revela uma insatisfação em relação à Instituição de Ensino, traduzida na avaliação dos itens instalações, tecnologia, projeto pedagógico, professores, administração e acervo bibliográfico. Dessas categorias, somente o corpo docente teve avaliação positiva na opinião dos alunos.

Os alunos participam pouco de atividades diferentes do padrão turma/sala de aula, sendo o estágio a que mais tem movimentado os alunos, embora não esteja contemplada no projeto de 1996. Atividades de extensão, pesquisa e monitoria ainda são insipientes no Curso e ainda mais na habilitação em RP, o que pode ser sintoma tanto de um processo de exclusão conjuntural como da timidez institucional em desencadear tais processos.

A própria área da comunicação organizacional e de Relações Públicas parece, em Alagoas, ter perdido espaço dentro e fora da academia. Quando os

estudantes revelaram ter participado de 3 a 6 eventos durante todo o curso, confirmam essa tendência da área.

O espaço da prestação de serviços parece chamar atenção dos formandos, mas 53% deles assume o não envolvimento do TCC com um fenômeno ocorrente no mundo do trabalho e 50 % reconhece não ter possuído nenhuma experiência no mercado de trabalho em RP durante a formação.

Aspecto importante foi o fato de a maioria ter respondido não saber quando perguntados sobre os aspectos da habilitação que foram mais ofertados durante o Curso e uma fração considerável – 21% revelou não ter idéia de temas de cursos ou palestras que gostariam que fosse oferecidos pela Universidade ou entidades de classe.

Já os docentes reconhecem as dificuldades do Curso e parecem estar dispostos para um redimensionamento do currículo. Trabalharam subsidiados por estruturas fixas estabelecidas pelos currículos mínimos e agora encaram o desafio de com base nas diretrizes curriculares, conceber um novo formato para a formação em Relações Públicas.

O último projeto pedagógico, o de 1996, parece não ter sido completamente implementado, e como percebemos, apresenta sinais de transformação, principalmente nas disciplinas do tronco comum do campo da comunicação e de outras áreas. As disciplinas da parte profissionalizante mudaram pouco ou quase nada.

Todas as disciplinas precisam ser discutidas, preferencialmente com profissionais dos diferentes campos do saber. Na verdade, o próprio formato de disciplinas precisa ser repensado, pois não mais se configura como a única opção de organização de uma formação. A partir do retorno ao sistema de créditos

poderemos prever que a mudança na estrutura curricular vai ser inevitável e potencialmente positiva. Como vimos, a organização curricular pautada em laboratórios não obteve o êxito esperado.

Se as discussões sobre o currículo se concentrarem menos nos nomes das disciplinas e as atenções se voltarem para os conteúdos que precisam estar presentes na formação de um profissional de RP num país de terceiro mundo, na região Nordeste, no estado de Alagoas, teremos motivos para vislumbrar uma nova situação profissional e educacional.

No campo das Relações Públicas temos que estar atentos sobre como evoluíram estas atividades e como se apresentam contemporaneamente, para então elevar o nível de uma formação nesse campo. A Universidade terá que protagonizar este processo, mas outros atores também terão que entrar em cena. As entidades de classe – Os Conselhos Federal e o Regional e a Associação Brasileira de Relações Públicas – devem ser convocados a participar da reformulação curricular.

Ampliando essa perspectiva de construção coletiva de currículo, o mais legítimo seria a participação de representantes dos setores público e privado, de organizações de diversas naturezas e funções, das empresas de comunicação e dos trabalhadores relações públicas.

A legislação que regulamenta as atividades de RP no Brasil, e as normatizações desenvolvidas pelos órgãos de classe, somados a uma sensibilidade sobre os processos econômicos no Estado e no Brasil, serão sem sombra de dúvidas elementos indispensáveis para o desenvolvimento de um currículo novo.

Acrescente-se a estes subsídios as Diretrizes Curriculares Nacionais, de 2001, os documentos para fins de autorização e reconhecimento de cursos de graduação e o Projeto de Lei do Senado nº 324, de 2005, que pretende revogar a

Lei nº 5.377, de 1967. O que de mais sério se apresenta neste documento é a intenção de reformular as condições do exercício da profissão, que exigiria não mais somente o diploma de graduação, mas a comprovação de curso de pós-graduação na área, e a possibilidade do registro profissional específico nas funções de relacionamento com a imprensa e assessoria de imprensa, cerimonial, organização de eventos, pesquisa de opinião pública e relações governamentais.

A comunicação organizacional é um campo em ascensão no mundo todo. A tendência de atrofia da habilitação em RP, do Curso de Comunicação Social da UFAL, não corresponde a este movimento. Estando atentos para o passado e para as tendências da profissão poderemos nos antecipar às novas configurações do mundo do trabalho e poderemos ser novamente protagonistas do processo histórico.

Reconhecemos que as categorias apresentadas neste trabalho são possibilidades de olhares sobre o objeto selecionado. Ramificações, complementações e acréscimos estão previstos. As limitações deste trabalho oferecem perspectivas para trabalhos futuros, principalmente no campo do que acontece em sala de aula, ou mesmo no acompanhamento das experiências do sujeito em formação, privilegiando fenômenos pedagógicos.

Não seria impertinente agregarmos a estes conhecimentos a configuração das possibilidades econômicas do exercício da profissão. Caracterizar um mapa dos campos de atuação do profissional de relações públicas no Estado poderia alimentar o trabalho acadêmico, o currículo e a formação. O que buscamos, em essência, é o sincronismo entre o espaço acadêmico com as outras dimensões da sociedade, por acreditar, ainda, na Universidade, como espaço para a produção

e disseminação do conhecimento e na profissão de Relações Públicas, como a atividade legítima de condução dos processos comunicativos em nossa sociedade.

REFERÊNCIAS

1. ANDRADE, Cândido Teobaldo de Souza. **Para entender relações públicas**. 3.ed. São Paulo: Loyola, 1983.
2. ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE RELAÇÕES PÚBLICAS - SECCIONAL ALAGOAS. **Ata de Reunião Ordinária da Associação Brasileira de Relações Públicas seccional Alagoas**. Maceió, 12 de julho de 1974.
3. ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE RELAÇÕES PÚBLICAS - SECCIONAL ALAGOAS. **Ata de Reunião Ordinária da Associação Brasileira de Relações Públicas seccional Alagoas**. Maceió, 18 de outubro de 1974.
4. ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE RELAÇÕES PÚBLICAS - SECCIONAL ALAGOAS. **Ata de Reunião Ordinária da Associação Brasileira de Relações Públicas seccional Alagoas**. Maceió, 14 de outubro de 1977.
5. ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE RELAÇÕES PÚBLICAS - SECCIONAL ALAGOAS. **Ata de Reunião Almoço da Associação Brasileira de Relações Públicas seccional Alagoas**. Maceió, 23 de setembro de 1978.
6. ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE RELAÇÕES PÚBLICAS - SECCIONAL ALAGOAS. **Ata de Reunião Ordinária da Associação Brasileira de Relações Públicas seccional Alagoas**. Maceió, 19 de março de 1979 de outubro de 1977.
7. ATHAYDES, Andréia. **Medidas adotadas pelo Conselho Federal de Profissionais de Relações Públicas – CONFERP e as repercussões frente à sociedade brasileira**. Revista da ALACAURP, nº 2, s/d.
8. BELLONI, Isaura. Avaliação da Universidade: Uma proposta de avaliação conseqüente e compromissada política e cientificamente. In: VIEIRA, Sofia

- Lerche (et alii). **A universidade em questão**. São Paulo: Cortez/ Autores Associados, 1989.
9. BRASIL. **Decreto nº 63.283, de 26 de setembro de 1968**. Disponível em <http://www.conferp.org.br>. Acesso em 15 de outubro de 2004.
 10. BRASIL. **Decreto-Lei nº 860, de 11 de setembro de 1969**. Disponível em <http://www.conferp.org.br>. Acesso em 15 de outubro de 2004.
 11. BRASIL. **Diretrizes Curriculares para a área de Comunicação Social e suas habilitações - Parecer N.º: CNE/CES 492/2001**. Ministério da Educação/ Conselho Nacional de Educação/Câmara Superior de Educação. Distrito Federal, 2001.
 12. BRASIL. **Lei nº 5377, de 11 de dezembro de 1967**. Disponível em <http://www.conferp.org.br>. Acesso em 15 de outubro de 2004.
 13. BRANDÃO, Elizabeth Pazito. O desafio das relações públicas no Brasil. In: BARROS, Antônio Teixeira de (org.) **Comunicação: discursos, práticas e tendências**. São Paulo: Rideel; Brasília: UniCEUB, 2001.
 14. CABESTRÉ, Sonia Aparecida. **Contextualizando as relações públicas como atividade do campo profissional**, 2004. Disponível em <http://www.jornalismo.ufsc.br/redealcar/cd/grupos>.
 15. CHAVES, Sylla M. Relações públicas no Brasil. In: JAMERSON, Samuel Haig. **Relações públicas**. 2. ed. Fundação Getúlio Vargas, 1962.
 16. CHIZZOTTI, Antônio. A constituinte de 1823 e a educação. In: FÁVERO, Osmar (org.) **A educação nas Constituintes Brasileiras 1823-1988**. 2.ed. Campinas, SP: Autores Associados, 2001.

17. CONSELHO FERERAL DOS PROFISSIONAIS DE RELAÇÕES PÚBLICAS. **Resolução Normativa nº 43, de 2002**. CONFERP: Brasília, 2002. Disponível em <http://www.confERP.org.Br>. Acesso em 15 de setembro de 2004.
18. CONSELHO FERERAL DOS PROFISSIONAIS DE RELAÇÕES PÚBLICAS. **Código de Ética dos Profissionais de Relações Públicas**. CONFERP: Brasília, 2001. Disponível em <http://www.confERP.org.Br>. Acesso em 15 de setembro de 2004.
19. DENCKER, Ada de Freitas Maneti & VIÁ, Sarah Chucid da. **Pesquisa empírica em ciências humanas (com ênfase em comunicação)**. São Paulo: Futura, 2001.
20. DUARTE, Armia Escobar. Processos didáticos: a revolução necessária para a melhoria da qualidade no ensino. In: KUNSCH, Margarida M. Krohling. **O Ensino de comunicação: análises, tendências e perspectivas**. São Paulo: ABECOM/ECA/USP, 1992.
21. FARO, José Salvador. **A universidade fora de si: a Intercom e a organização dos estudos de comunicação no Brasil**. São Paulo: Intercom, 1992.
22. FONSECA, José Rubem. Origens e história das relações públicas. In: JAMERSON, Samuel Haig. **Relações Públicas**. 2.ed. Fundação Getúlio Vargas, 1962.
23. FRANÇA, Fábio; FERRARI, Maria Aparecida; TONDATO, Márcia P. Resultados preliminares de pesquisa sobre o estado da arte do ensino de relações públicas no Brasil. In: **Estudos de Jornalismo e Relações Públicas**. Vol. I, n.1 (jun.2003) São Bernardo do Campo: Umesp, 2003.
24. FREITAS, Sidinéia G.; FRANÇA, Fábio. **Manual de qualidade em projetos de comunicação**. São Paulo: Pioneira, 1997.

25. FREITAS, Antônio Francisco de. **Programas de Extensão do Curso de Comunicação 2002-2005** (Relatório Técnico). Universidade Federal de Alagoas/ DECOS: Maceió, 2005.
26. GIROUX, Henry. **Escola crítica e política cultural**. SP: Cortez: Autores Associados, 1988.
27. GREGO, Sônia Maria Duarte. Avaliação Institucional dos cursos de graduação. In: SGUISSARDI, Valdemar (org.). **Avaliação Universitária em questão: reformas do estado e da educação superior**. Campinas, SP: Autores Associados, 1997.
28. GUEDES, Enildo Marinho. **Curso de metodologia científica**. Curitiba: HD Livros, 1997.
29. GURGEL, J. B. Serra e. **Cronologia da evolução histórica das relações públicas**. Brasília, Linha Gráfica e Editora, 1985.
30. JÚNIOR, Tobias. Alagoanos prestam homenagem a Luiz Tojal. **O Repórter**, nº 33, Maceió, de 16/03 a 22/03 de 1996.
31. KUNSCH, Margaria Maria Krohling. **Relações públicas e modernidade: novos paradigmas na comunicação organizacional**. São Paulo: Summus, 1997.
32. _____. **A produção científica em Comunicação Organizacional e Relações Públicas nos Cursos de Pós-Graduação em Comunicação no Brasil (1970 a 2000)** In: Anais do XXV congresso brasileiro de ciências da comunicação. Salvador: Intercom, 2002.
33. LLOYD, Herbert e LLOYD, Peter. **Relações públicas: as técnicas de comunicação no desenvolvimento da empresa**. 2. ed. Lisboa: Presença, 1988.

34. LOPES, Maria Immacolata Vassalo. **Pesquisa em comunicação**. 7.ed. São Paulo: Edições Loyola, 2003.
35. MEDITSCH, Eduardo. **Ciespal trouxe progresso... e o problema quase insolúvel do comunicólogo**. (Artigo do III Ciclo de Estudos sobre a Escola Latino-americana de Comunicação). Disponível em <http://www.jornalismo.ufsc.br/bancodedados/meditsch-dilema.html>.
36. MELO, José Marques de. Modernidade ou anacronismo? Dilema do ensino de comunicação nos anos 90. In: KUNSCH, Margarida M. Krohling. **O Ensino de comunicação: análises, tendências e perspectivas**. São Paulo: ABECOM/ECA/USP, 1992.
37. _____. **Comunicação e Modernidade**. São Paulo: Edições Loyola, 1991.
38. _____. **História do pensamento comunicacional: cenários e personagens**. São Paulo: Paulus, 2003a.
39. _____. **Pensamento comunicacional alagoano**. Maceió: EDUFAL, 2003b.
40. MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. **Parecer de Reconhecimento nº 215/86**. MEC/CFE, Distrito Federal, 1986.
41. MOURA, Cláudia Peixoto de. **O curso de comunicação social no Brasil: do currículo mínimo às novas diretrizes curriculares**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2002a.
42. _____. **Situação do relações públicas em formação: caso FAMECOS/PUCRS (CD-room)**. In: Anais do XXV congresso brasileiro de ciências da comunicação. Salvador: Intercom, 2002b.

43. NEVES, Lúcia. Fordismo, desenvolvimentismo e a divisão do trabalho educacional no Brasil de 1930 a 1989. In. NEVES, Lúcia. **Brasil ano 2000: nova divisão de trabalho na educação**. 2.ed.São Paulo: Xamã, 2000.
44. NETO, Otávio Cruz. O trabalho de campo como descoberta e criação. In: Minayo, Maria Cecília de Souza (org.) **Pesquisa Social: teoria método e criatividade**. 10 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994.
45. OLIVEIRA, Fátima O. de.; WERBA, Graziela C. Representações Sociais. In: STREY, Marlene Neves *et al.* **Psicologia Social Contemporânea**.3.ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.
46. OLIVEIRA, Ivone de Lourdes. Currículo, um obstáculo? A autonomia curricular nos cursos de comunicação. In: KUNSCH, Margarida M. Krohling. **O Ensino de comunicação: análises, tendências e perspectivas**. São Paulo: ABECOM/ECA/USP, 1992.
47. OLIVEN, Arabela Campos. Histórico da Educação Superior no Brasil. In. SOARES, Maria Susana (coord.) **Educação Superior no Brasil**. Brasília: Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior, 2002.
48. PÁDUA, Elisabete Matallo Marchesini de. O trabalho monográfico como iniciação à pesquisa. In: CARVALHO, Maria Cecília Maringoni de (org). **Construindo o saber – metodologia científica: fundamentos e técnicas**. 2.ed. Campinas, SP: Papyrus, 1989.
49. PENTEADO, Sílvia Ângela Teixeira. **Identidade e poder na universidade**. 2.ed. São Paulo: Cortez; Santos, SP: Unisanta Editora, 1998.
50. PERUZZO, Cicília Krohling. **Relações públicas no modo de produção capitalista**. 2.ed. São Paulo: Summus,1986.

51. PIROLO, Maria Amélia Miranda. **A observação participante: uma alternativa para o profissional de Relações Públicas (CD-room)**. In: Anais do XXV congresso brasileiro de ciências da comunicação. Salvador: Intercom, 2002.
52. POYARES, Walter Ramos. **Comunicação Social e Relações Públicas**. 2.ed. Rio de Janeiro: Agir, 1974.
53. RIBEIRO, Darcy. **A universidade necessária**. 4.ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982.
54. SÁNCHEZ G. Joaquim. Investigación sobre la formación profesional de comunicadores sociales en América Latina. In: KUNSCH, Margarida M. Krohling. **O Ensino de comunicação: análises, tendências e perspectivas**. São Paulo: ABECOM/ECA/USP, 1992.
55. SANTOS, Reinaldo. **Vade-Mécum da comunicação**. 6. ed. Rio de Janeiro: Edições Trabalhistas, sd.
56. SCHWARTZMANN, Simon. O Futuro da educação superior no Brasil. In: PAIVA, Vanilda & WARDE, Mirian Jorge (orgs.). **Dilemas do ensino superior na América Latina**. Campinas, SP: Papyrus, 1994.
57. SENADO FEDERAL. **Projeto de Lei do Senado nº 324 de autoria do Senador Marco Maciel**. Distrito Federal: Senado Federal, 2005.
58. SILVA, Tomaz Tadeu da. **Documentos de Identidade: uma introdução às teorias do currículo**. 2.ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2003.
59. SIMÕES, Roberto Porto. **Relações públicas: função política**. 3.ed. São Paulo: Summus, 1995.

60. SOARES, Maria Susana (coord.) **Educação Superior no Brasil**. Brasília: Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior, 2002.
61. TORRES, Mirtes Vitoriano. **50 anos dos primeiros cursos regulares de relações públicas no Brasil**. Revista Comunicação e Sociedade ano 24, n. 39, São Bernardo do Campo: Editorada da Universidade Metodista de São Paulo, 2003.
62. TRINDADE, Hélgio. As metáforas da crise: da “universidade em ruínas” às “universidades na penumbra” na América Latina. In: GENTILI, Pablo. **Universidades na penumbra: neoliberalismo e reestruturação universitária**. São Paulo: Cortez, 2001
63. UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS. **Atas de Colação de Grau do Curso de Comunicação Social (1983 – 2004)**. Departamento de Assuntos Acadêmicos/Universidade Federal de Alagoas.
64. UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS. **Atas de Colação de Grau no Gabinete (1983 – 2004)**. Departamento de Assuntos Acadêmicos/Universidade Federal de Alagoas.
65. UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS. **Edital Nº 11/2002**. Coordenadoria Permanente do Vestibular - COPEVE/ UFAL: Maceió, 2002.
66. UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS. **Ofício Nº 284/88**. Reitoria/ UFAL: Maceió, 21 de abril de 1988.
67. UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS. **Ofício Nº 46/88**. Departamento de Comunicação Social/UFAL: Maceió, 12 de abril de 1998.
68. UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS. **Perfil sócio-econômico dos alunos ingressos na UFAL em 2001**. Pró-Reitoria de Planejamento/Universidade Federal de Alagoas: Maceió, 2001.

69. UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS. **Perfil sócio-econômico dos alunos ingressos na UFAL em 2002.** Pró-Reitoria de Planejamento/Universidade Federal de Alagoas: Maceió, 2002.
70. UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS. **Perfil sócio-econômico dos alunos ingressos na UFAL em 2003.** Pró-Reitoria de Planejamento/Universidade Federal de Alagoas: Maceió, 2003.
71. UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS. **Projeto de reestruturação do Currículo Seriado do Curso de Comunicação Social – UFAL.** Maceió, 1996.
72. UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS. **Relatório do levantamento bibliográfico do acervo de Relações Públicas.** Biblioteca Central/UFAL: Maceió, 2005.
73. UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS. **Termo de compromisso de Estágio.** Gabinete do Reitor: Maceió ,s/d.
74. VEIGA, Ilma Passos Alencastro; CARDOSO, Maria Helena Fernandes (orgs.). **Escola Fundamental, currículo e ensino.** 2.ed. Campinas, SP: Papirus, 1995.
75. VERÇOSA, Elcio de Gusmão Verçosa. **Existe uma cultura alagoana?** Maceió: Edições Catavento, 2002.
76. _____. **Cultura e educação nas Alagoas: história, histórias.** 3.ed. Maceió: Secretaria de Estado da Educação de Alagoas, 2001.
77. VROEIENSTIJN, A. L. **Melhoria de responsabilização: navegando entre Cila e Caríbdis - manual de avaliação externa da universidade brasileira.** Brasília: Conselho de Reitores das Universidades Brasileiras, 1996.

78. WANDERLEY, Luiz Eduardo. **O que é universidade**. 8.ed. São Paulo: Brasiliense, 1991.

Referências Infográficas

79. <http://alaic.incubadora.fapesp.br/portal>

80. http://www.10entudo.com.br/demo/geografia/desenvolvimento_humano_idh/index_1.html

81. http://www.abrp_sp.com.br

82. <http://www.conferp.org.br>

83. <http://www.cnpq.br>

84. <http://www.fundepes.br>

85. http://www.inep.gov.br/download/superior/sinaes/orientacoes_sinaes.pdf

86. <http://www.intercom.org.br>

87. <http://www.jornalismo.ufsc.br/redealcar>

88. <http://www.mec.gov.br>

89. <http://www.mundorp.com.br>

90. <http://www.portal-rp.com.br>

91. <http://www.sinprorp.org.br>

APÊNDICE

APÊNDICE A – QUADROS DEMONSTRATIVOS DA PESQUISA COM OS TRABALHOS DE CONCLUSÃO DE CURSO

APÊNDICE B – QUESTIONÁRIO APLICADO AOS CONCLUINTEES EM RELAÇÕES PÚBLICAS 2004

APÊNDICE C – TABELAS DEMONSTRATIVAS DOS RESULTADOS DA APLICAÇÃO DOS QUESTIONÁRIOS

APÊNDICE D – ROTEIRO DE ENTREVISTA DIRIGIDO AOS PROFESSORES

APÊNDICE E – GRADE CURRICULAR DO CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL, HABILITAÇÃO EM RELAÇÕES PÚBLICAS DA UFAL

APÊNDICE A – QUADROS DEMONSTRATIVOS DA PESQUISA COM OS TRABALHOS DE CONCLUSÃO DE CURSO

ANO 1985

Trabalhos de Conclusão de Curso de Comunicação Social, Habilitação em Relações Públicas	Individ.	Dupla	Trio	Quart	Nº de Pág	Área (s)
Valorização do Profissional de Relações Públicas.					105	A
Incremento da participação na Associação dos Moradores de Amigos da Jatiúca.					50	V
TOTAL DE TCCs: 2						média 77

OCORRÊNCIA DAS ÁREAS NOS TCCS DE 1985, NUM TOTAL DE 2 TCCs

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Z
1																				1			

ANO 1986

Trabalhos de Conclusão de Curso de Comunicação Social, Habilitação em Relações Públicas	Individ.	Dupla	Trio	Quart	Nº de Pág	Área (s)
Campanha de esclarecimento aos dirigentes de instituições privadas de Maceió, com mais de 200 funcionários, sobre Relações Públicas.					60	B
Proposta de reestruturação do setor de comunicação social no INAMPS/AL					62	B / C
TOTAL DE TCCs: 2						média 61

OCORRÊNCIA DAS ÁREAS NOS TCCS DE 1986, NUM TOTAL DE 2 TCCs

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Z
	2	1																					

ANO 1987

Trabalhos de Conclusão de Curso de Comunicação Social, Habilitação em Relações Públicas	Individ.	Dupla	Trio	Quart	Nº de Pág	Área (s)
Planejamento de uma Assessoria de Relações Públicas para a Prefeitura Municipal de Maceió					62	B / L
Relações Públicas numa empresa de extensão rural					40	L
Projeto Experimental Aeroturismo					-	B
Campanha de Relações Públicas no Centro de Hemoterapia e Hematologia de Alagoas –HEMOAL					60	B / M
Relações Públicas: Um conceito desviante					65	A
TOTAL DE TCCs 5						média 57

OCORRÊNCIA DAS ÁREAS NOS TCCS DE 1987, NUM TOTAL DE 5 TCCs

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Z
1	3									2	1												

ANO 1988

Trabalhos de Conclusão de Curso de Comunicação Social, Habilitação em Relações Públicas	Individ.	Dupla	Trio	Quart	Nº de Pág	Área (s)
Alternativas de Mudanças – rádio AM/ FM					40	D
A implantação de uma assessoria de Relações Públicas em uma empresa de captação de poupança e financiamento imobiliários					60	B / C
Turismo e Relações Públicas: Reflexões sobre Alagoas					70	X
Projeto: Presença do Relações Públicas no Governo do Estado de Alagoas					84	B / L
Implantação de uma assessoria de Relações Públicas na empresa Socôco S/A – Industrias Alimentícias					30	B / C
Projeto: Relações Públicas no contexto bancário					48	B
TOTAL DE TCCs: 6						média 55

OCORRÊNCIA DAS ÁREAS NOS TCCS DE 1988, NUM TOTAL DE 6 TCCs

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Z
	4	1	1							1												1	

ANO 1989

Trabalhos de Conclusão de Curso de Comunicação Social, Habilitação em Relações Públicas	Individ.	Dupla	Trio	Quart	Nº de Pág	Área (s)
Projeto: Plantão Agropecuário: Uma proposta de melhoria das Relações Públicas na Secretaria de Agricultura de Alagoas.					66	B / L
Campanha de preservação dos orelhões "não deixe a violência destruir amizades, cuide bem dos orelhões"					30	B / M
ABRP-AL/UFAL: Uma proposta de integração em prol das Relações Públicas em Alagoas					123	B / U
TOTAL DE TCCs: 3					média 73	

OCORRÊNCIA DAS ÁREAS NOS TCCS DE 1989, NUM TOTAL DE 3 TCCs

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Z
	3									1	1								1				

ANO 1990

Trabalhos de Conclusão de Curso de Comunicação Social, Habilitação em Relações Públicas	Individ.	Dupla	Trio	Quart	Nº de Pág	Área (s)
Reserva Florestal do IBAMA: Uma opção de Lazer					40	B / X
Análise da Comunicação organizacional da Casal mediante uma perspectiva das Relações Públicas					40	A / L
TOTAL DE TCCs: 2					média 40	

OCORRÊNCIA DAS ÁREAS NOS TCCs DE 1990, NUM TOTAL DE 2 TCCs

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Z
1	1									1												1	

ANO 1991

Trabalhos de Conclusão de Curso de Comunicação Social, Habilitação em Relações Públicas	Individ.	Dupla	Trio	Quart	Nº de Pág	Área (s)
A Comunicação Social na média e pequena empresa					40	B / C
O policial militar perante a comunidade alagoana					-	A / B
Implantação de uma assessoria de Relações Públicas na Secretaria de Comunicação Social do Estado de Alagoas					120	C / L
TOTAL DE TCCs: 3					média 80	

OCORRÊNCIA DAS ÁREAS NOS TCCs DE 1991, NUM TOTAL DE 3 TCCs

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Z
1	2	2								1													

ANO 1992

Trabalhos de Conclusão de Curso de Comunicação Social, Habilitação em Relações Públicas	Individ.	Dupla	Trio	Quart	Nº de Pág	Área (s)
Implementação de um setor de Relações Públicas no Maceió Mar Hotel					127	B / X
Projeto experimental em Relações Públicas, consultoria de Relações Públicas ao Lar São Domingos					100	B / C
Projeto: Sugestões teóricas para a implantação de um planejamento de Relações Públicas no Instituto Penal São Leonardo					140	B
Relações Públicas aplicada ao turismo: uma proposta para a EMATUR					84	B / X
TOTAL DE TCCs: 4					média 112	

OCORRÊNCIA DAS ÁREAS NOS TCCs DE 1992, NUM TOTAL DE 4 TCCs

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Z	
	4	1																					2	

ANO 1993

Trabalhos de Conclusão de Curso de Comunicação Social, Habilitação em Relações Públicas	Individ.	Dupla	Trio	Quart	Nº de Pág	Área (s)
Relações Públicas: a busca de um canal democrático de ouvidoria pública					250	L / P
Uma entidade a serviço da formação profissional em Alagoas					-	B / V
Organização, Execução e Avaliação do Encontro Nacional dos colaboradores do RENAC do Banco do Brasil S. A					56	H
A comunicação visual como instrumento das Relações Públicas					80	W
Uma contribuição para o atendimento aos públicos no Banco Econômico					-	B / O
A qualidade dos press-releases em Maceió					52	A / F
Relações Públicas no exército brasileiro 59º BIMTz					50	N / L
Assessoria de Relações Públicas no escritório jurídico tributário pacífico advogado: uma experiência prática					48	C
TOTAL DE TCCs: 8						média 89

OCORRÊNCIA DAS ÁREAS NOS TCCs DE 1993, NUM TOTAL DE 8 TCCs

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Z
1	2	1			1		1			2		1	1	1						1	1		

ANO 1994

Trabalhos de Conclusão de Curso de Comunicação Social, Habilitação em Relações Públicas	Individ.	Dupla	Trio	Quart	Nº de Pág	Área (s)
Estudo de viabilidade implantação de uma consultoria de Relações Públicas em Maceió					69	B / C
Assessoria de Relações Públicas numa organização filantrópica: relato de experiência e proposta de implantação					90	B / C
Política de comunicação na área hospitalar: uma proposta para a Santa Casa de Misericórdia de Maceió					56	B
Relações Públicas e Terceirização : serviços de consultoria junto a micro e pequenas empresas maceioenses					50	B / C
Relações Públicas aplicada ao turismo: uma proposta para a Transamérica Turismo					35	B / X
Proposta de reestruturação do processo de comunicação no espaço cultural Telasa					30	B
O profissional de Relações Públicas no atendimento ao consumidor no PECDH: o caso Procomum					62	A / O
O papel dos Relações Públicas na implantação dos programas de Qualidade Total					32	S / O
Proposta de implantação de uma assessoria de Relações Públicas na Delegacia Regional do Trabalho – DRT/AL					50	B / C
TOTAL DE TCCs: 9						média 52

OCORRÊNCIA DAS ÁREAS NOS TCCs DE 1994, NUM TOTAL DE 9 TCCs

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Z
1	7	4											2				1						1

ANO 1995

Trabalhos de Conclusão de Curso de Comunicação Social, Habilitação em Relações Públicas	Individ.	Dupla	Trio	Quart	Nº de Pág	Área (s)
Elaboração de uma campanha de Relações Públicas no NAV: Núcleo de Amor a Vida					123	M / B
Participação do profissional de Relações Públicas na política da Casal: uma experiência no setor de atendimento ao usuário SEATU					35	N / O
Proposta de implantação da comunicação visual intramuros da Universidade Federal de Alagoas					70	W
As novas tecnologias de comunicação e o futuro das Relações Públicas: uma visão da informática aplicada na comunicação organizacional					56	Z
Proposta de incrementação e viabilização da política de comunicação do Hospital da Criança e da Mulher Frei Fabiano					77	B

A comunicação falada e escrita : molas propulsoras das Relações Públicas					135	E / F
TOTAL DE TCCs: 6					média 82	

OCORRÊNCIA DAS ÁREAS NOS TCCs DE 2004, NUM TOTAL DE 6 TCCs

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Z	
1	2			1	1						1	1	1									1		1

ANO 1996 – Nenhum registro

ANO 1997

Trabalhos de Conclusão de Curso de Comunicação Social, Habilitação em Relações Públicas	Individ.	Dupla	Trio	Quart	Nº de Pág	Área (s)
Marketing de rede: Persuasão e Realidade Social					130	O
Relações Públicas do consumidor e Cidadania: um estudo exploratório no Shopping Iguatemi em Maceió - Alagoas					55	B / O
Comunicação na Universidade: Relações Públicas para melhorar a integração da sociedade					58	V
Igreja católica no rádio em Maceió: uma análise de sua mensagem					58	V / D
A comunicação dirigida a serviço de uma instituição religiosa: estudo de caso					36	E
Relações Públicas na prestação de serviços e fluxos comunicacionais em empresas de informática: uma análise sobre o setor de Relações Públicas da INFOTEC-AI					44	A / Z
Estudos direcionados da Relações Públicas sobre o evento Maceió Fest como fomento das atividades turísticas					64	A / X
TOTAL DE TCCs: 6					média 68	

OCORRÊNCIA DAS ÁREAS NOS TCCs DE 1997, NUM TOTAL DE 6 TCCs

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Z	
2	1		1	1									2								2		1	1

ANO 1998

Trabalhos de Conclusão de Curso de Comunicação Social, Habilitação em Relações Públicas	Individ.	Dupla	Trio	Quart	Nº de Pág	Área (s)
Jaraguá: uma herança presente: o profissional de Relações Públicas como incentivador da revitalização do patrimônio histórico do bairro de Jaraguá					40	B / V
Planejamento de eventos: Qualidade Total: Papel preponderante do Relações Públicas					90	B / H
Relações Públicas e compromisso social: a prática das Relações Públicas					55	B / V
Movimento dos Trabalhadores sem – teto – AI – Vídeo documental: um retrato de um povo					33	A / G
Relações Públicas e Marketing de relacionamento: um estudo de caso num grupo empresarial					60	A / O
Assessoria de Relações Públicas no Colégio Batista Alagoano					170	C
Proposta de um manual básico para a orientação do profissional de Relações Públicas na organização de eventos					61	B / F
Preservação e Divulgação do Turismo em Alagoas					56	X
TOTAL DE TCCs: 8					média 70	

OCORRÊNCIA DAS ÁREAS NOS TCCs DE 1998, NUM TOTAL DE 8 TCCs

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Z	
2	4	1			1	1	1						1								2		1	

ANO 1999

Trabalhos de Conclusão de Curso de Comunicação Social, Habilitação em Relações Públicas	Individ.	Dupla	Trio	Quart	Nº de Pág	Área (s)
Projeto de implantação do proextensão boletim informativo da pró-reitoria de extensão Ufal					27	B / F
A comunicação no processo de revitalização teatral em Alagoas: Estratégias na mídia impressa					39	B / F
A comunicação mercadológica aplicada as instituições hospitalares Públicas e filantrópicas					48	A / O
As funções do profissional de Relações Públicas na comunicação empresarial					84	A / S
O novo perfil do comunicador no processo de revolução empresarial					74	A / S

Estudo das infaces: Marketing x Relações Públicas no campo do Endomarketing					105	O
Comunicação no poder público local: diagnóstico de situação na Prefeitura de Maceió- Alagoas					34	A / L
A comunicação de pacientes psiquiátricos do Hospital Portugal Ramalho					84	A
Estudo sobre a marca de Maceió					48	A / W
TOTAL DE TCCs: 9						média 63

OCORRÊNCIA DAS ÁREAS NOS TCCs DE 1999, NUM TOTAL DE 9 TCCs

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Z	
6	2				2					1			2				2					1		

ANO 2000

Trabalhos de Conclusão de Curso de Comunicação Social, Habilitação em Relações Públicas	Individ.	Dupla	Trio	Quart	Nº de Pág	Área (s)
Voluntariado acadêmico: um olhar de Relações Públicas					35	A / V
Comunicação e Relações Públicas na Pastoral da Criança em Alagoas					23	A / B
Vida e Obra de Eduardo Pinheiro Lobo: Pioneirismo em Relações Públicas no Brasil					37	U
Relações Públicas e educação ambiental: intervenções num projeto para o vale do riacho Jacarecica					35	B / V
Relações Públicas e cultura organizacional: um fator humano nas empresas					37	N / S
Formas de Comunicação entre a equipe Multidisciplinar do Núcleo de Saúde da Família e a comunicação do Alto e Grota da Alegria					40	A / V
Comunicação especial: a Língua Brasileira de sinais vista sob a abordagem da semiótica					42	A / V
Análise da comunicação institucional no turismo do estado de Alagoas					61	A / X
Projeto Assessoria de imprensa para o tribunal eleitoral de Alagoas					42	C / L
MST: a imagem que a mídia não vê: vídeo documentário					30	D / V
TOTAL DE TCCs: 10						média 38

OCORRÊNCIA DAS ÁREAS NOS TCCs DE 2000, NUM TOTAL DE 10 TCCs

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Z
5	2	1	1							1		1							1	5	1		

ANO 2001

Trabalhos de Conclusão de Curso de Comunicação Social, Habilitação em Relações Públicas	Individ.	Dupla	Trio	Quart	Nº de Pág	Área (s)
A criação do primeiro manual de Relações Públicas					23	B / F
Padre Marcelo Rossi: o sacerdócio como fenômeno Midiático					91	A / D
Home page: uma gênese virtual					107	Z
Relações Públicas versus Marketing, além das interfaces					34	O
Ele ou Ela? Uma abordagem sobre a questão de gênero na moda					53	A
A política de comunicação do grupo gay de Alagoas e as eleições de 2000					54	A / N
Transmarketing: uma nova visão em Relações Públicas					41	O
A importância do profissional de Relações Públicas em defesa do consumidor e criação de uma assessoria de relações públicas no PROCON					64	C / P
TOTAL DE TCCs: 8						média 60

OCORRÊNCIA DAS ÁREAS NOS TCCs DE 2001, NUM TOTAL DE 8 TCCs

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Z
3	1	1	1		1							1	1	1									1

ANO 2002

Trabalhos de Conclusão de Curso de Comunicação Social, Habilitação em Relações Públicas	Individ.	Dupla	Trio	Quart	Nº de Pág	Área (s)
A comunicação por um fio: análise do Telemarketing sob a ótica das Relações Públicas					52	O
Relações Públicas no interior alagoano a experiência pioneira de Água Branca					49	U
Serviços e públicos das academias de ginástica de Maceió					61	A
" A vida que doa vida" um plano de comunicação para continuar vivendo					139	B

A Internet como ferramenta de comunicação no serviço público					29	Z / L
A comunicação para o direito do consumidor: proposta de implantação de um setor de comunicação social no PROCON - Alagoas					38	B / P
A comunicação institucional nas organizações do terceiro setor: a experiência da Associação dos Deficientes Físicos de Alagoas - ADEFAL					42	F / J
A retomada da Igreja Católica, no Brasil, através da televisão					67	D
" Potenciais e dificuldades da atividade turística em Alagoas"					49	X
Implantação de uma emissora de rádio comunitário no Centro de Assistência Social da Palestina José Nogueira de Melo					29	J
O enfoque sistêmico como solução para integrar os processos organizacionais					72	S
O Relações Públicas como profissional da cidadania					70	B
TOTAL DE TCCs: 12					média 57	

OCORRÊNCIA DAS ÁREAS NOS TCCs DE 2002, NUM TOTAL DE 12 TCCs

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Z
1	3		1		1				2				1	1			1	1				1	1

ANO 2003

Trabalhos de Conclusão de Curso de Comunicação Social, Habilitação em Relações Públicas	Individ.	Dupla	Trio	Quart	Nº de Pág	Área (s)
Comunicação social na doutrina espírita: Planejando a comunicação do grupo espírita Antônio de Padua (GEAP)					58	B
Troca: A realização do desejo					60	B / O
Plano de comunicação: projeto Alagoas presente					36	B / V
Relações Públicas, Gestão de pessoas e Endomarketing: uma leitura contemporânea					36	O / S
Comunicação e Responsabilidade Social Empresarial Case: Cipesa Engenharia S.A					37	N / V
Formas expressivas da contemporaneidade no ciberespaço: análise do projeto multireferencial					65	A / Z
Endomarketing: uma estratégia de Relações Públicas para a organização					31	O
Crise: como sua prevenção pode trazer benefícios a empresa sob ótica de Relações Públicas					50	B / N
Fidelizando o cliente através do CRM- Central de Relacionamento de Marketing: demonstrando essa política na gestão da TIM Nordeste					52	O
"Comunicação e satisfação do cliente interno case: Hospital UNIMED Maceió- Al"					37	N / O
Gestualidade no cerimonial e protocolo: subsídio para uma pesquisa aplicada					54	A / H
A importância das Relações Públicas no Marketing Político: Estudo de Caso com os candidatos ao Governo do Estado de Alagoas -2002					55	O / I
Comunicação interna como fator estratégico na administração da empresa					55	S
As Relações Públicas como atividade de apoio ao Marketing					67	O
Relações Públicas e a comunicação nas ONGs em Maceió					42	V
Pequena história do outdoor, com noções essenciais de produção e utilização					59	A / D
As pesquisas de opinião: uma proposta para a formação do profissional de Relações Públicas					36	A
TOTAL DE TCCs: 17					média 45	

OCORRÊNCIA DAS ÁREAS NOS TCCs DE 2003, NUM TOTAL DE 17 TCCs

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Z
4	4		1				1	1				3	7				2			3			1

ANO 2004

Trabalhos de Conclusão de Curso de Comunicação Social, Habilitação em Relações Públicas	Individ.	Dupla	Trio	Quart	Nº de Pág	Área (s)
Assessoria de comunicação para o mercado alagoano. Case : BCCOM comunicação					35	A / C
Uma proposta de Relações Públicas interna do Departamento Estadual de Trânsito de Alagoas					36	B / L
Liderança: sob a ótica da comunicação					40	S / N
Propaganda Nazista					51	M
Comunicação e Marketing individualizado no setor da moda: uma proposta de catalogo online					121	O / F
Requalificação da comunicação interna na organização. Case: Secretaria Municipal de finanças					51	N / B
Endomarketing como diferencial mercadológico. Case: Flávio Luz Veículos					40	O
Poleiro dos anjos					81	J
A contribuição da comunicação institucional na cultura organizacional					72	N
Ritual do poder: o cerimonial e suas implicações nas atividades governamentais em Alagoas					52	H / L
O cartão telefônico como suporte midiático em ações de responsabilidade social					52	F / O
Discurso e cotidiano; a violência segundo antigos moradores do vale do Reginaldo					52	A / E
Responsabilidade social empresarial: uma estratégia para o profissional de Relações Públicas					52	J / O
Uma proposta de assessoria de relações públicas na área médica para a fidelização de pacientes e clientes					45	C
Os sac's funcionam? uma experiência de contato com as indústrias alimentícias de Alagoas					43	A / O
Assessoria de comunicação para o mercado alagoano: BCCOM comunicação					35	C
A importância do profissional de Relações Públicas no Terceiro Setor					39	J
Política de comunicação e Marketing turístico. Case: Secretaria executiva de Turismo					60	O / X
Atendimento: um diferencial na organização hospitalar: o caso Santa Casa de Misericórdia e Maceió					51	A / O
Relações Públicas e Responsabilidade Social Empresarial. Case: Usina Coruripe S.A					34	J
As Relações Públicas e o turismo de eventos em Alagoas					35	X
A comunicação e as Relações Públicas no Banco do Brasil: Análise de modelo de Assessoria de comunicação de uma instituição bancária					34	A / C
TOTAL DE TCCs: 22						média 55

OCORRÊNCIA DAS ÁREAS NOS TCCs DE 2004, NUM TOTAL DE 22 TCCs

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Z
5	2	4	1	1	2		1		4	2	1	3	6				1					2	

ANO 2005

Trabalhos de Conclusão de Curso de Comunicação Social, Habilitação em Relações Públicas	Individ.	Dupla	Trio	Quart	Nº de Pág	Área (s)
Um olhar para o programa de saúde da família sob perspectiva das Relações Públicas					53	A
Preto e Branco: Agência experimental de comunicação social: um meio em prol dos movimentos sociais em Alagoas					93	J
Um RP na cozinha: projeto de comunicação e divulgação da tapioca como símbolo da gastronomia alagoana					81	M / B
Assessoria de comunicação em um órgão público: uma proposta para a cédula de desenvolvimento econômico do governo de Alagoas (SDE-AL)					63	C / L
As relações públicas na polícia militar de Alagoas: atribuições e perspectivas					46	A / L
Análise das políticas de Marketing de comunicação da ABYS Calçados: diagnóstico e propostas					123	A / O
Novas Tecnologias na comunicação empresarial: A internet como ferramenta das Relações Públicas na Pajuçara Sistema de Comunicação					61	Z
Relações Públicas X videoconferência: as tecnologias contemporâneas a serviço da comunicação institucional					92	G Z
A importância da renovação carismática católica em Cajueiro Alagoas: a experiência do grupo de oração Nossa Senhora do Livramento					53	A
Proposta de Comunicação integrada para o supermercado Carnes e Verdes: conquistando clientes e agregando valores					50	N / O
As mudanças na cultura comunicacional na rede Bompreço- Wat- Mart- um estudo de caso					41	N
Proposta para implantação de uma cartilha de Relações Públicas como instrumento informativo					47	F
Relações Públicas no planejamento estratégico para a construção da imagem organizacional: a experiência da TIM Nordeste Telecomunicações					42	B
Relações Públicas comunitária: projeto de Incentivo à leitura no bairro da Pitanguinha					51	J / B
Comunicação interna e cultura organizacional. Case: Escola Estadual Professor Almeida					51	N
Implantação de um projeto de comunicação no clube de orientação de Alagoas					82	B
Comunicação institucional e Marketing . case Braskem: Programa Lagoa Viva					63	O
As Relações Públicas motivando a participação dos pais nas atividades escolares: a experiência na escola de ensino fundamental Luiz Calheiros Júnior					51	O
1ª Jornada Alagoana de Relações Públicas: Identidade e Perspectivas da profissão					67	H
Atuação do conselho regional de Relações Públicas em Alagoas : uma proposta de dinamização					84	B / U
A importância da comunicação empresarial na fixação da imagem positiva de uma empresa: o caso Frascalli- Al					98	N
"A construção de um novo paradigma no atendimento aos públicos: o caso Clion"					80	B / O
A importância da pesquisa institucional: Revelando a cooperativa de colonização agropecuária e industrial de Pindorama					65	A
A requalificação da comunicação na organização: case J. Serv Administração de condomínios					60	B / N
TOTAL DE TCCs: 24						

OCORRÊNCIA DAS ÁREAS NOS TCCs DE 2005, NUM TOTAL DE 24 TCCs

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Z
5	7	1			1	1	1		2	2	1	5	O						1				2

APÊNDICE B – QUESTIONÁRIO APLICADO AOS CONCLUINTEs EM RELAÇÕES PÚBLICAS 2004



UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS
CENTRO DE EDUCAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO
MESTRADO EM EDUCAÇÃO BRASILEIRA
ORIENTADORA: DRª. MARIA ANTONIETA ALBUQUERQUE DE OLIVEIRA
MESTRANDO: WALDENEY ALCIDES

1. Como qualifica a Instituição onde está se habilitando em Relações Públicas ?

- 1.1 () Ótima
1.2 () Boa
1.3 () Ruim
1.4 () Péssima

2. Qualifique os aspectos do curso de Graduação:

	Ótimo	Bom	Regular	Péssimo
2.1 Instalações (Espaços, salas, acessos)				
2.2 Tecnologia (Laboratórios, equipamentos, computadores)				
2.3 Projeto Pedagógico/Currículo				
2.4 Professores (Qualificação, Didática, compromisso)				
2.5 Administração (Coordenação e Chefia)				
2.6 Acervo Bibliográfico (Biblioteca Central e Hemeroteca)				

3. Indique a participação, durante a graduação, nas seguintes atividades:

	sim	não
3.1 Estágio		
3.2 Projetos de pesquisa		
3.3 Projetos de Extensão		
3.4 Bolsista de trabalho na IES		
3.5 Monitoria		

4. Indique a quantidade de eventos (seminários, workshops, palestras, oficinas, congressos etc) que participou e que considera relevante para a formação:

- 4.1 () Nenhum 4.5 () 4 4.9 () 8
4.2 () 1 4.6 () 5 4.10 () 9
4.3 () 2 4.7 () 6 4.11 () 10
4.4 () 3 4.8 () 7 4.12 () Mais de 10

5. Seu TCC tem envolvimento com algum fenômeno ocorrente no mercado de trabalho ?

- 5.1 () Sim
5.2 () Não

6. Qual setor que oferece mais oportunidades para profissionais de RP em Alagoas?

- 6.1 () Indústria
6.2 () Comércio
6.3 () Serviços
6.4 () Terceiro Setor
6.5 () Não sabe informar

7. Possui ou já possuiu algum vínculo com o mercado de trabalho na área de RP?

- 7.1 () Sim
7.2 () Não

8. Quais aspectos da habilitação foram mais ofertados na graduação? (Poderá citar até dois aspectos)

_____ / _____

9. Quais temas gostaria que fossem ofertados em cursos ou palestras? (Poderá citar até dois temas)

_____ / _____

APÊNDICE C – TABELAS DEMONSTRATIVAS DOS RESULTADOS DA APLICAÇÃO DOS QUESTIONÁRIOS

Tabela 1 - Qualificação da instituição onde cursa a graduação

	VALOR ABSOLUTO	VALOR PERCENTUAL
ÓTIMO	0	0,00
BOM	14	41,00
RUIM	19	56,00
PÉSSIMA	1	3,00
TOTAL	34	100,00

Tabela 2 - Qualificação dos aspectos do curso de graduação

	VALOR ABSOLUTO	ÓTIMO	BOM	REGULAR	PÉSSIMO	TOTAL
INSTALAÇÕES		0	1	23	10	34
TECNOLOGIA		0	1	19	14	34
PROJETO PEDAGÓGICO/CURRÍCULO		0	15	15	4	34
PROFESSORES		3	18	13	0	34
ADMINISTRAÇÃO		0	9	22	3	34
ACERVO BIBLIOGRÁFICO		0	0	12	22	34

	VALOR PERCENTUAL	ÓTIMO	BOM	REGULAR	PÉSSIMO	TOTAL
INSTALAÇÕES		0,00	3,00	68,00	29,00	100,00
TECNOLOGIA		0,00	3,00	56,00	41,00	100,00
PROJETO PEDAGÓGICO CURRÍCULO		0,00	44,00	44,00	12,00	100,00
PROFESSORES		9,00	53,00	38,00	0,00	100,00
ADMINISTRAÇÃO		0,00	26,00	65,00	9,00	100,00
ACERVO BIBLIOGRÁFICO		0,00	0,00	35,00	65,00	100,00

Tabela 3 - Indicação de participação em atividades extracurriculares

	VALOR ABSOLUTO	SIM	NÃO	TOTAL
ESTÁGIO		19	15	34
PROJETOS DE PESQUISA		9	25	34
PROJETOS DE EXTENSÃO		12	22	34
BOLSISTA DE TRABALHO NA IES		5	29	34
MONITORIA		1	33	34

	VALOR PERCENTUAL	SIM	NÃO	TOTAL
ESTÁGIO		56,00	44,00	100,00
PROJETOS DE PESQUISA		26,00	74,00	100,00
PROJETOS DE EXTENSÃO		35,00	65,00	100,00
BOLSA DE TRABALHO NA IES		15,00	85,00	100,00
MONITORIA		3,00	97,00	100,00

Tabela 4 - Quantidade de eventos que já participou (seminários, workshops, palestras, oficinas, congressos, etc), que considera relevante para a formação.

	VALOR BSOLUTO	VALOR PERCENTUAL
NENHUMA	2	6,00
1	0	0,00
2	1	3,00
3	5	15,00
4	4	12,00
5	5	15,00
6	3	9,00
7	1	3,00
8	2	6,00
9	1	3,00
10	2	6,00
ACIMA DE 10	8	24,00
TOTAL	34	100,00

Tabela 5 - Envolvimento do TCC com algum fenômeno ocorrente no mercado de trabalho

	VALOR ABSOLUTO	VALOR PERCENTUAL
SIM	16	47,00
NÃO	18	53,00
TOTAL	34	100,00

Tabela 6 - Principal setor que acredita de onde partem mais oportunidades para os profissionais de RP em Alagoas

	VALOR ABSOLUTO	VALOR PERCENTUAL
INDÚSTRIA	5	15,00
COMÉRCIO	1	3,00
SERVIÇOS	12	35,00
TERCEIRO SETOR	10	29,00
NÃO SABE INFORMAR	6	18,00
TOTAL	34	100,00

Tabela 7 - Possui ou já possuiu algum vínculo com o mercado de trabalho na área de RP

	VALOR ABSOLUTO	VALOR PERCENTUAL
SIM	17	50,00
NÃO	17	50,00
TOTAL	34	100,00

Tabela 8 - Indicação dos aspectos da habilitação que têm sido mais ofertados na graduação

	VALOR ABSOLUTO	VALOR PERCENTUAL
NÃO SABE	15	44,00
PLANEJAMENTO	12	35,00
OPINIÃO PÚBLICA	1	3,00
COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL	4	12,00
TEORIAS	1	3,00
PESQUISA / ASSESSORIA	1	3,00
TOTAL	34	100,00

Tabela 9 - Temas que gostaria que fossem ofertados em curso e/ou palestras

	VALOR ABSOLUTO	VALOR PERCENTUAL
RH	1	3,00
MKT	2	6,00
NÃO SABE	7	21,00
INFORMÁTICA	1	3,00
3º SETOR	10	29,00
CERIMONIAL / EVENTOS	3	9,00
OMBUSDMAN	1	3,00
CULTURAL / SOCIAL	2	6,00
PLANEJAMENTO	1	3,00
SERVIÇO PÚBLICO	3	9,00
MERCADO DE TRABALHO	1	3,00
ESTÁGIO	1	3,00
TURISMO	1	3,00
TOTAL	34	100,00

APÊNDICE D – ROTEIRO DE ENTREVISTA DIRIGIDO AOS PROFESSORES



UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS
CENTRO DE EDUCAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO
MESTRADO EM EDUCAÇÃO BRASILEIRA
ORIENTADORA: D^{ra}. MARIA ANTONIETA ALBUQUERQUE DE OLIVEIRA
MESTRANDO: WALDENEY ALCIDES

LOCAL DE REALIZAÇÃO _____
DATA _____ HORA _____

ENTREVISTADO (A): _____

OBJETIVOS: Registrar a memória do curso, com informações que não constam em documentos. Apontar caminhos outros, pistas, pessoas que se envolveram no processo de abertura e reconhecimento do curso. Registrar a impressão que a coordenadora tem da situação do curso e da habilitação em Relações Públicas, seu currículo, problemáticas e potencialidades.

METODOLOGIA: estaremos munidos do projeto pedagógico do Curso (o último, de 1996) e das Diretrizes Curriculares para o Curso e a habilitação em Relações Públicas. Utilizaremos um gravador digital de voz, que possibilitará o arquivamento digital da entrevista.

PAUTA:

- Apresentação do projeto e dos objetivos da entrevista
- O histórico do curso – estimular um relato sucinto dos principais momentos do curso, instalação, reconhecimento, pessoas envolvidas.
- Situação atual do curso
 1. Perfil profissional pretendido
 2. Diretrizes curriculares (MEC)
 3. Projeto pedagógico/currículo/disciplinas
 4. Regime
 5. Instalações
 6. Professores
 7. Quantidade de alunos, turmas.
 8. Estágio
 9. Percepção quanto à inserção dos alunos no mercado de trabalho/egressos

**APÊNDICE E – GRADE CURRICULAR DO CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL,
HABILITAÇÃO EM RELAÇÕES PÚBLICAS DA UFAL**

Ano de oferta	Disciplinas e cargas horárias
1º ano	Teoria da Comunicação – 180h/a Antropologia Cultural – 60h/a Psicologia Geral e da Comunicação – 120h/a Sociologia geral e da Comunicação – 120h/a Filosofia – 120h/a Língua Portuguesa – 180h/a
2º ano	Comunicação Comparada – 60h/a Teoria e técnicas de Relações Públicas – 120h/a Estética e Cultura de Massa – 60h/a Laboratório de Redação para Relações Públicas I – 120h/a Laboratório de Comunicação Dirigida e Multimeios I – 120h/a Laboratório Interdisciplinar de Relações Públicas I – 120h/a Teoria Política – 120h/a Economia – 60h/a
3º ano	Laboratório de Redação para Relações Públicas II – 120h/a Laboratório de Pesquisa e Planejamento de RP I – 120h/a Laboratório Interdisciplinar de Relações Públicas II – 120h/a Laboratório de Comunicação Dirigida e Multimeios II – 120h/a Legislação e Ética de Relações Públicas – 80h/a Teoria e método da Pesquisa em Comunicação – 160h/a Realidade Sócio-Econômica e Política Brasileira e Regional – 80h/a
4º ano	Trabalho de Conclusão de Curso – 300h/a Laboratório de Pesquisa e Planejamento de RP II – 120h/a Laboratório de Comunicação Comunitária – 120h/a Laboratório de Comunicação Institucional – 120h/a Laboratório de Cultura Organizacional e Projeto de Empresa – 120h/a

ANEXO

ANEXO A – FICHA TÉCNICA DO CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DA UFAL

ANEXO B – PLANTA BAIXA DO DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DA UFAL

ANEXO C – DIRETRIZES CURRICULARES NACIONAIS PARA COMUNICAÇÃO SOCIAL E HABILITAÇÕES

ANEXO D – RESOLUÇÃO NORMATIVA Nº 47/02 DO CONSELHO FEDERAL DE PROFISSIONAIS DE RELAÇÕES PÚBLICAS

ANEXO E – PROJETO DE LEI DO SENADO Nº 324 DE 2005

ANEXO A – FICHA TÉCNICA DO CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DA UFAL

(Disponível em <http://www.prograd.ufal.br/cursos/comunicacaosocial.htm>)



COMUNICAÇÃO SOCIAL

Código do Curso: Nº 34

Documento de Reconhecimento: Portaria Ministerial Nº 327/86 Portaria Ministerial Nº 327/86

Objetivo:

Formar profissionais de Comunicação Social com capacitação técnica adequada e visão crítica do relacionamento social, habilitados para atuar nas áreas de Relações Públicas ou Jornalismo.

Campo de Trabalho:

No setor público: assessorias de imprensa, propaganda ou relações públicas de órgãos governamentais ou empresas estatais. Em organizações do setor privado: jornais, agências de publicidade e relações públicas, além de órgão de comunicação de empresas, sindicatos e associações.

Modalidade: Bacharelado

Regulamentação: Jornalismo: Decreto nº 972/69, Decreto nº 83.284/79.
Relações Públicas: Lei nº 5377/67, Decreto nº 63.283/68.

Título Conferido: Bacharel em Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo
Bacharel em Comunicação Social – Habilitação em Relações Públicas.

Turno de Funcionamento: Diurno e noturno

Vagas no Vestibular: Diurno Jornalismo = 30, Diurno Relações Públicas = 30,
Noturno Jornalismo = 20, Noturno Relações Públicas = 20

Integralização Curricular: Resolução nº 09/94 CEPE/UFAL

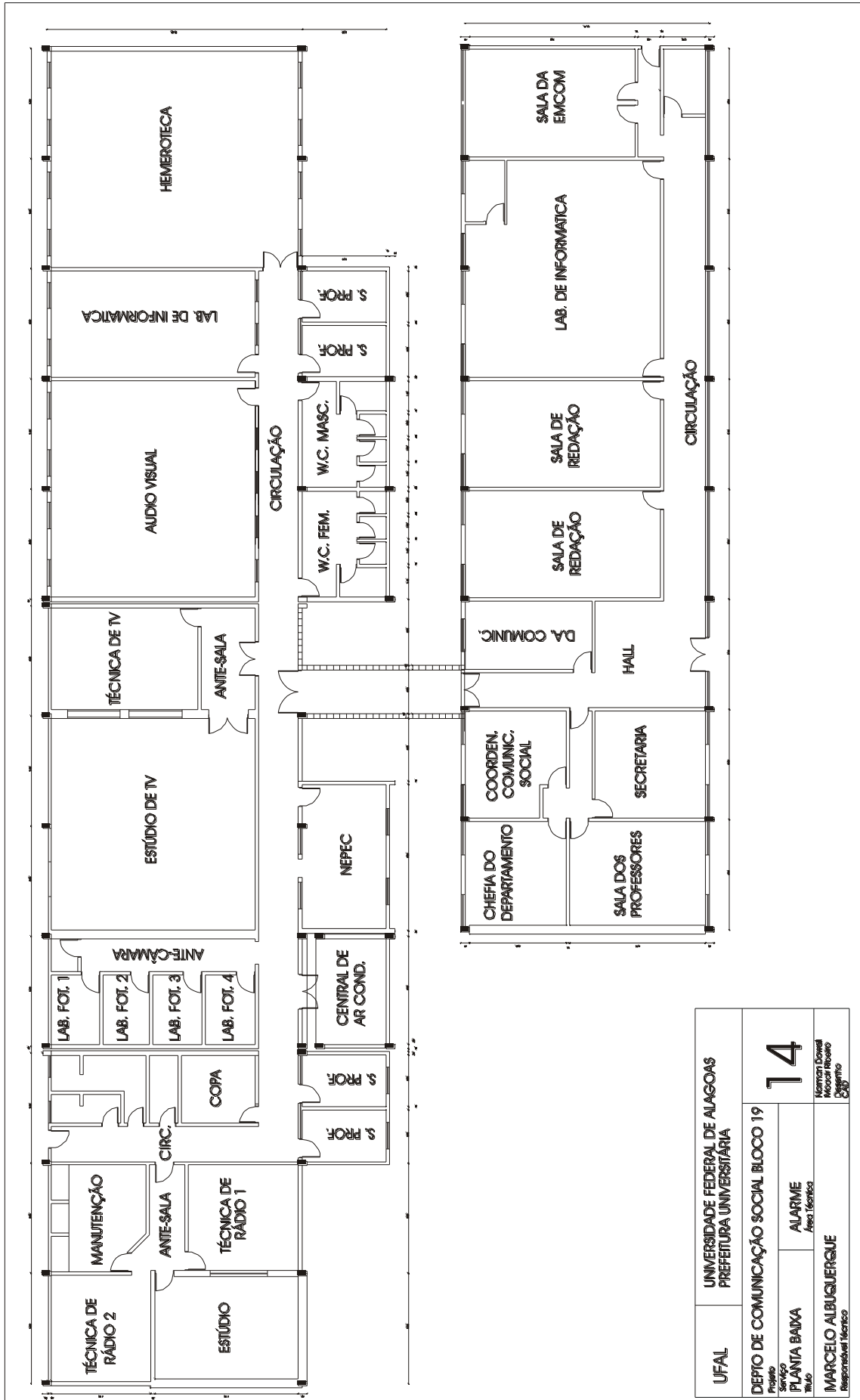
Carga Horária Total: Jornalismo, 3.380 h; Relações Públicas, 3.380 h

Duração do curso: Média: 4 anos / Máxima: 7 anos

Telefone: (82) 214-1532

E-mail da Coordenação: coordcom@ufal.br

ANEXO B – PLANTA BAIXA DO DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DA UFAL (Alterada)



UFAL	UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS PREFEITURA UNIVERSITÁRIA	14
DEPTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL BLOCO 19		<small>Norman Dwyer Mônica Ribeiro Dyanna Dwyer</small>
Projeto Serviço PLANTA BAIXA Título	ALARME <small>Área Técnica</small>	
Responsável Técnico MARCELO ALBUQUERQUE		

ANEXO C – DIRETRIZES CURRICULARES NACIONAIS PARA COMUNICAÇÃO SOCIAL E HABILITAÇÕES

(PARECER CNE/CES 492/2001 – HOMOLOGADO. Despacho do Ministro em 04/7//2001, publicado no Diário Oficial da União de 09/7/2001, Seção 1, p. 50.)



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO CONSELHO NACIONAL DE EDUCAÇÃO

INTERESSADO: Conselho Nacional de Educação/Câmara Superior de Educação		UF: DF
ASSUNTO: Diretrizes Curriculares Nacionais dos cursos de Filosofia, História, Geografia, Serviço Social, Comunicação Social, Ciências Sociais, Letras, Biblioteconomia, Arquivologia e Museologia		
RELATOR(A): Eunice Ribeiro Durham, Silke Weber e Vilma de Mendonça Figueiredo		
PROCESSO(S) N.º(S): 23001.000126/2001-69		
PARECER N.º: CNE/CES 492/2001	COLEGIADO: CES	APROVADO EM: 03/04/2001

I – RELATÓRIO

Trata o presente de diversos processos acerca das Diretrizes Curriculares Nacionais dos cursos de Filosofia, História, Geografia, Serviço Social, Comunicação Social, Ciências Sociais, Letras, Biblioteconomia, Arquivologia e Museologia remetidas pela SESu/MEC para apreciação da CES/CNE.

A Comissão constituída pelas Conselheiras Eunice Ribeiro Durham, Vilma de Mendonça Figueiredo e Silke Weber analisou as propostas provindas da SESu referentes aos cursos mencionados e procedeu a algumas alterações com o objetivo de adequá-las ao Parecer 776/97 da Câmara de Educação Superior, respeitando, no entanto, o formato adotado pelas respectivas Comissões de Especialistas que as elaboraram. A Comissão retirou, apenas de cada uma das propostas, o item relativo à duração do curso, considerando o entendimento de que o mesmo não constitui propriamente uma diretriz e será objeto de uma Resolução específica da Câmara de Educação Superior, o que foi objeto do Parecer CNE/CES 583/2001.

II – VOTO DO(A) RELATOR(A)

A Comissão recomenda a aprovação das propostas de diretrizes dos cursos mencionados na forma ora apresentada.

Brasília(DF), 03 de abril de 2001.

Conselheiro(a) Silke Weber – Relator(a)
Conselheiro(a) Eunice Ribeiro Durham
Conselheiro(a) Vilma de Mendonça Figueiredo

III – DECISÃO DA CÂMARA

A Câmara de Educação Superior aprova por unanimidade o voto do(a) Relator(a).

Sala das Sessões, em 03 de abril de 2001.

Conselheiro Arthur Roquete de Macedo – Presidente
Conselheiro Jose Carlos Almeida da Silva – Vice-Presidente

DIRETRIZES CURRICULARES PARA A ÁREA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL E SUAS HABILITAÇÕES

Introdução

Estas Diretrizes Curriculares da Área da Comunicação foram elaboradas procurando atender a dois objetivos fundamentais:

- b) **flexibilizar** a estruturação dos cursos, tanto para atender a variedades de circunstâncias geográficas, político-sociais e acadêmicas, como para ajustar-se ao dinamismo da área, e para viabilizar o surgimento de propostas pedagógicas inovadoras e eficientes;
- c) **estabelecer** orientações para a obtenção de padrão de qualidade na formação oferecida.

O presente texto estabelece um padrão básico de referência para todas as instituições que mantenham Cursos de Graduação em Comunicação com habilitações em Jornalismo, Relações Públicas, Publicidade e Propaganda, Cinema, Radialismo, Editoração, ou outras habilitações pertinentes ao campo da Comunicação que venham a ser criadas.

Diretrizes Curriculares

1. Perfil dos Formandos

PERFIL COMUM

O perfil comum do egresso corresponde a um objetivo de formação geral que deve ser atendido por todos os Cursos da área e em todas as habilitações de Comunicação, qualquer que seja sua ênfase ou especificidade. Trata-se de base que garanta a identidade do Curso como de Comunicação.

O egresso de Curso de Graduação em Comunicação, em qualquer de suas habilitações, caracteriza-se por:

1. sua capacidade de criação, produção, distribuição, recepção, e análise crítica referentes às mídias, às práticas profissionais e sociais relacionadas com estas, e a suas inserções culturais, políticas e econômicas;
2. sua habilidade em refletir a variedade e mutabilidade de demandas sociais e profissionais na área, adequando-se à complexidade e velocidade do mundo contemporâneo;
3. sua visão integradora e horizontalizada - genérica e ao mesmo tempo especializada de seu campo de trabalho possibilitando o entendimento da dinâmica das diversas modalidades comunicacionais e das suas relações com os processos sociais que as originam e que destas decorrem.
4. utilizar criticamente o instrumental teórico-prático oferecido em seu curso, sendo portanto competente para posicionar-se de um ponto de vista ético-político sobre o exercício do poder na comunicação, sobre os constrangimentos a que a comunicação pode ser submetida, sobre as repercussões sociais que enseja e ainda sobre as necessidades da sociedade contemporânea em relação à comunicação social.

Perfis Específicos

Os perfis específicos resultam das habilitações diferenciadas do campo da Comunicação, que se caracteriza por uma abrangência sobre diferentes meios, linguagens e práticas profissionais e de pesquisa e, na atualidade, por envolver um acelerado dinamismo social e tecnológico. Para assegurar o desenvolvimento histórico desta área de formação, estudos e exercício profissional, serão desenvolvidas habilitações com uma variedade de perfis específicos. Estas habilitações, definidoras dos perfis específicos, se organizam conforme as seguintes premissas:

- a) é mantida a referência básica às habilitações historicamente estabelecidas: jornalismo, relações públicas, publicidade e propaganda, radialismo, editoração, e cinema (assim como à sua denominação alternativa, cinema e vídeo);
- b) podem ser criadas ênfases específicas em cada uma destas habilitações, que serão então referidas pela denominação básica, acrescida de denominação complementar que caracterize a ênfase adotada;
- c) podem ser criadas novas habilitações pertinentes ao campo da Comunicação.

As habilitações referidas nos itens "b" e "c" acima serão reconhecidas como pertinentes ao campo da Comunicação na medida em que contemplem :

- a dimensão e a complexidade temática e de objeto de estudo;
- a existência de vinculações profissionais e conceituais com o campo da Comunicação;
- a delimitação de uma habilitação específica, que comporte linguagem e práticas profissionais próprias.

PERFIS ESPECÍFICOS POR HABILITAÇÃO

Para as habilitações já estabelecidas, além do perfil comum relacionado no item anterior, devem se objetivar os perfis a seguir explicitados:

Jornalismo

O perfil do egresso em Jornalismo se caracteriza :

1. pela produção de informações relacionadas a fatos, circunstâncias e contextos do momento presente;
2. pelo exercício da objetividade na apuração, interpretação, registro e divulgação dos fatos sociais;
3. pelo exercício da tradução e disseminação de informações de modo a qualificar o senso comum;
4. pelo exercício de relações com outras áreas sociais, culturais e econômicas com as quais o jornalismo faz interface.

Relações Públicas

O perfil do egresso em Relações Públicas se caracteriza:

1. pela administração do relacionamento das organizações com seus diversos públicos, tanto externos como internos;
2. pela elaboração de diagnósticos, prognósticos, estratégias e políticas voltadas para o aperfeiçoamento das relações entre instituições, grupos humanos organizados, setores de atividades públicas ou privadas, e a sociedade em geral;
3. pelo exercício de interlocução entre as funções típicas de relações públicas e as demais funções profissionais ou empresariais existentes na área da Comunicação.

Radialismo

O perfil do egresso em Radialismo se caracteriza:

1. pela percepção, interpretação, recriação e registro da realidade social, cultural e da natural através de som e imagem ;
2. pelas formulações audiovisuais habituais, documentárias, de narração, musicais, descritivas, expositivas, ou quaisquer outras adequadas aos suportes com que trabalha;
3. pelo domínio técnico, estético e de procedimentos expressivos pertinentes a essa elaboração audiovisual;
4. pela atividade em emissoras de rádio ou televisão ou quaisquer instituições de criação, produção, desenvolvimento e interpretação de materiais audiovisuais;
5. pelo exercício de interlocução entre as funções típicas de radialismo e as demais funções profissionais ou empresariais da área da Comunicação.

Publicidade e Propaganda

O perfil do egresso em Publicidade e Propaganda se caracteriza:

1. pelo conhecimento e domínio de técnicas e instrumentos necessários para a proposição e execução de soluções de comunicação eficazes para os objetivos de mercado, de negócios de anunciantes e institucionais;
2. pela tradução em objetivos e procedimentos de comunicação apropriados os objetivos institucionais, empresariais e mercadológicos;
3. pelo planejamento, criação, produção, difusão e gestão da comunicação publicitária, de ações promocionais e de incentivo, eventos e patrocínio, atividades de marketing, venda pessoal, design de embalagens e de identidade corporativa, e de assessoria publicitária de informação.

Editoração

O perfil do egresso em Editoração se caracteriza:

1. pela gestão e produção de processos editoriais, de multiplicação, reprodução e difusão, que envolvam obras literárias, científicas, instrumentais e culturais;
2. pelo desenvolvimento de atividades relacionadas à produção de livros e impressos em geral, livros eletrônicos, CDROMs e outros produtos multimídia, vídeos, discos, páginas de Internet, e quaisquer outros suportes impressos, sonoros, audiovisuais e digitais;
3. pelo domínio dos processos editoriais, tais como planejamento de produto, seleção e edição de textos, imagens e sons, redação e preparação de originais, produção gráfica e diagramação de impressos, roteirização de produtos em diferentes suportes, gravações, montagens, bem como divulgação e comercialização de produtos editoriais.

Cinema

O perfil do egresso da habilitação em Cinema (com esta denominação ou na denominação alternativa Cinema e Vídeo) se caracteriza:

1. pela produção audiovisual nas bitolas e formatos cinematográficos, videográficos, cinevideográficos ou digitais, incluindo-se nessa produção direção geral, direção de arte, direção de fotografia, elaboração de argumentos e roteiros,

montagem/edição, animação, continuidade, sonorização, finalização e demais atividades relacionadas; e ainda pela preservação e fomento da memória audiovisual da nação;

2. pela percepção, interpretação, recriação e registro cinematográfico de aspectos da realidade social, cultural, natural de modo a torná-las disponíveis à sociedade por intermédio de estruturas narrativas, documentárias, artísticas, ou experimentais;
3. pela iniciativa e pela participação na discussão pública sobre a criação cinematográfica e videográfica no país e no mundo, através de estudos críticos e interpretativos sobre produtos cinematográficos, sobre a história das artes cinematográficas, e sobre as teorias de cinema;
4. pelo desenvolvimento de atividades e especialidades de produção cinematográfica e videográfica;
2. *Competência e Habilidades*

Assim como os perfis dos egressos, organizados em uma parte geral comum e uma parte específica por habilitação, as competências e habilidades também comportam dois níveis, um geral para todas as profissões e formações do campo da Comunicação e um especializado por habilitação.

A) Gerais

As competências e habilidades gerais para os diferentes perfis são as seguintes:

1. assimilar criticamente conceitos que permitam a apreensão de teorias;
2. usar tais conceitos e teorias em análises críticas da realidade;
3. posicionar-se de modo ético-político;
4. dominar as linguagens habitualmente usadas nos processos de comunicação, nas dimensões de criação, de produção, de interpretação e da técnica;
5. experimentar e inovar no uso destas linguagens;
6. refletir criticamente sobre as práticas profissionais no campo da Comunicação;
7. ter competência no uso da língua nacional para escrita e interpretação de textos gerais e especializados na área.

B) Específicas por Habilitação

Além das competências e habilidades gerais acima referidas, há que se promover o desenvolvimento de competências específicas.

Jornalismo

- registrar fatos jornalísticos, apurando, interpretando, editando e transformando-os em notícias e reportagens;
- interpretar, explicar e contextualizar informações;
- investigar informações, produzir textos e mensagens jornalísticas com clareza e correção e editá-los em espaço e período de tempo limitados;
- formular pautas e planejar coberturas jornalísticas;
- formular questões e conduzir entrevistas;
- relacionar-se com fontes de informação de qualquer natureza;
- trabalhar em equipe com profissionais da área;
- compreender e saber sistematizar e organizar os processos de produção jornalística;
- desenvolver, planejar, propor, executar e avaliar projetos na área de comunicação jornalística;
- avaliar criticamente produtos, práticas e empreendimentos jornalísticos;
- compreender os processos envolvidos na recepção de mensagens jornalísticas e seus impactos sobre os diversos setores da sociedade;
- buscar a verdade jornalística, com postura ética e compromisso com a cidadania;
- dominar a língua nacional e as estruturas narrativas e expositivas aplicáveis às mensagens jornalísticas, abrangendo-se leitura, compreensão, interpretação e redação;
- dominar a linguagem jornalística apropriada aos diferentes meios e modalidades tecnológicas de comunicação;

Relações Públicas

- desenvolver pesquisas e auditorias de opinião e imagem;
- realizar diagnósticos com base em pesquisas e auditorias de opinião e imagem;
- elaborar planejamentos estratégicos de comunicação institucional;
- estabelecer programas de comunicação estratégica para criação e manutenção do relacionamento das instituições com seus públicos de interesse;
- coordenar o desenvolvimento de materiais de comunicação, em diferentes meios e suportes, voltados para a realização dos objetivos estratégicos do exercício da função de Relações Públicas;
- dominar as linguagens verbais e audiovisuais para seu uso efetivo a serviço dos programas de comunicação que desenvolve;
- identificar a responsabilidade social da profissão, mantendo os compromissos éticos estabelecidos;
- assimilar criticamente conceitos que permitam a compreensão das práticas e teorias referentes às estratégias e processos de Relações Públicas.

Radialismo

- gerar produtos audiovisuais em suas especialidades criativas, como escrever originais ou roteiros para realização de projetos audiovisuais; adaptar originais de terceiros; responder pela direção, realização e transmissão de programas audiovisuais; editar e finalizar programas analógicos ou digitais;
- saber como planejar, orçar e produzir programas para serem gravados ou transmitidos; 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, como rádio e televisão, em formatos de divulgação presencial, como vídeo e gravações sonoras, e em formatos típicos de inserção em sistemas eletrônicos em rede, como CDROMs e outros produtos digitais;
- compreender as incidências culturais, éticas, educacionais e emocionais da produção audiovisual mediatizada em uma sociedade de comunicação;
- assimilar criticamente conceitos que permitam a compreensão das práticas e teorias referentes à área audiovisual.

Cinema (ou Cinema e Vídeo)

- gerar produtos cinematográficos em suas especialidades criativas, como direção geral, direção de arte, direção de fotografia, argumento e roteiro, montagem/edição, animação, continuidade, sonorização, finalização, e outras atividades relacionadas;
- promover a geração e disseminação de produtos cinematográficos em suas especialidades de gestão, como produção, distribuição, exibição, divulgação, e outras atividades relacionadas;
- dominar as diversas técnicas audiovisuais envolvidas nos processos de criação cinematográfica, em qualquer de seus suportes, e nos processos de divulgação;
- interagir com áreas vizinhas à criação e divulgação cinematográfica, como a televisão, o rádio, as artes performáticas e as novas mídias digitais;
- avaliar, quantificar, formar e influenciar o gosto público no que diz respeito ao consumo de produtos audiovisuais;
- inovar e reinventar alternativas criativas e mercadológicas para a produção de filmes e vídeos;
- interpretar, analisar, explicar e contextualizar a linguagem cinematográfica apropriada aos diferentes meios e modalidades da comunicação audiovisual;
- compreender os processos cognitivos envolvidos na produção, emissão e recepção da mensagem cinematográfica e seus impactos sobre a cultura e a sociedade;
- articular as práticas cinematográficas, em seus aspectos técnicos e conceituais, à produção científica, artística e tecnológica que caracteriza nossa cultura, e ao exercício do pensamento em seus aspectos estéticos, éticos e políticos;
- assimilar criticamente conceitos que permitam a compreensão das práticas e teorias referentes à criação, produção e circulação cultural do Cinema.

Publicidade e Propaganda

- ordenar as informações conhecidas e fazer diagnóstico da situação dos clientes;
- realizar pesquisas de consumo, de motivação, de concorrência, de argumentos etc;
- definir objetivos e estratégias de comunicação como soluções para problemas de mercado e institucionais dos anunciantes;
- conceber meios de avaliar e corrigir resultados de programas estabelecidos;
- executar e orientar o trabalho de criação e produção de campanhas de propaganda em veículos impressos, eletrônicos e digitais;
- realizar e interpretar pesquisas de criação como subsídio para a preparação de campanhas publicitárias;
- dominar linguagens e competências estéticas e técnicas para criar, orientar e julgar materiais de comunicação pertinentes a suas atividades;
- planejar, executar e administrar campanhas de comunicação com o mercado, envolvendo o uso da propaganda e de outras formas de comunicação, como a promoção de vendas, o merchandising e o marketing direto;
- identificar e analisar as rápidas mudanças econômicas e sociais em escala global e nacional que influem no ambiente empresarial;
- identificar a responsabilidade social da profissão, mantendo os compromissos éticos estabelecidos;
- assimilar criticamente conceitos que permitam a compreensão das práticas e teorias referentes à publicidade e à propaganda.

Editoração

- dominar processos de edição de texto tais como: resumos, apresentações, textos de capa de livros, textos de revistas, textos que acompanham edições sonoras, audiovisuais e de multimídia, textos para publicações digitais, tratamento de textos didáticos e para-didáticos, textos de compilação, de crítica e de criação;
- dominar a língua nacional e as estruturas de linguagem aplicáveis a obras literárias, científicas, instrumentais, culturais e de divulgação em suas diferentes formas: leitura, redação, interpretação, avaliação e crítica;
- atentar para os diferentes níveis de proficiência dos públicos a que se destinam as produções editoriais;
- ter competências de linguagem visual, como o conhecimento de produção de imagens pré-fotográficas, fotográficas e pós-fotográficas e os principais processos de design gráfico, desde tipologias até edição digital;
- ter competências de linguagem de multimídia, como o conhecimento de processos de produção de registros sonoros, videográficos e digitais, tais como CDs, vídeos, edição de páginas e outras publicações em Internet;
- desenvolver ações de planejamento, organização e sistematização dos processos editoriais, tais como o acompanhamento gráfico de produtos editoriais, seleção de originais, projetos de obras e publicações, planejamento e organização de séries e de coleções, planejamento de distribuição, veiculação e tratamento publicitário de produtos editorial;
- ter conhecimentos sobre a história do livro, a história da arte e da cultura;
- fazer avaliações críticas das produções editoriais e do mercado da cultura.
- agir no sentido de democratização da leitura e do acesso às informações e aos bens culturais.
- assimilar criticamente conceitos que permitam a compreensão das práticas e teorias referentes aos processos de Editoração.

3. Conteúdos Curriculares

Os conteúdos curriculares são diferenciados em Conteúdos Básicos e Conteúdos Específicos. Os conteúdos básicos são aqueles relacionados tanto à parte comum do curso quanto às diferentes habilitações. Os conteúdos específicos são aqueles que cada instituição, livremente, deve eleger para organizar seu currículo pleno, tendo como referência os objetivos e os perfis comum e específicos anteriormente definidos.

a. Conteúdos Básicos

Os conteúdos básicos são caracterizadores da formação geral da área, devendo atravessar a formação dos graduandos de todas as habilitações. Envolvem tanto conhecimentos teóricos como práticos, reflexões e aplicações relacionadas ao campo da Comunicação e à área configurada pela habilitação específica. Estes conhecimentos são assim categorizados: conteúdos teórico-conceituais; conteúdos analíticos e informativos sobre a atualidade; conteúdos de linguagens, técnicas e tecnologias midiáticas, conteúdos ético-políticos.

b. Conteúdos Específicos

Os conteúdos específicos serão definidos pelo colegiado do curso, tanto para favorecer reflexões e práticas no campo geral da Comunicação, como para incentivar reflexões e práticas da habilitação específica.

Cada habilitação correspondendo a recortes dentro do campo geral da Comunicação, organiza conhecimentos e práticas profissionais, aborda questões teóricas, elabora críticas, discute a atualidade e desenvolve práticas sobre linguagens e estruturas.

4. Estágios e Atividades Complementares

O Estágio orientado por objetivos de formação refere-se a estudos e práticas supervisionados em atividades externas à unidade de oferecimento do Curso. As atividades complementares realizadas sob a supervisão de um docente buscam promover o relacionamento do estudante com a realidade social, econômica e cultural, e de iniciação à pesquisa e ao ensino.

Tais tipos de ação pedagógica caracterizam mecanismos de interação com o mundo do trabalho, assim como o confronto com possibilidades metodológicas visando a promoção de uma formação complexa.

Assim, além das disciplinas típicas e tradicionais da sala de aula e de práticas ditas laboratoriais, segundo o padrão de turma/docente/horas-aula semanais, podem ser previstas Atividades Complementares, com atribuição de créditos ou computação de horas para efeito de integralização do total previsto para o Curso, tais como:

- programas especiais de capacitação do estudante (tipo CAPES/PET);
- atividades de monitoria;
- outras atividades laboratoriais além das já previstas no padrão turma/horas-aula;
- atividades de extensão;
- atividades de pesquisa etc.

O que caracteriza este conjunto de atividades é a flexibilidade de carga horária semanal, com controle do tempo total de dedicação do estudante durante o semestre ou ano letivo. Esta flexibilidade horária semanal deverá permitir a:

- a) adoção de um sistema de creditação de horas baseada em decisões específicas para cada caso, projeto ou atividade específica, e em função do trabalho desenvolvido;
- b) ênfase em procedimentos de orientação e/ou supervisão pelo docente;
- c) ampliação da autonomia do estudante para organizar seus horários, objetivos e direcionamento.

O número máximo de horas dedicadas a este tipo de atividades não pode ultrapassar 20% do total do curso, não incluídas nesta porcentagem de 20% as horas dedicadas ao Trabalho de Conclusão de Curso (ou Projetos Experimentais).

5. Estrutura do Curso

O curso de Comunicação Social pode ser oferecido por créditos, havendo, no entanto, atenção para uma seqüência equilibrada de conteúdos curriculares e acompanhamento planejado da formação.

Na oferta seriada importa considerar, além de uma seqüência harmônica e lógica, a flexibilidade de caminhos alternativos.

Na organização modular, deverá ser esclarecido o seu modo de inserção na estrutura geral do curso.

6. Acompanhamento e Avaliação

A avaliação é periódica e se realiza em articulação com o Projeto Acadêmico do curso sob três ângulos:

- b) pertinência da estrutura do Curso, observando o fundamento de suas propostas e a adequação dos meios postos em ação para realizá-las;
 - c) aplicação dos critérios definidos pelo colegiado de curso, para a sua avaliação;
- mecanismos de acompanhamento e avaliação externa e interna do próprio curso.

**ANEXO D – RESOLUÇÃO NORMATIVA Nº 43 DE 2002 DO CONSELHO
FEDERAL DE PROFISSIONAIS DE RELAÇÕES PÚBLICAS**
(Publicada no DOU - Nº 209 - Seção 1- Páginas: 190 a 191 Data: 28 /10/02)

RESOLUÇÃO NORMATIVA N.º 43, DE 24 DE AGOSTO DE 2002

**Define as funções e atividades privativas dos
profissionais de Relações Públicas**

O Conselho Federal de Profissionais de Relações Públicas – CONFERP no uso das atribuições que lhe confere o art. 9.º, alínea “r” do Decreto 68.582, de 04.05.71, e

-considerando as disposições constantes nas alíneas "b", "c", "e", e "g" do art. 2.º do Decreto-Lei 860, de 11 de setembro de 1969, combinadas com as constantes no art. 3.º e nas alíneas "a", "b", "d", e "e" do art. 9º do Decreto 68.582, de 04 de maio de 1971;

-considerando a necessidade de se prestarem esclarecimentos sobre dúvidas e questões surgidas nos Conselhos Regionais quanto à aplicação de normas legais pertinentes à profissão, conforme dispõe a alínea “d” do Decreto 68.582,

RESOLVE:

Art. 1.º - Esta Resolução contém a definição das funções privativas e as atividades específicas do profissional de Relações Públicas, nos termos da Lei 5.377 e de seu Regulamento.

§ 1.º - Todas as ações de uma organização de qualquer natureza no sentido de estabelecer e manter, pela comunicação, a compreensão mútua com seus públicos são consideradas de Relações Públicas e, portanto, não se subordinam a nenhuma outra área ou segmento.

§ 2.º- Relações Públicas são definidas como uma filosofia administrativa organizacional, com funções administrativas de direção e de comunicação, independentemente de nomenclaturas de cargos e funções que venham a ser adotadas.

§ 3.º- Relações Públicas caracterizam-se pela aplicação de conceitos e técnicas de:

I)comunicação estratégica, com o objetivo de atingir de forma planejada os objetivos globais e os macro-objetivos para a organização;

II)comunicação dirigida, com o objetivo de utilizar instrumentos para atingir públicos segmentados por interesses comuns;

III)comunicação integrada, com o objetivo de garantir a unidade no processo de comunicação com a concorrência dos variados setores de uma organização.

§ 4.º- Nesta resolução entende-se por :

I - Lei 5.377: A Lei 5.377, de 11 de dezembro de 1967;

II - Regulamento: O Regulamento da profissão baixado pelo Decreto 63.283, de 26 de setembro de 1968, que disciplina o exercício da Profissão de Relações Públicas de que trata a Lei 5.377;

III - DL-860: O Decreto-Lei 860, de 11 de setembro de 1969, que dispõe sobre a constituição do Conselho Federal e dos Conselhos Regionais de Profissionais de Relações Públicas;

IV - Dec-68.582: O Decreto 68.582, de 04 de maio de 1971, que regulamenta o DL-860;

V - RN: Resolução Normativa do Conselho Federal de Profissionais de Relações Públicas;

VI - Atividades específicas ou privativas: as especificadas no art. 2.º da Lei 5.377 e no art. 4.º do Regulamento;

VII - Funções específicas ou privativas: as definidas por esta RN em consonância com as atividades específicas;

VIII – Organização: grupamento organizacional, seja ele classificado como micro, de pequeno, médio ou de grande porte e de qualquer ramo de atividade, público, privado ou misto, com ou sem fins lucrativos;

IX – Empresa: o termo é aplicado para identificar uma organização do ramo industrial, comercial ou de serviços e que tenha fins lucrativos;

X - Comunicação:

a)Institucional, aquela criada exclusivamente para formar imagem positiva em torno de uma organização, empresa, pessoa,

ou, ainda, em torno de algo ou alguma coisa. A comunicação institucional, com este escopo, está ligada ao nível de abordagem do assunto tratado e ao tipo de linguagem adotada para transmitir informações de uma determinada organização. O nível de abordagem deve ter a amplitude necessária à representação do conjunto de conceitos de uma organização, como filosofia, valores, missão, visão, políticas, pensamentos, condutas, posturas e atitudes, tanto do ponto de vista ético-moral quanto administrativo, em todos os níveis da organização. A linguagem institucional é aquela que trata esses assuntos com isenção comercial ou mercadológica, atendo-se, apenas, a identificar, demonstrar e apresentar os conceitos ligados aos temas próprios da organização, com a intenção de informar e satisfazer os interesses de um ou mais públicos ligados à empresa e os dela próprios;

b) Corporativa, aquela com as mesmas características e objetivos da comunicação institucional, com a particularidade de estar ligada exclusivamente à alta administração das organizações;

c) Organizacional, a ação estratégica de uma organização, elaborada com base no diagnóstico global e em uma visão geral da organização, levando-se em consideração o processo de relacionamento entre a organização e os seus públicos, individual ou simultaneamente;

d) Pública ou Cívica, a que promove o fluxo da informação entre as necessidades da sociedade e aquelas que estão disponíveis nas instituições públicas que são, por natureza, as portadoras do interesse coletivo;

XI – Pesquisa: processo interativo de levantamento de dados e informações de interesse de uma organização sendo:

a) Quantitativa, quando analisa informações com base em identificação numérica e percentual de opiniões de entrevistados;

b) Qualitativa, quando analisa informações com profundidade maior do que apenas a identificação numérica e percentual de opiniões de entrevistados. Pode ser o resultado das opiniões individuais ou de grupo, levando-se em conta, além da opinião, o conhecimento, a percepção e as expectativas dos entrevistados;

XII) Pesquisa de opinião:

processo de comunicação e interação voltado para o levantamento de informações e identificação de opiniões a fim de obter, pela tabulação e cruzamento de dados, uma análise quantitativa que indique a natureza de uma organização. Esse resultado oferece elementos percentuais que orientam a tomada de decisão pela área de comunicação;

XIII) Auditoria de Opinião:

técnica específica de relações públicas que levanta informações buscando-se a manifestação de opiniões dos entrevistados de maneira informal e espontânea. Processo de comunicação e interação voltado para o levantamento de informações e identificação de opiniões, percepções e expectativas, a fim de obter, pela análise e interpretação das informações, o resultado qualitativo que determina o perfil organizacional. Essa análise oferece um diagnóstico preciso e o embasamento correto para a criação do planejamento estratégico de comunicação.

A auditoria de opinião com fins institucionais apresenta as seguintes variações:

a) Auditoria ou pesquisa de imagem, técnica que objetiva, exclusivamente, a identificação da imagem mediante o conceito que tem o entrevistado em relação à organização;

b) Auditoria ou pesquisa de clima organizacional, técnica que objetiva identificar os níveis de satisfação e insatisfação do indivíduo e do grupo e que, em seu conjunto, determinam qual o tipo de harmonia ou conflito existente na organização ou parte dela;

c) Auditoria ou pesquisa de perfil organizacional, técnica que objetiva identificar as características institucionais, administrativas, políticas e de procedimentos que, consolidadas, permite que seja formulada a definição sobre a organização;

XIV – Diagnosticar:

executar ações que permitam o conhecimento ou a determinação das causas que provocaram determinado fato nas organizações. A análise conclusiva das informações desse conhecimento ou dessa determinação é chamada diagnóstico;

XV – Prognosticar:

executar ações que permitam antever com antecipação o desfecho ou o encaminhamento de determinada questão. A análise conclusiva das informações que possibilitam o desfecho ou encaminhamento é chamada prognóstico;

XVI – Público Estratégico ou de Interesse:

segmento definido como sendo portador de interesses mútuos e comuns com a organização.

Art. 2.º - A falta do registro junto ao Conselho Regional respectivo torna ilegal o exercício da profissão, da atividade ou da função de Relações Públicas, tornando-se o infrator, pessoa física ou jurídica, punível com as cominações definidas no Código Penal Brasileiro e nas resoluções normativas do CONFERP.

§ 1.º - Na análise dos autos formalizados para aplicação de penalidades pelo exercício ilegal da profissão, o Conselho Regional apreciará as provas neles contidas a partir das normas previstas nesta resolução.

§ 2.º - Na análise da nomenclatura, o Conselho Regional atentará para os nomes utilizados por pessoas físicas e jurídicas que, motivadas pela expansão dos negócios da comunicação no mercado e na tentativa de se eximirem da obrigatoriedade legal do registro profissional, executam funções específicas de Relações Públicas.

§ 3.º - O Conselho Regional decidirá se a atividade ou a função em exame, independente do nome adotado, enquadram-se no escopo do exercício das Relações Públicas e, em forma de acórdão, proferirá a decisão sobre o feito.

§ 4.º - O Presidente do Conselho Regional, de ofício, recorrerá ao Conselho Federal para que seja apreciada a decisão de primeira instância, ressalvando-se que da decisão do CONFERP não caberá recurso.

§ 5.º - Confirmada a decisão de primeira instância, o CONFERP expedirá resolução e a ela dará ampla divulgação.

§ 6.º - Reformada a decisão de primeira instância, o CONFERP expedirá acórdão e a ele dará ampla divulgação.

Art. 3.º - Ficam definidas as seguintes funções como privativas da atividade profissional de Relações Públicas:

I – Nos termos das alíneas "a" do art. 2.º da Lei 5.377 e "c" do art. 4.º do Regulamento:

1) elaborar, coordenar, implantar, supervisionar e avaliar:

a) planejamento estratégico da comunicação;

b) comunicação corporativa;

c) campanhas institucionais de informação, integração, conscientização e motivação dirigidas a público estratégico e à informação da opinião pública e em apoio à administração, recursos humanos, marketing, vendas e negócios em geral;

2) coordenar, implantar, supervisionar, avaliar, criar e produzir material que, em essência, contenha caráter institucional da organização e se enquadre no escopo da comunicação organizacional e são conhecidos por newsletters e boletins informativos eletrônicos ou impressos, house-organs, jornais e revistas institucionais de alcance interno ou externo, relatórios para acionistas, folhetos institucionais, informações para imprensa, sugestões de pauta, balanços sociais, manuais de comunicação, murais e jornais murais;

3) elaborar planejamento para o relacionamento com a imprensa:

a) definir estratégia de abordagem e aproximação;

b) estabelecer programas completos de relacionamento;

c) manter contato permanente e dar atendimento aos chamados e demandas;

d) elaborar e distribuir informações sobre a organização, que digam respeito às suas ações, produtos, serviços, fatos e acontecimentos ligados direta ou indiretamente a ela, na forma de sugestões de pauta, press releases e press kits, organizar e dirigir entrevistas e coletivas;

e) criar e produzir manuais de atendimento e relacionamento com a imprensa;

f) treinar dirigentes e executivos para o atendimento à imprensa, dentro de padrões de relacionamento, confiança e credibilidade;

4) desenvolver estratégias e conceitos de comunicação institucional por meios audiovisuais, eletrônicos e de informática, Internet e Intranet;

5) definir conceitos e linhas de comunicação de caráter institucional para roteiros e produção de vídeos e filmes;

6) organizar e dirigir visitas, exposições e mostras que sejam do interesse da organização.

II - Nos termos das alíneas "b", "c" e "d" do art. 2.º da Lei 5.377 e "b" e "e" do art. 4.º do Regulamento:

1) coordenar e planejar pesquisas de opinião pública para fins institucionais:

a) analisar os resultados obtidos e proferir diagnóstico;

b) detectar situações que possam afetar a imagem da organização e realizar prognósticos;

2) implantar, realizar, coordenar, dirigir, acompanhar e avaliar:

a) auditoria e pesquisa de opinião;

b) auditoria e pesquisa de imagem;

c) auditoria e pesquisa de clima organizacional;

d) auditoria e pesquisa de perfil organizacional;

III - Nos termos das alíneas "e" do art. 2.º da Lei 5.377 e "g" do art. 4.º do Regulamento, combinado com o disposto na Resolução do Conselho Nacional de Educação N.º CNE 0016/2002, de 13 de março de 2002:

1) ser professor de disciplinas que têm por objetivo o desenvolvimento das competências específicas da formação do Profissional de Relações Públicas, a saber:

- a) história das Relações Públicas e do desenvolvimento de seu campo profissional no Brasil e no mundo;
- b) conceitos fundamentais, métodos e técnicas de Relações Públicas;
- c) uso das estratégias, dos instrumentos e das linguagens de comunicação dirigida;
- d) métodos e técnicas de diagnóstico e prognóstico da comunicação organizacional e da pesquisa com fins institucionais;
- e) aspectos teóricos e práticos do planejamento da comunicação organizacional;
- f) legislação das Relações Públicas, código de ética e conduta da profissão;
- g) trabalhos práticos orientados de Relações Públicas;
- 2) supervisionar estágios curriculares ou extra-curriculares;

3) coordenação:

- a) de laboratório, escritório-modelo ou agência-modelo;
 - b) didático-pedagógica específica da habilitação;
- IV - Nos termos das alíneas "a", "d" e "f" do art. 4.º do Regulamento:

- 1) criar, apresentar, implantar, gerar, propor, coordenar, executar e desenvolver políticas e estratégias que atendam às necessidades de relacionamento da organização com seus públicos;
- 2) implantar, coordenar, desenvolver e dirigir ações em órgãos públicos que tenham por objeto a comunicação pública ou cívica;
- 3) acompanhar assuntos de interesse público afetos à organização;
- 4) definir conceitos e sugerir políticas de:
 - a) relações públicas para a organização;
 - b) atitudes ou mudança de atitudes no tratamento com os públicos e em relação à opinião pública;
 - c) estratégias da comunicação;
 - d) administração de ações de comunicação em situação de crise e de emergência;
 - e) apoio ao marketing, dentro das atividades de comunicação dirigida;
 - f) propaganda institucional;
- 5) desenvolver, implementar, executar e coordenar campanha de envolvimento com público de interesse, campanha temática de integração, orientação, motivação, desenvolvimento organizacional e aquela que envolva relacionamento com funcionários, familiares, acionistas, comunidade, fornecedores, imprensa, governo, clientes, concorrentes, escolas e academias e clubes de serviços e organizações sociais;
- 6) definir os públicos estratégicos da organização e caracterizar a segmentação feita de acordo com as técnicas de Relações Públicas para a definição das relações com funcionários, também chamada de comunicação interna; acionistas; fornecedores; comunidade; imprensa; clientes; governo; entidades de classes, associações e organizações não-governamentais; entidades do Terceiro Setor e benemerentes e com qualquer outro tipo de público que seja caracterizado por interesse em comum em relação à organização;
- 7) pesquisar, formalizar, promover, orientar e divulgar para os públicos estratégicos a aplicação do Código de Conduta Ética e do Código de Valores da organização;
- 8) conceber, criar, planejar, implantar e avaliar eventos e encontros institucionais que tenham caráter informativo para construir e manter imagem;
- 9) desenvolver, implementar, montar, coordenar, dirigir, executar e avaliar serviço de relações governamentais executar e coordenar atividades de Relações Governamentais lobby e cerimonial.

§ 1.º - Para o cumprimento do disposto no inciso III deste artigo, o Conselho Regional examinará as ementas e os programas das disciplinas oferecidas pelas Instituições de Ensino Superior/IES, independente do nome que tenham, para associá-las às temáticas elencadas no mencionado inciso e, se for o caso, exigir o registro profissional do professor da disciplina examinada.

§ 2.º - Caso o Conselho Regional encontre óbices para a fiscalização do exercício profissional a que se refere o inciso III deste artigo, seu Presidente representará ao Presidente do CONFERP para que sejam tomadas as medidas cabíveis junto ao Ministério da Educação.

Art. 4.º - Esta Resolução entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 5.º - Revogam-se as disposições em contrário.

Brasília, 24 de agosto de 2002

FLÁVIO SCHMIDT
Presidente do Conselho

ANEXO E – PROJETO DE LEI DO SENADO Nº 324 DE 2005.

PROJETO DE LEI DO SENADO Nº 324, DE 2005

Regulamenta o exercício da profissão de Relações Públicas, revogando a Lei nº 5.377, de 11 de dezembro de 1967, e dá outras providências.

O Congresso Nacional decreta:

CAPÍTULO I

Da Definição de Relações Públicas e da Designação do Profissional da Área

Art. 1º A atividade e o esforço deliberado, planejado e contínuo, para estabelecer e manter a compreensão mútua entre uma instituição pública ou privada e os grupos e pessoas a que esteja direta ou indiretamente ligada constituem o objeto geral da profissão liberal ou assalariada de Relações Públicas.

Art. 2º A designação de “Profissional de Relações Públicas” passa a ser privativa:

- a) dos bacharéis formados nos respectivos cursos de nível superior;
- b) dos que houverem concluído curso similar no estrangeiro, em estabelecimento legalmente reconhecido, após a revalidação do respectivo diploma no Brasil;
- c) dos que possuírem diploma de bacharel, em qualquer área do conhecimento, e forem aprovados em curso de pós-graduação, **lato** ou **strictu sensu**, em Relações Públicas, ressalvado o disposto no parágrafo único deste artigo;
- d) dos estrangeiros beneficiados por acordo firmado pelo Brasil.

Parágrafo único. Os programas de pós-graduação de que trata a alínea **c** deverão obedecer a critérios e procedimentos para enquadramento no campo das Relações Públicas, em termos de grade curricular, no caso de programas de **lato sensu**, e em termos de fundamentação teórico-conceitual e do objeto de pesquisa, no que se refere aos programas **strictu sensu**, apontados pela resolução de que trata o art. 8º, § 1º, desta lei.

CAPÍTULO II

Das Atividades Profissionais, das Funções Específicas e do Campo de Trabalho

Art. 3º Consideram-se atividades específicas de Relações Públicas as que dizem respeito:

- a) à informação de caráter institucional entre a entidade e o público, através dos meios de comunicação;
- b) à coordenação e planejamento de pesquisas da opinião pública, para fins institucionais;
- c) ao planejamento e supervisão da utilização dos meios audiovisuais, para fins institucionais;
- d) à coordenação, planejamento e execução de campanhas de opinião pública;
- e) ao ensino de disciplinas específicas ou técnicas de Relações Públicas em instituições de ensino superior legalmente reconhecidas;
- f) à orientação de dirigentes de instituições públicas ou privadas na formulação de políticas de Relações Públicas;
- g) à promoção de maior integração da instituição na comunidade;
- h) à informação e à orientação da opinião pública sobre os objetivos elevados de uma instituição;
- i) ao assessoramento na solução de problemas institucionais que influam na posição da entidade perante a opinião pública;
- j) à consultoria externa de Relações Públicas;
- l) ao planejamento, coordenação e execução de programas de interesse comunitário, de responsabilidade social e cerimonial.

§ 1º As atividades de Relações Públicas, apontadas nas alíneas deste artigo e nos organogramas de empresas públicas ou privadas, são exercidas sob as denominações de Comunicação Institucional, Comunicação Organizacional, Comunicação Corporativa, Comunicação Pública e Relações Públicas.

§ 2º O Conselho Federal de Profissionais de Relações Públicas, Sistema Conferp, de que trata o Decreto-Lei nº 860, de 11 de setembro de 1969, fica autorizado, por meio de resolução, a definir as funções específicas a serem exercidas e a tipificar as funções de relacionamento com a imprensa e assessoria de imprensa, cerimonial, organização de eventos, pesquisa de opinião pública e relações governamentais.

§ 3º A tipificação de que trata o parágrafo anterior permitirá a execução das funções específicas ao possuidor do Registro Profissional Específico (RPE), de que trata o art. 9º desta lei.

§ 4º Tipificadas as funções por resolução do Conferp, nos termos do § 2º, será concedido o Registro Profissional Específico (RPE) à pessoa que satisfizer as exigências nela descritas.

CAPÍTULO III

Do Registro Profissional, do Registro Profissional Específico e de Sua Fiscalização

Art. 4º A profissão de Relações Públicas, observadas as condições previstas nesta lei, poderá ser exercida como atividade liberal, assalariada ou de magistério, nas entidades de direito público ou privado, ou no atendimento de pessoas físicas, tendo por fim o estudo ou aplicação de técnicas de política social destinada à intercomunicação de indivíduos, instituições e coletividades.

Art. 5º O exercício em órgãos da administração pública, e em organizações privadas ou de economia mista, de cargos, empregos ou funções, ainda que de direção, chefia, assessoramento, consultoria e magistério, cujas atribuições envolvam conhecimentos inerentes às técnicas de Relações Públicas, é privativo do profissional dessa especialidade, devidamente registrado no Conselho Federal de Profissionais de Relações Públicas – Sistema CONFERP.

Art. 6º O exercício da atividade de Relações Públicas por pessoa jurídica está condicionado ao registro a que se refere o artigo anterior, exigindo-se-lhe, ainda, a indicação de Profissional de Relações Públicas como Responsável Técnico pelas ações por ela desenvolvida, ficando o Sistema Conferp autorizado a definir, por resolução, os termos em que o exercício da atividade poderá ser exercido.

Art. 7º A falta de registro profissional – RPF e do registro de profissão específica – RPE torna ilegal o exercício da profissão, tomando-se punível o infrator com as cominações do Código Penal Brasileiro.

Art. 8º O Registro Profissional, de que trata o art. 5º, será concedido ao Profissional de Relações Públicas designado pelo art. 2º desta lei.

§ 1º “Para a obtenção do registro profissional, de que trata o caput, as pessoas incursas no disposto nas alíneas c e d do art. 2º desta lei deverão comprovar sua competência para o exercício da profissão de Relações Públicas através de aprovação em exame de qualificação profissional.

§ 2º Fica o Sistema Conferp autorizado a dispor, mediante resolução, sobre a elaboração e aplicação do exame previsto no parágrafo anterior.

§ 3º Aos Profissionais de Relações Públicas registrados no Sistema Conferp, até a data da publicação desta lei, é assegurado o exercício da profissão, independentemente de novo registro.

Art. 9º A fiscalização do exercício das atividades profissionais de Relações Públicas e das funções específicas de que trata essa lei será feita pelo Sistema Conferp, que fica autorizado, sem prejuízo do disposto no Decreto-Lei nº 860, de 11 de setembro de 1969, a determinar por resolução:

I – os procedimentos que serão cumpridos pelos Conselhos Regionais de Profissionais de Relações Públicas (CONFERP), de que trata o Decreto-Lei nº 860, de 11 de setembro de 1969, e relativos à:

a) execução e manutenção dos registros apontados nesta lei;

b) cobrança dos valores referentes às taxas para a execução dos atos administrativos e daqueles referentes à anuidade devida por registro lançado;

c) expedição e controle da Carteira de Identidade Profissional e da Carteira de Identidade de Registro Profissional Específico, nos termos dos arts. 8º e 9º desta lei;

d) expedição e controle do Certificado de Registro, do Certificado de Responsabilidade Técnica, nos termos do art. 6º desta lei.

II – os procedimentos para a elaboração, realização e avaliação do Exame de Qualificação Profissional, de que trata esta lei.

III – os critérios para Anotação de Responsabilidade Técnica, devida aos Conferp.

IV – expedição e controle da Carteira de Estagiário em Relações Públicas, aos bacharelados matriculados a partir do terceiro período em Relações Públicas, em curso oferecido por instituição de ensino superior, credenciada pelo Governo Federal.

V – os valores devidos ao Conferp pelos seus registrados serão definidos anualmente mediante correção com base no Índice de Custo de Vida – ICV, da Fundação Getúlio Vargas (FGV).

Parágrafo único. O Conselho Nacional de Educação fica autorizado a fiscalizar o disposto na alínea e do art. 3º, de ofício ou provocado pelo Conferp.

Art. 10. O portador da Carteira de Identidade Profissional e o da Carteira de Identidade Profissional Específica poderá desempenhar suas atividades em todo o território nacional, ressalvadas as instruções do Conferp quanto à jurisdição do Conferp que a expedir.

Art. 11. Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 12. Revoga-se a Lei nº 5.377, de 11 de dezembro de 1967.

Justificação

A Lei nº 5.377, de 11 de dezembro de 1967, que rege a atividade dos profissionais em relações públicas já foi superada pelo tempo. Na realidade, ela representava uma norma compatível com o tempo em que foi aprovada. A atividade desses profissionais estava, quase quarenta anos atrás, iniciando um processo de consolidação. Hoje, a evolução tecnológica e o aprofundamento da experiência profissional, nesse meio, exigem uma atualização legal.

Propõe-se, então, alterar as definições das atividades e funções exercidas pelos profissionais de relações públicas, com o intuito de modernizar a legislação e fazer justiça para com esses competentes profissionais, imprescindíveis nas relações entre instituições, o público e as pessoas. Trata-se, em última instância, de prevenir conflitos e realçar compatibilidades, estabelecendo a harmonia nos relacionamentos produtivos, públicos ou privados.

Na realidade, os profissionais de relações públicas foram chamados a exercer, pela sua competência profissional, uma série de outras atividades, nas quais os avanços dos meios tecnológicos de comunicação e de relacionamento tornaram exigíveis a presença de um profissional capacitado.

As pesquisas de opinião, a utilização dos meios audiovisuais, as campanhas de opinião pública e a formulação de políticas de relações públicas são apenas alguns dos exemplos de atividade que exigem hoje um profissional de bom nível. Como consequência, as demandas educacionais também foram afetadas, exigindo-se uma atualização curricular constante nas instituições de ensino e um esforço pessoal dos profissionais para se manter em condições de acompanhar a evolução do mercado de trabalho nesse campo.

Como a profissão evoluiu, ocupando novas vertentes de trabalho, com especificidades a ser consideradas, nossa proposição pretende instituir um registro profissional específico. Atende-se assim a uma tendência à especialização, fenômeno que abrange quase todas as profissões. Na mesma direção está a exigência de uma responsabilização técnica, sem a qual os

contratadores dos serviços de relações públicas e a fiscalização do exercício profissional não teriam garantias de bons resultados.

Por sua vez, o exame de proficiência certamente será um instrumento positivo. Ele servirá como um elemento de melhoria na qualidade profissional e de controle da existência de uma capacitação mínima, sem a qual os cidadãos que precisarem do trabalho dos profissionais de relações públicas podem ser enganados por mera titulação universitária, sem garantias de formação adequada.

O exame de proficiência pode servir também para difundir conhecimentos e definir alguns conteúdos didáticos mínimos a serem observados na realização dos cursos superiores de educação. Também servirá como parâmetro e como referência para a atualização dos profissionais em atividade, com relação aos avanços teóricos e tecnológicos pertinentes à área.

Tratando-se de um tema que exige atualização constante, o ideal é que o Sistema CONFERP assuma a responsabilidade pela regulamentação das minúcias necessárias a tornar efetivas as novas regras legais.

Nesse sentido, estamos propondo que esses Conselhos fiquem autorizados a promover, mediante resolução, as ações necessárias à eficácia da legislação.

Pretendemos, então, dar à iniciativa um conteúdo mínimo, transferindo aos Conselhos a responsabilidade de regulamentar.

Pela sua natureza autorizativa, a proposta pretende colaborar com o Poder Executivo, a quem cabe, em última instância, as decisões que envolvam as instâncias administrativas.

Estas as razões que nos levam a pleitear o apoio de nossos Pares para a aprovação desta iniciativa, justa e necessária para valorizar os profissionais de Relações Públicas e atualizar a regulamentação profissional vigente.

Sala das Sessões, – Senador **Marco Maciel**.