

Uma Proposta Curricular para o Curso de Relações Públicas¹

Maria Salett Tauk Santos²
Maria Luiza Nóbrega de Moraes³

O texto trata de uma proposta curricular para o Curso de Relações Públicas considerando a orientação do Ministério da Educação que extingue a obrigatoriedade do currículo mínimo e estabelece as novas diretrizes curriculares. Na perspectiva de uma abertura para experiências mais amplas, a proposta permite formar um profissional de Relações Públicas com características diferenciadas do conjunto, habilita o estudante nas práticas profissionais específicas a partir do reconhecimento das interfaces que as relações Públicas fazem com áreas afins, privilegiando os conteúdos programáticos e experiências acadêmicas advindas da área da Comunicação Social.

Palavras-chave: Relações Públicas; Ensino Superior; Currículo de Comunicação

¹ Trabalho apresentado ao NP)% - Relações Públicas e Comunicação Organizacional, do XXVIII Intercom.

² Doutora em Ciências da Comunicação. Vice-coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Extensão e Desenvolvimento Rural. Universidade Federal Rural de Pernambuco

³ Mestre em Comunicação Rural. Professora do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal de Pernambuco.

Uma Proposta Curricular para o Curso de Relações Públicas¹

Maria Salett Tauk Santos²
Maria Luiza Nóbrega de Moraes³

A ampliação de oferta de vagas em Cursos de Comunicação com a ampliação de números de cursos em universidades, centros universitários e escolas isoladas traz a necessidade de discutir, cada vez mais, a identidade dos cursos. Com a quebra do currículo mínimo, a abertura para experiências se faz mais ampla, permitindo formar um profissional com características diferenciadas do conjunto. Se nas instituições maiores, do tipo Universidade e Centros Universitários, a possibilidade de criar diferenças pode ocorrer pela aplicação das estratégias de flexibilização que permite trajetórias únicas, nas instituições isoladas é praticamente impossível tentar uma experiência dessa natureza principalmente porque o custo aluno onera substancialmente a partir da definição de percursos individualizados.

Assim sendo, este trabalho traz para a discussão uma das inúmeras alternativas de uma proposta de formação profissional em Relações Públicas, para uma escola isolada. Apresentamos, para a discussão, a proposta original esclarecendo que este trabalho foi posteriormente absorvido por uma instituição, que naturalmente fez adaptações par adequá-lo à sua realidade considerando seus interesses políticos, suas expectativas e suas possibilidades.

Reconhecendo a interface que as Relações Públicas fazem com áreas afins, a nossa proposta caracteriza-se especialmente por centrar o Curso na área de Comunicação, privilegiando portanto conteúdos programáticos e experiências acadêmicas advindas da área de Comunicação Social.

Tendências Curriculares

As sucessivas discussões temáticas e metodológicas sobre currículo e os resultados decorrentes dos debates têm acompanhado o amadurecimento dos Cursos de Comunicação provocando alterações na concepção e operacionalização dos currículos. De modo geral, o

¹ Trabalho apresentado ao NP)% - Relações Públicas e Comunicação Organizacional, do XXVIII Intercom.

² Doutora em Ciências da Comunicação. Vice-coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Extensão e Desenvolvimento Rural. Universidade Federal Rural de Pernambuco

³ Mestre em Comunicação Rural. Professora do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal de Pernambuco.

foco das discussões baseava-se em dois pilares: de um lado, a formação humanística, polivalente e, de outro lado, o pragmatismo da profissionalização.

No contexto das discussões, um momento particularmente delicado para a habilitação de Relações Públicas ocorre na década de 70, na vigência do quarto currículo mínimo de Comunicação. Nessa ocasião, o Conselho Federal de Relações Públicas (CONFERP) sugere a transferência da habilitação de Relações Públicas do Curso de Comunicação para o Curso de Administração. Após a verificação da legislação profissional relativa às duas áreas, não houve a transferência devido à *“grande diversidade entre o campo de ação e as atribuições específicas de cada um desses profissionais”*. A proposta do CONFERP não significava o consenso entre os Relações Públicas, de forma que a habilitação continuou na área de Comunicação Social. (Moura, p. 89)

Conforme Cândido Teobaldo,

“a aprovação da resolução 3/78 pelo Conselho Federal de Educação fixando o currículo mínimo de Comunicação Social, permitiu que a questão Administração ou Comunicação no ensino de Relações Públicas de certa forma fosse superada. Embora as Relações Públicas continuassem em Comunicação Social, as matérias de natureza profissional previstas abriam campo para o ensino de disciplinas da área de Administração, o que foi feito por várias escolas, [...]” (Andrade, apud Moura p. 91)

Um outro aspecto de intenso debate que permeia a formação de Comunicação Social, é a questão da convergência das áreas tanto na formação profissional quanto no mercado de trabalho.

Ao longo do tempo, as discussões, debates, movimentos, pesquisas, campanhas contribuíram para um melhor esclarecimento. Com os avanços tecnológicos e a modernização da sociedade, novas questões se impõem, o que mantém a necessidade constante de renovação e atualização.

A quebra do currículo mínimo e a implantação das diretrizes curriculares propondo a flexibilização, abrem espaços para essa renovação, criando possibilidades reais de aproximações com as demais áreas do conhecimento e com o mercado de trabalho.

As diretrizes curriculares, assegurando uma ampla liberdade na composição da carga horária para a integralização dos currículos, abrem possibilidades múltiplas de definição de um perfil próprio e diferenciado que caracteriza a instituição e o profissional nela graduado. Um dos aspectos a se considerar é a necessidade de evitar o prolongamento da duração dos cursos, aproveitando ao máximo o tempo disponível para estimular a autonomia intelectual e profissional do aluno. Ao invés de uma longa carga horária, a opção seria uma carga horária

condensada, enxuta e direcionada fortalecendo as relações entre a teoria, a prática profissional e valorizando as trajetórias individuais congregadas numa experiência especialmente integradora.

A documentação oficial, produzida pelo Ministério da Educação, que normaliza as competências e habilidades específicas dos Relações Públicas, além das competências e habilidades comuns a toda a área de Comunicação, estabelece as seguintes orientações:

1. desenvolver pesquisas e auditorias de opinião e imagem;
2. realizar diagnósticos com base em pesquisas e auditorias de opinião e imagem;
3. elaborar planejamentos estratégicos de comunicação institucional;
4. estabelecer programas de comunicação estratégica para criação manutenção do relacionamento das instituições com seus públicos de interesse;
5. 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;
6. dominar as linguagens verbais e audiovisuais para seu uso efetivo a serviço dos programas de comunicação que desenvolve;
7. identificar a responsabilidade social da profissão, mantendo os compromissos éticos estabelecidos;
8. assimilar criticamente conceitos que permitam a compreensão das práticas e teorias referentes às estratégias e processos de Relações Públicas.

Concepção da Proposta

Considerando esses parâmetros, a nossa proposta curricular tem como objetivo promover uma renovação a partir da incorporação de um modelo mais dinâmico e mais moderno que atenda a necessidade de uma formação profissional mais ágil e menos hierarquizada em seus conteúdos. Incorpora, portanto, a interface entre áreas do conhecimento, aprofunda o conhecimento especializado, amplia espaços de integração com o mercado de trabalho e abre perspectivas para uma formação de um profissional mais versátil.

A nova formação do profissional, capaz de atuar num contexto multifacetado, passa pela compreensão das Relações Públicas num ambiente da comunicação integrada,

exposta às profundas transformações tecnológicas, políticas e comportamentais do cenário mundial contemporâneo.

O avanço tecnológico por que passaram as telecomunicações, imprensa, rádio, televisão, computadores, internet engendram uma sociedade com inúmeras implicações técnicas, éticas e morais que costuma ser chamada de sociedade complexa.

Ao se referir a sociedade em rede, Manuel Castells chama a atenção para a verdadeira revolução que as tecnologias da informação estão produzindo na base material da sociedade. A compreensão dessa complexidade, como assinala Maria Ester Freitas (1999), exige um conhecimento inter e multidisciplinar. É esse pressuposto que norteia as ações de comunicação integrada nas organizações.

Para Margarida Kunsch (1999), a comunicação integrada precisa ser entendida como uma filosofia capaz de orientar toda a comunicação que é gerada na organização, como fator estratégico para o desenvolvimento organizacional. A importância da comunicação integrada está no fato dela permitir que se estabeleça uma política global, em função de uma coerência maior entre os diversos programas comunicacionais, de uma linguagem comum dos diversos setores e de um comportamento organizacional homogêneo.

Nesse contexto, a gestão da comunicação organizacional dependerá de Políticas de Relações Públicas. Na perspectiva de uma visão mais abrangente da comunicação integrada, as Relações Públicas tem um papel importante na leitura do ambiente social, contribuindo para a análise dos planos de negócios da organização, identificando problemas e oportunidades no campo da comunicação. Além disso, ainda lhes cabe, com base na pesquisa e no planejamento, “encontrar as melhores estratégias comunicacionais para prever e enfrentar as reações dos públicos e da opinião pública em relação às organizações” (Kunsch 1999;83). A área trabalha com “comportamentos, atitudes, conflitos e com a escolha de técnicas e instrumentos adequados para promover efetivos relacionamentos” (Kunsch 1999;83). Enquanto atividade da comunicação integrada, as Relações Públicas ocupam-se com a visibilidade interna e externa e com a identidade corporativa das organizações.

Parâmetros para a Elaboração da Proposta

A elaboração dessa proposta curricular considera orientações e contribuições de várias fontes. Entre outras, ressaltamos: a documentação oficial do Ministério da Educação, Resolução Normativa nº 43, de 24.08.2002 do Conselho Federal dos Profissionais de Relações Públicas – CONFERP; fontes bibliográficas especializadas; interpretação dos resultados da pesquisa Campo Profissional e Mercados de Trabalho em Comunicação no Brasil – Habilitação Relações Públicas (NUPEM/ECA-USP); contribuições dos professores da área; consulta aos currículos de várias instituições; consulta a documentos e bibliografia, nacional e internacional, que atualiza a discussão permanente na área de Comunicação Social; participação de professores e pesquisadores de outras Instituições de Ensino Superior.

Duração do Curso

O curso tem a duração de 2430 horas, distribuídas entre disciplinas teóricas, teórico-práticas, atividades laboratoriais e atividades complementares, perfazendo o mínimo de 134 créditos, mais a creditação livre das atividades complementares. O tempo mínimo para integralização está previsto em oito semestres..

Componentes Curriculares

Os componentes curriculares estão distribuídos em oito períodos, onde cada um deles pressupõe um eixo temático para o qual converge criando uma integração vertical e horizontal. A distribuição da grade evita estabelecer, na medida do possível, hierarquia de conteúdos, e amplia o nível de complexidade à medida em que avança. A integração vertical propicia especializações, a cada semestre, e a integração horizontal perpassa todos os semestres ampliando o nível de complexidade.

Os laboratórios semestrais dão sustentação ao conjunto dos conteúdos criando efetivamente a possibilidade de aproximar-se das práticas do mercado, principalmente se considerarmos as dificuldades do corpo discente em realizar estágios em virtude da maioria exercer atividades profissionais.

A implantação da Agência Experimental de Relações Públicas dará suporte às atividades laboratoriais específicas.

Ao chegar na fase do Projeto Experimental, o aluno terá vivenciado situações concretas de atuação profissional, fruto da convergência das disciplinas em eixos temáticos, do

exercício das práticas laboratoriais e da aproximação e atualização propiciada pelas atividades complementares, que a instituição considerar conveniente implantar e creditar. Assim, a cada semestre, o curso habilita o estudante no exercício de práticas profissionais específicas.

As atividades complementares são espaços de atualização oferecidos ao longo do curso com o objetivo de criar estratégias de aproximação com o mercado, desenvolver trabalhos diferenciados, ampliar espaços de debates e trocas de informação com outros segmentos que fazem interface com as Relações Públicas. Configuram-se como atividades didáticas de conteúdo móvel que serão programadas de acordo com as necessidades de atualização do curso.

A redução do número de pré-requisitos oferece mais agilidade ao curso. Entretanto é fundamental que a orientação de matrícula estimule o aluno a priorizar disciplinas que favoreçam a concretização do eixo temático. Por exemplo, os laboratórios só serão bem aproveitados se o aluno já tiver cursado ou estiver cursando a disciplina básica, do mesmo período, que lhe dá a sustentação teórica. Essa amarração é fundamental para otimizar as práticas laboratoriais.

Grade curricular

1º Período

Eixo temático: Relações Públicas no âmbito da Comunicação Integrada

DISCIPLINAS	C. Horária	Créditos
Relações Públicas na Comunicação Integrada	60	04
Língua Portuguesa	60	04
Pensamento Contemporâneo	60	04
Teoria da Comunicação	60	04
Laboratório de Informática Instrumental	60	02
Metodologia do Trabalho Científico	30	02
TOTAL	330	20

Ementário:

Relações Públicas na Comunicação Integrada

As Relações Públicas como processo de comunicação estratégica nas organizações. Histórico. Análise dos conceitos. Interface com o Jornalismo, com a Publicidade e com o Marketing.

Língua Portuguesa

A língua portuguesa: gramática, leitura e significação. Estrutura e usos da língua. Comparação das diferentes construções literárias: autores, estilos e épocas. Domínio da norma e dos recursos expressivos do idioma.

Pensamento Contemporâneo

A dimensão política dos processos econômicos. Globalização e a nova estrutura da ordem social. Tensões entre globalização e glocalização. O multiculturalismo na pós-modernidade.

Teoria da Comunicação

O objeto da Comunicação Social. Contribuições interdisciplinares para constituição de uma teoria da Comunicação. Principais abordagens paradigmáticas na Teoria da Comunicação. O pensamento comunicacional latino-americano.

Metodologia do Trabalho Científico

O papel da ciência. Tipos de conhecimento. Trabalhos acadêmicos: tipos, características e composição estrutural. Estilo de redação. Referências bibliográficas. Apresentação gráfica. Normas da ABNT.

Laboratório de Informática Instrumental

Arquitetura de computadores. Sistemas operacionais. Tecnologias atuais e periféricos. Programas utilitários. Programas aplicativos. Operações em rede: internet, intranet e extranet.

2º Período

Eixo temático: Técnicas de Comunicação Integrada

DISCIPLINAS	C. Horária	Créditos
Ética em RP	30	02
Legislação em RP	30	02
Suportes midiáticos p/ RP	60	04
Redação para as mídias massivas (<i>Pre-requisito: Língua Portuguesa</i>)	60	04
Técnicas de Relações Públicas	60	04
Laboratório de Produtos Midiáticos (<i>Co-requisito: Suportes Midiáticos para RP</i>)	60	02
TOTAL	300	18

Ementário

Ética em RP

Os fundamentos empíricos da ética. Princípios da Ética e da Moral. Os fundamentos éticos nas atividades empresariais. Os vínculos entre a ética, a comunicação e a cultura organizacional. A relação entre a ética e a função estratégica de RP. Comportamento ético da atividade e do profissional de RP.

Legislação em RP

Fundamentos do Direito. Legislação de Comunicação. Legislação de RP.

Redação para as Mídias Massivas

Características da linguagem jornalística nas mídias impressa, audiovisual e digital. Seleção e ordenamento de informações. Produção de releases.

Suportes Midiáticos para RP

Fundamentos de fotografia e editoração eletrônica. Produção editorial. Conceitos básicos de multimídia. Mídias audiovisuais. Multimídia e hipermídia. Mídia eletrônica para RP. O RP como gestor de campanhas eletrônicas. Custos e negociação.

Técnicas de Relações Públicas

Identificação, caracterização e produção das Relações Públicas. Tipos de público. Adequação de mensagens.

Laboratório de produtos midiáticos

Elaboração de produtos de comunicação para mídia impressa, rádio, tv e internet. Técnicas de relacionamento da instituição com os meios de comunicação. Treinamento dos profissionais para atuar nos meios de comunicação quando representam a organização.

3º Período

Eixo temático: Relações Públicas no contexto das organizações

DISCIPLINAS	C. Horária	N de créditos
Comunicação Organizacional	60	04
Redação em RP (Pré-requisito: Língua Portuguesa)	60	03
Sociologia das organizações	60	04
Teorias de Opinião Pública	60	04
Oficina de Comunicação e Expressão	60	02
TOTAL	300	18

Ementário

Comunicação Organizacional

O processo comunicacional nas organizações. Rede, fluxos e canais. Modelos e perspectivas da comunicação organizacional. As estratégias comunicacionais. Comunicação como ferramenta estratégica nas sociedades globalizadas. Interações comunicativas. A cultura organizacional e suas relações com os planos de comunicação.

Redação em RP

Redação de textos institucionais. Comunicação interna. Redação empresarial, oficial e documentos de evento.

Sociologia das Organizações

O Comportamento Organizacional. Comportamento individual. Comportamento em grupo. Poder e liderança. Conflito e negociação. O sistema organizacional. Estruturas organizacionais: modelos e determinantes. Cultura organizacional. Dinâmica organizacional. Processos de mudança nas organizações. Gestão de equipes de trabalho

Teorias da Opinião Pública

Opinião Pública: conceito e relevância. Impacto da Opinião Pública no comportamento do consumidor. A propaganda. As principais teorias e correntes nos estudos de Opinião Pública.

Oficina de Comunicação e Expressão

Técnicas de comunicação verbal e não verbal. Posturas e gestos. Voz e personalidade. Impostação vocal. Dicção. Fluência verbal. Apresentação Pessoal. Apresentação para a mídia. Construção de discursos. Falar em Público. Utilização de recursos de apoio.

4º Semestre

Eixo temático: Relações Públicas Comunitárias e Cidadania

DISCIPLINAS	Carga Horária	Créditos
Comunicação e Cultura	60	04
Pesquisa de Opinião Pública (Pré-requisito: Teorias de Opinião Pública)	60	03

Relações Públicas Comunitárias e 3º Setor	60	04
Responsabilidade Social Empresarial	30	02
Comportamento e Defesa do Consumidor	30	02
Laboratório: RRPP para Organizações Sociais (Co-requisito: RP Comunitárias e 3º Setor)	60	02
TOTAL	300	17

Ementário

Comunicação e Cultura

Comunicação como processo indissociado da cultura. Implicações e significado da mundialização da cultura na constituição de novas mediações. Cultura massiva. Culturas populares. Cibercultura. Culturas híbridas. Processo de reconversão cultural das culturas populares contemporâneas.

Pesquisa de Opinião Pública

Importância da pesquisa como instrumento do processo decisório. Elaboração de projetos. Estatística aplicada à pesquisa de opinião pública: amostragem, universo e significância. Sistematização, interpretação e análise de dados. Produção de relatório.

Relações Públicas Comunitárias e 3º Setor

Organizações sociais: conceitos e tipologia. Características das organizações do 3º Setor. Movimentos Sociais. Cidadania. Relacionamento com as agências de cooperação, agências de financiamento e organismos multilaterais. Operacionalização de parcerias com o 1º e 2º setores. Relacionamento com a mídia e com os poderes públicos.

Comportamento e Defesa do Consumidor

Política de relacionamento. Antecipação de tendências. Excelência no atendimento. Conscientização do público interno. Serviço de atendimento ao consumidor. Ombudsman. Órgãos de defesa do consumidor. Legislação pertinente à defesa do consumidor.

Responsabilidade Social Empresarial

Definição. Conceito. Normas e padrões de responsabilidade social. Formulação de políticas. Planejamento, execução e avaliação. Empresa cidadã. Voluntariado. Relacionamento com a mídia.

Laboratório de RP para Organizações Sociais

Assessoramento às Organizações, entidades públicas e privadas. Relações com a mídia. Treinamento de porta-vozes. Produção e edição de publicações impressas e eletrônicas. (Esse laboratório funciona na Agência Experimental de RP).

5º Semestre

Eixo temático: Marketing e Mercado

DISCIPLINAS	C. Horária	Créditos
Marketing	60	04
Planejamento em Relações Públicas	60	04
Empreendedorismo e Gestão em RP	60	04
Agência e Assessoria em RP	60	04

Laboratório: assessoria e consultoria (<i>Co-requisito: Agência e assessoria em RP</i>)	60	02
TOTAL	300	18

Ementário

Empreendedorismo e Gestão em RP

Conceitos básicos de empreendedorismo. Formação e desenvolvimento do espírito empreendedor. Modelos de liderança. Trabalho em equipe. Formas de comportamento e atitudes empreendedoras. Criatividade. Prospecção de mercados emergentes. Definição e conceitos de gestão. Gestão de empresas de RP. Programas de gestão. Aspectos administrativos

Marketing

Conceitos e definições de Marketing. O marketing como apoio às atividades de RP. Tipos de empresa e principais orientações do marketing. Marketing Mix. Ambiente de marketing. Produtos e marcas. Composto promocional. Mercado e segmentação. Sistemas de informação de marketing. Pesquisa, planejamento e auditoria em marketing.

Planejamento em Relações Públicas

Planejamento estratégico. Pesquisa institucional. Diagnóstico institucional. Plano, projeto, programa. Instrumentos de controle e avaliação. Auditoria

Agência e Assessoria em RP

Agência e assessoria: análise dos conceitos. Organização e funções de assessoria e consultoria. Políticas de relacionamento. Práticas de Comunicação Integrada. Consultoria consultiva e executiva: planejamento, diretrizes e gerenciamento de estratégias de comunicação organizacional. Lobby. Atendimento ao cliente. Gerenciamento de custos, preços, prestação de contas e fluxo de caixa.

Laboratório de Assessoria e Consultoria.

Execução das funções de assessoria e consultoria para um cliente real (empresas públicas, governamentais e privadas) Recomendação de políticas de relacionamento estratégias de comunicação. Relações com a mídia. Treinamento de porta-vozes e assessores de imprensa. Consultoria em opinião e imagem. Produção e edição de publicações impressas e eletrônicas. (Atividades a serem desenvolvidas no âmbito da Agência Experimental de RP).

6º Semestre

Eixo temático: Relações Públicas Governamentais

DISCIPLINAS	Carga Horária	Créditos
Relações Públicas Governamentais	60	04
Propaganda Política	60	04
Gestão de marcas	60	04
Relações Públicas Internacionais	60	04
Laboratório de Relações Públicas Governamentais (<i>Co-requisito: Relações Públicas Governamentais</i>)	60	02
TOTAL	300	16

Ementário

Gestão de Marcas

Agência e cliente: atendimento, mídia, pesquisa, planejamento e criação. O ambiente da propaganda e o relacionamento on line com o cliente: inovações e possibilidades.

Relações Públicas Governamentais

Funções das Relações Públicas na administração pública governamental. Políticas de comunicação nos poderes executivo, legislativo e judiciário. Planejamento, execução e avaliação de políticas de comunicação para os governos federal, estadual e municipal. Assessoria de comunicação governamental.

Propaganda Política

A comunicação planejada para partidos políticos. O marketing político. A imagem. Relações com a imprensa e a propaganda.

RP Internacionais

Conceito de RP Internacionais. O papel da RP no século XXI. As RP internacionais como campo de atuação em empresas, órgãos governamentais e entidades internacionais. O multiculturalismo como base das RP internacionais. As relações internacionais e os acordos com blocos econômicos. Acordos operacionais no mercado globalizado.

Laboratório de RP Governamentais

Assessoria de RP Governamentais. Planejamento de comunicação do governo com os seus públicos.

7º Semestre

Eixo temático: Relações Públicas e Mercados Emergentes

DISCIPLINAS	C. Horária	Créditos
Organização de Eventos e Cerimonial	60	04
Gerenciamento de Crises	60	04
Técnica de Projetos	60	04
Laboratório: Planejamento e execução de Eventos (<i>Co-requisito: Organização de eventos e cerimonial</i>)	60	02
TOTAL	240	18

Ementário

Organização de eventos e cerimonial

Tipologia dos eventos. Planejamento, coordenação e execução de eventos. Captação de recursos. Administração financeira de eventos. Cerimonial nos três poderes. Gestão de cerimonial em RP, Cerimonial e protocolo público e privado. Ordem de precedência. Os símbolos nacionais e os seus usos. Etiqueta.

Gerenciamento de Crises

Estudo dos tipos de problemas e situações emergenciais. Gestão de crises. Problemas, conflitos, crises e controvérsias organizacionais. Prevenção e controle. Estudo de casos.

Laboratório: Planejamento e execução de eventos

Planejamento e Execução de eventos e de materiais promocionais.

Técnica de Projetos

Elaboração do anteprojeto do trabalho de conclusão de curso de graduação a partir das exigências básicas para a produção e apresentação de trabalhos na área de RP.

8º Semestre

Projeto Experimental

Carga Horária: 270 horas

Nº de créditos: 09

O Projeto Experimental deve ser desenvolvido em grandes áreas, preferencialmente aquelas que constam das práticas laboratoriais durante o curso. Cabe aos alunos definirem, no âmbito da disciplina Técnica de Projetos, a modalidade de projeto que pretende executar. Os produtos resultantes do Projeto Experimental devem ser especificamente da área de RP. No caso de monografia, esta deverá versar sobre Relações

Públicas. O número de membros em cada equipe não deve ser inferior a três ou superior a cinco dependendo do trabalho que está desenvolvendo. As monografias são sempre trabalhos de produção individual. Todos os professores podem ser orientadores dentro das áreas nas quais estão habilitados, preferencialmente naquelas em que ministram disciplinas. Quanto mais orientadores disponíveis, maior a renovação da temática e da abordagem. Não deve haver uma relação fixa entre tipo de trabalho/orientador definitivo mas entre área temática/orientador disponível. Cada projeto deve ter um único orientador que deve acompanhá-lo durante todo o processo. Cada orientador poderá orientar, no máximo, três trabalhos. Todo trabalho desenvolvido no Projeto Experimental deve ser entregue juntamente com o ante-projeto e com o relatório final.

A composição da banca examinadora deverá ter a presença do professor orientador, um professor externo e um profissional atuante no mercado exercendo funções de RP. No caso de monografias, dois professores da casa e um externo. Necessariamente, um dos examinadores precisa ser graduado em RP. As bancas não devem ser fixas para todos os trabalhos. A sua distribuição, necessariamente, tem que considerar uma relação da qualificação profissional do examinador com o trabalho a ser examinado. A determinação do tempo de apresentação, o calendário e outras disposições são da alçada da instituição e deve estar de acordo com as suas normas. A definição do orientador deve acontecer na finalização da disciplina Técnica de Projetos e a sua substituição, se necessária, deve ser solicitada formalmente pelo(s) orientando(s) com justificativa a ser apreciada pelo colegiado do curso ou algum órgão que tenha as atribuições de colegiado.

Atividades complementares: 120 hs.

As atividades complementares são de creditação livre e podem ser desenvolvidas em qualquer fase do curso.

Bibliografia

- BRASIL. Ministério da Educação/Conselho Nacional de Educação. Diretrizes curriculares para a área de Comunicação Social e suas habilitações. Brasília, 2001. 9p.
- CASALI, Adriana Machado. Inovações e Relações Públicas – desafios e perspectivas. www.eca.usp.br/alaic/material
- CASTELLS, Manuel. La era de la información: economía, sociedad y cultura: v. 1 Madri: Alianza Editorial, 1998.
- CONFERÊNCIA MUNDIAL sobre Ensino Superior, 1998. Paris. Anais. Brasília: UNESCO/CRUB. 1999. 720p.
- DUARTE, Marcia Yukiko Matsuuchi ; DUARTE, Jorge. Papel e atuação de jornalistas relações-públicas em uma organização, segundo jornalistas. www.eca.usp.br/alaic/material
- FORUM DE PRÓ-REITORES DE GRADUAÇÃO DAS UNIVERSIDADES BRASILEIRAS. Plano Nacional de Graduação : um projeto em construção. Ilhéus, 1999. 33p.
- _____. Do pessimismo da razão para o dimismo da vontade: referências para a construção dos projetos pedagógicos nas IES brasileiras. Curitiba. 1999.
- _____. O currículo como expressão do Projeto Pedagógico : um processo flexível. Niterói, 2000. 24p.
- FRANÇA, Fábio; TONDATO, Márcia Perencin. O ensino e a prática de relações públicas no Brasil. www.eca.usp.br/alaic/material
- FREITAS, M.Ester. Cultura Organizacional: identidade, sedução e carisma. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 1999.
- KUNSCH, Margarida M.K. Gestão integrada da Comunicação organizacional e os desafios da sociedade contemporânea, IN : Comunicação e Sociedade nª 32-2º Sem. de 1999 p. 69-88.
- _____. Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada. São Paulo: Summus, 2003.
- MOURA, Cláudia Peixoto. O Curso de Comunicação Social no Brasil: do currículo mínimo às novas diretrizes curriculares. Porto Alegre: EDIPUCRS. 2002 (Coleção Comunicação – 21)
- _____. As novas diretrizes curriculares e o ensino de Relações Públicas: caso Rio Grande do Sul. www.eca.usp.br/alaic/material
- NASSAR, Paulo. Tempos Modernos nas Relações Públicas e na Assessoria de Imprensa (por uma nova Relações Públicas) IN: LOPES, Boanerges; VIEIRA, Roberto (orgs) Jornalismo e Relações Públicas: ação e reação. Rio : MAUAD, 2004.
- O ENSINO superior nos países em desenvolvimento: perigos e esperanças. Lisboa: AULP. 2000.
- OLIVEIRA, Tiago Mainieri. Relações Públicas no terceiro setor: confronto e compromisso. www.eca.usp.br/alaic/material
- SÂNDI, André Quiroga. Papel e atuação de jornalistas e relações-públicas em uma organização, segundo jornalistas. www.eca.usp.br/alaic/material
- SCHWARTZMAN, Simon. A revolução silenciosa do ensino superior. In: DURHAM, Eunice Ribeiro; SAMPAIO, Helena (organizadoras) O ensino superior em transformação. São Paulo: Núcleo de Pesquisa Sobre Ensino Superior : NUPES, 2001. p. 13 – 30.
- SILVESTRIN, Celsi Brönstrup. Novas competências do Relações Públicas frente às tecnologias de informação. www.eca.usp.br/alaic/material
- TORQUATO, Gaudêncio. Tratado de Comunicação Organizacional e Política. São Paulo: Pioneira, Thomson Learning, 2002.
- UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO. Escola de Comunicações e Artes. Núcleo de Pesquisas de Mercado de Trabalho em Comunicação e Artes. Campo profissional e mercados de trabalho em Comunicação no Brasil: perfil da habilitação em Relações Públicas. São Paulo. 126p.(Relatório nacional).
- <http://www.eca.usp.br/departam/crp/cursos/grad/frbachre.htm>
- <http://www.facha.edu.br/rp.asp>
- <http://www.inep.gov.br/superior/censosuperior/sinopse/default.asp>

<http://www.metodista.br/principal/graduacao/rp/index.php>
<http://www.pucminas.br>
<http://www.pucrs.br/famecos/>
http://200.202.247.25/unibh_site/cursos/download_graduacao/relpub.doc