

# DISCIPLINAS INTEGRADAS: DIFERENCIAL ESTRATÉGICO PARA A FORMAÇÃO DO GESTOR DA COMUNICAÇÃO COM FOCO EM RELAÇÕES PÚBLICAS<sup>1</sup>.

Rabelo, Daniela<sup>2</sup> & Suaiden, Samir<sup>3</sup>  
Faculdade de Comunicação JK

## Resumo

O estudo tem por objetivo apresentar o diferencial para a formação de um gestor da comunicação estratégica com habilitação em Relações Públicas: as disciplinas integradas do currículo da Faculdade de Comunicação Social. A presença dessas disciplinas no currículo do curso tem como foco as competências e habilidades necessárias para formação de um profissional capaz de inserir-se no mercado público, privado e terciário com desenvolvimento do potencial científico. Para tanto, foram traçadas as competências e habilidades desenvolvidas nos modelos formal, em ação e oculto do currículo universitário.

Palavras-chave: Relações Públicas, ensino, currículo.

## Introdução

O processo educacional ultrapassa o mero sentido de transmitir idéias. Para a construção de um novo sujeito – dialógico e integrado, é necessária uma educação transformadora, que permita o alcance de uma plenitude profissional e pessoal desse indivíduo. Isto significa inseri-lo no mercado e formar um ser humano mais feliz e atuante nas grandes transformações do mundo. Para a Comunicação Social, o diferencial competitivo perpassa um ensino que revolucione e ultrapasse não apenas as expectativas de um mercado com demandas desafiadoras. Deve também atender a uma formação holística e integrada.

Educar é compromisso. Paulo Freire convida todos da comunidade educativa à transição de modelos paradigmáticos pouco adequados ao novo homem que se forma e transforma no dia-a-dia. O compromisso com a mudança é essencialmente um compromisso educativo.

A relação dialógica proposta por Freire tem por base princípios como o respeito, igualdade, justiça, compreensão, aceitação e diálogo, condições éticas aceitáveis para a formação e transformação dos sujeitos educativos. Emancipar é objetivo presente no currículo universitário, “instrumento utilizado por diferentes sociedades tanto para desenvolver os processos de conservação, transformação e renovação dos conhecimentos historicamente acumulados como para socializar os jovens e adultos segundo valores tidos como desejáveis”<sup>4</sup> (MOREIRA, 1997). Ele deve almejar a autonomia intelectual desse aluno.

A transformação do currículo permite emergir um profissional que caminha junto à sua realidade, e que muitas vezes a direciona para novos ideais, ultrapassando, a todo o momento, as expectativas projetadas. Transforma, reinventa e propõe um profissional mais seguro e preparado para lidar com os desafios presentes no mercado. Isso pode ser alcançado quando há instrumentos de ensino com foco em ações com e para o aluno. O currículo é instrumento que forma um ser crítico e capaz de tomar decisões.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no NP Intercom– XVI Encontro de Informação em Ciências da Comunicação (INTERCOM 2006).

<sup>2</sup> Mestranda em Educação pela Universidad Autónoma de Asunción, Docente da Faculdade de Comunicação Social das Faculdades Juscelino Kubitschek, Distrito Federal, e-mail: daniela.a.rabelo@gmail.com.

<sup>3</sup> Doutor em Ciências da Informação pela Universidade de Brasília, Coordenador da Faculdade de Comunicação Social das Faculdades Juscelino Kubitschek, Distrito Federal, e-mail: suaiden@yawl.com.br.

<sup>4</sup> MOREIRA, Antonio Flavio Barbosa (org). Currículo: questões atuais. Campinas-SP: Papirus: 1997.

Perseverar a curiosidade epistemológica prescinde uma libertação, uma autonomia que condiz com as necessidades na formação de um gestor comunicacional, estratégico, pleno e de ações holísticas. Nesse sentido o estudo permite apresentar o diferencial para a formação de um gestor da comunicação estratégica com habilitação em Relações Públicas: as disciplinas integradas do currículo da Faculdade de Comunicação Social. Para tanto, foram traçadas as competências e habilidades desenvolvidas nos modelos formal, em ação e oculto do currículo universitário.

A excelência em Relações Públicas demanda um diferencial: o seu ensino, que através de disciplinas diferenciadas formam um profissional atento à realidade global e que tem as habilidades necessárias para se destacar no universo que o cerca.

### **Objetivos gerais**

1) Modernizar o curso de Relações Públicas de forma holística e integrada com as demais habilitações da área para a formação do gestor de comunicação estratégica com foco em uma dessas habilitações;

2) Apresentação de disciplinas que, de forma integrada, permitem a formação com foco na gestão comunicacional e estratégica; vigentes na proposta curricular da Faculdade de Comunicação JK desde janeiro de 2005;

3) Contribuir para a consolidação do perfil gestor estratégico nas Faculdades de Comunicação Social.

### **Objetivos específicos**

1. Apresentar o cenário de pesquisa que abrange: conhecimento das variáveis específicas da Região Administrativa (RA) de Taguatinga, evolução legislativa do ensino de Comunicação Social nas habilitações, perfil das Faculdades Juscelino Kubitschek e o mercado para a profissão;

2. Contextualizar o universo teórico curricular nos aspectos da cultura, ideologia e poder;

3. Detalhar a prática transformadora do profissional de Relações Públicas, considerando a sua evolução profissional;

4. Consolidar a importância das novas diretrizes curriculares para a prática de ensino de Relações Públicas;

5. Apresentar, através da matriz curricular vigente na Faculdade de Comunicação Juscelino Kubitschek (JK), as disciplinas que diferenciam esse profissional no mercado;

6. Detalhar competências e habilidades que atendam as exigências para a formação desse profissional.

## **O problema e sua delimitação**

Este estudo tem como objeto o currículo da Faculdade de Comunicação Social na habilitação de Relações Públicas (RP). Trata-se de uma investigação sobre um tema situado no campo da educação (currículos) e Comunicação Social (seu processo educativo na área específica de Relações Públicas). Contempla, portanto, a análise de diferencial dos currículos desse curso, as disciplinas, que de forma holística e integrada atendem as habilidades e competências exigidas para a formação desse profissional.

Os elementos que fundamentaram a pesquisa são: 1) apresentação e análise dos cenários que permeiam o foco da pesquisa – currículos de Comunicação Social - (a) conhecimento das variáveis específicas da região administrativa (RA) de Taguatinga, (b) evolução legislativa do ensino de Comunicação no Distrito Federal, (c) detalhamento do atual ensino das Faculdades de Comunicação Social do Distrito Federal e (d) as atuais necessidades do mercado perante a profissão; 2) o universo teórico do currículo de Relações Públicas e 3) a pesquisa de campo. Tais estudos possibilitarão o encontro de respostas frente à sua problemática.

A questão de fundo que perpassa toda a discussão desse projeto de pesquisa pode ser traduzida em questionamentos específicos:

1. Os currículos das Faculdades de Comunicação Social contemplam fundamentos teóricos e técnicas aliadas às habilidades e competências necessárias à sua prática?
2. O profissional da área é apontado na teoria e prática curricular como gestor da comunicação responsável pela assessoria, pesquisa, planejamento, comunicação e avaliação?
3. A prática curricular vigente permite que o estudante crie uma visão estratégica das necessidades do atual cliente?

A resposta a essa problemática auxiliará na construção de uma matriz curricular com disciplinas, que de forma diferenciada permitam a formação e o desenvolvimento de habilidades e competências necessárias para a excelência da prática profissional e sua conseqüente inserção no seu universo profissional.

## **Breve análise de cenários de pesquisa**

### **1. Variáveis das Regiões Administrativas (RA) de Brasília e Taguatinga**

No Distrito Federal constam duas IES que possuem cursos de Relações Públicas. Segundo dados do Ministério da Educação, o IESB e Faculdades JK atendem os critérios de: 1) ser credenciada formalmente no Ministério da Educação (MEC) enquanto curso de Relações Públicas com currículos vigentes, pelo menos, desde 2005; 2) possuir coordenação que atualize e reavalie freqüentemente sua matriz curricular; 3) possuir no curso de Relações Públicas professores graduados nessa área. O IESB localiza-se em Brasília e a Faculdade de Comunicação Juscelino Kubitschek, em Taguatinga. Por esse motivo, há necessidade de breve análise das duas cidades, que possuem variáveis distintas.

Brasília e Taguatinga compõem as atuais 26 Regiões Administrativas do Distrito Federal composta de 563.195 domicílios segundo Pesquisa Distrital por Amostra de Domicílios – PDAD – 2004, iniciativa da Secretaria de Planejamento e Coordenação do Distrito Federal – SEPLAN e Companhia do Desenvolvimento do Planalto Central – CODEPLAN.

Taguatinga (RA-III) ocupa o segundo ranking de população com 11% do total, seguida por Brasília (RA –I), que ocupa o terceiro ranking desse total.

Brasília foi fundada em 21/04/1960 e possui o Índice de Condição de Vida (ICV) de 108,27%, número acima da média segundo pesquisa da Fundação Getúlio Vargas, realizada em 2005. Além disso, é 5ª em renda domiciliar (R\$ 5.026,00), segundo PDAD, 2004.

Taguatinga é 9ª em renda domiciliar (R\$ 2.493,00), sendo referenciada na pesquisa uma renda per capita que totaliza em R\$ 661,00.

## 2. O universo teórico do currículo

O sentido do currículo hoje ultrapassa questões instrumentais - com foco apenas em procedimentos, técnicas e métodos, para aprofundar um questionamento citado por Michael Apple (1999) muito mais significativo: que tipo de conhecimento vale mais<sup>5</sup>?

Eminente pesquisador nessa área, Moreira (1999) reforça essa questão quando afirma que o currículo há muito tempo deixou de ser apenas uma área técnica, com foco apenas nas questões relativas ao “como”, e se identifica hoje com perguntas que referenciem o “por quê” das formas de organização escolar<sup>6</sup>.

Os atuais estudos do currículo não o desvinculam de temas como a cultura, ideologia e poder, fato que caracteriza esse “artefato social e cultural”<sup>7</sup> (MOREIRA, 1997) enquanto elemento que não prescinde ingenuidade. Isso porque esse artefato reflete visões, sentidos, significados e apropriações específicas do que se deseja ser trocado, sendo ele espelho de quem o planeja, o constrói, o alimenta e, posteriormente, o difunde. Em outro título, Moreira (2001) apresenta algumas de suas características específicas. São elas<sup>8</sup>:

1. Não é elemento inocente e neutro de transmissão desinteressada do conhecimento social;
2. Está implicado em relações de poder;
3. Transmite visões sociais particulares e interessadas;
4. Produz identidades individuais e sociais particulares;
5. Não é elemento transcendente e atemporal – tem uma história, vinculada a formas específicas e contingentes de organização, da sociedade e da educação.

A abordagem melhor utilizada para a análise do currículo é sob o ponto de vista da teoria crítica do currículo, cuja matriz de esforços tem como foco a Nova Sociologia da Educação (NSE) – movimento

---

<sup>5</sup> APPLE, Michael. Repensando ideologia e currículo In MOREIRA, Antonio Flávio & SILVA, Tomaz Tadeu da. Currículo Cultura e Sociedade. São Paulo: Cortez, 1999.

<sup>6</sup> MOREIRA, Antonio Flávio(org). Currículo: questões atuais. Campinas-SP: Papyrus, 1997, p.

<sup>7</sup> Id. Ibid., p.

<sup>8</sup> Id. Ibid., p.

liderado por Michael Young, que traçou novas intenções direcionadas para a Sociologia da Educação, permitindo recontextualizar o currículo e suas interfaces.

O fato é que seu perfil deve incorporar algumas características dominantes, tais quais a sua multidimensionalidade e multireferencialidade. Isso significa que deve resgatar suas muitas dimensões (sejam elas de cunho social, político, dentre outras) e nos múltiplos conjuntos de elementos ligados ao seu sistema de referência, já que compreende o ensino a diversidade de interesses, condições e histórias de vida. Em suma, a complexa condição que vive o ser humano.

### 3. O universo teórico de Relações Públicas

A profissão Relações Públicas (RP) vive uma atual dicotomia: se por um lado seu conceito é vago e deturpado, por outro nunca, como hoje, segundo afirma Lucas (2005), teve tanta oportunidade de crescimento<sup>9</sup>.

A complexa e inúmera significação do termo Relações Públicas é motivo que reforça a necessidade de reavaliação de seu mapa conceitual. Roberto Porto Simões apresenta no seu artigo “Relações Públicas, antes de tudo, um processo” a tendência polissêmica do termo que abrange:

*“um processo, um profissional, uma profissão, uma função, uma técnica e, talvez, como querem alguns, uma ciência. Verifica-se isso ao se observar o modo de falar de todos aqueles que tratam do assunto, pois, quando desejam referir-se ao processo de relacionamento da organização com os seus vários públicos, dizem "as Relações Públicas". Para designar o profissional que assessora ao poder decisório da empresa, quanto ao andamento do processo, dizem "o Relações Públicas". A profissão também se chama "Relações Públicas". Enfim, é um termo para designar muitos objetos, dificultando sobretudo a comunicação daqueles envolvidos no assunto, tanto os antigos como os iniciantes.”<sup>10</sup>*

A contribuição da área no que tange a articulação da credibilidade do negócio e fortalecimento dos laços com agentes da cadeia produtiva, diagnóstico sobre pontos de negócios, gerenciamento de conflitos internos e externos e identificação de tendências é parte desse campo estratégico que tem como foco principal o planejamento, comunicação e pesquisa. Frente a isso, Gutierrez (2003) aponta a profissão como função administrativa de sustentáculo ao empresário, à cúpula diretiva e aos níveis executivos de empresas, que faz uso da comunicação para obter resultados<sup>11</sup>.

Simões<sup>12</sup> (2001) e Fortes<sup>13</sup> (2003), pesquisadores da área com focos de abordagem diferenciados na profissão concordam com um fato: Relações Públicas é processo. Simões o denomina processo sociopolítico:

*Sua dinâmica é condicionada pelos eventos que se sucedem no sistema, em diversas dimensões, mas principalmente na relação de poder entre a organização e seus públicos, no confronto entre as políticas e as ações para a consecução da missão organizacional com os interesses, as expectativas e os objetivos específicos de cada um dos públicos (p.34).*

---

<sup>9</sup> LUCAS, Luciane. (org). Com credibilidade não se brinca!: a identidade corporativa como diferencial nos negócios. São Paulo: Summus, 2004, p. 15.

<sup>10</sup> Site do Portal de Relações Públicas e Transmarketing. Biblioteca Virtual do Portal RP. Simões, Roberto Porto. Relações Públicas, Antes de Tudo, Um Processo. [www.portal-rp.com.br](http://www.portal-rp.com.br), acessado em dezembro de 2004.

<sup>11</sup> FORTES, Waldyr Gutierrez. Relações Públicas: processo, funções, tecnologia e estratégias. São Paulo: Summus, 2003.

<sup>12</sup> SIMÕES, Roberto Porto. Relações Públicas e micropolítica. São Paulo: Summus, 2001.

<sup>13</sup> FORTES. Relações Públicas... op. cit., p. 34

O processo de Relações Públicas definido por Fortes<sup>14</sup> (2003) é o mesmo articulado por Andrade (1993), que se apresenta na seguinte disposição:

1ª Fase: Determinação do grupo e sua identificação como público.

2ª Fase: Apreciação do comportamento do público.

3ª Fase: Levantamento das condições internas.

4ª Fase: Revisão e ajustamento da política administrativa.

5ª Fase: Amplo programa de informações.

6ª Fase: Controle e avaliação dos resultados.

Consolida-se enquanto mecanismo de transformação dos ambientes – macro e micro - que o envolve e que determina, enquanto fim comum, a mudança ou adoção de novas atitudes.

Essa abordagem permite o ajuste de foco na sua formação: o seu processo e as demandas de seu mercado desejam a formação de um ser, que, de forma holística, seja gestor comunicacional e estrategista habilitado na área. A formação de um técnico de Relações Públicas nos moldes atuais não permite a sua inserção em um mercado que a cada minuto se reinventa.

## Conclusões

Através do estudo, conclui-se que:

1. A qualidade do ensino superior de comunicação social demanda a modernização de propostas pedagógicas, que desenvolva, em sala de aula, as necessidades e desejos tanto de um mercado de trabalho em comunicação, quanto os do futuro profissional;
2. A consolidação dessa qualidade pode ser traduzida em uma proposta curricular inovadora, diferenciada e que de forma integrada consolide um curso competitivo aliado ao mercado e aluno. O princípio da diferenciação desse futuro profissional prescinde uma formação que comporte disciplinas integradas junto aos demais cursos da área;
3. A proposta deve compreender os cenários no que tange: (a) conhecimento das variáveis específicas no ambiente onde esse Instituto de Ensino Superior (IES) se insere, (b) evolução legislativa do ensino de Comunicação Social no Brasil, (c) detalhamento desse ensino na IES e (d) as atuais necessidades do mercado perante as habilitações.

A análise da proposta revolucionária de currículo para Relações Públicas permitiu identificar que:

1. Há formação de gestor em comunicação com habilitação específica (Relações Públicas) e estrategista em Comunicação com visão de mundo e de mercado;

2. Sua proposta se referencia nas competências exigidas pelos diversos setores do mercado: científica, onde o aluno vivencia a cientificidade acadêmica voltada para a comunicação, sentindo seu crescimento na medida em que avança na seqüência da grade; profissional, o educando começa na

---

<sup>14</sup> FORTES. Relações Públicas... op. cit., p. 47.

disciplina Composto de Comunicação – momento em que entende as suas diversas habilitações e seus compostos integrados e passa por todas as técnicas e logísticas que embasam a habilitação específica; a interdisciplinaridade é muito evidente e desempenha a função de integrar as matérias constantes da grade, evitando a esterilidade dos estudos compartimentados, promovendo a comunicação entre as várias formas de conhecimento; instrumental navegará em todas as modalidades do discurso presente na sua habilitação com oito disciplinas redacionais e estilística; e estratégica, que tem o objetivo de formar não apenas um Relações Públicas, como também um estrategista em comunicação com especialização em RP;

No que se refere às competências exigidas (científica, profissional, interdisciplinar, instrumental e estratégica), pode-se afirmar que:

1. Na competência científica destacam-se: desde a preparação para o lidar universitário, no que tange à ciência e o desenvolvimento de um potencial epistemológico; com o desenvolvimento de áreas de conhecimento que demandam aprofundar as técnicas de Relações Públicas e proposta de novas dimensões e inserções na área;
2. No que se refere à questão profissional, deve-se se ater à disciplina Composto de Comunicação, que o dimensiona enquanto gestor da comunicação responsável pela comunicação integrada, proposta nas habilitações de publicidade e propaganda, jornalismo e relações públicas. Há preparação para os diversos mercados (público, privado e terciário) com Escritório Experimental de RP, onde o aluno desenvolve suas propostas finais em empresas;
3. No que se refere à inserção desse profissional em universos diferenciados, antes restritos às outras habilitações da Comunicação há possibilidade de efetiva atuação em atividades que envolvem a produção cultural e reportagem, notadamente na área de telejornalismo – contextualizado na Mídia, por exemplo;
4. Além da disciplina Fotografia, há oficina de Fotografia, além da imagem ser desenvolvida nos seus diversos focos. De forma integrada ela é desenvolvida através da Oficina de Imagem;
5. Há ênfase também Organizacional com o desenvolvimento de um gestor desse campo nas disciplinas Dinâmica das Organizações Modernas e Cultura e Poder nas Organizações;
6. Os Seminários Profissionalizantes discutem e apresentam novas dimensões e perspectivas, partindo de um profissional empreendedor (Seminários de Empreendedorismo) e que permite consolidar atitudes associativistas em RP, por exemplo;
7. Na competência instrumental, além de ser amplamente desenvolvida a língua portuguesa, bem como o instrumental técnico exigido para o Comunicador Social – representado nas disciplinas Redação para Veículos Impressos e Eletrônicos e Linguagem de RP, é ministrado o ensino de línguas, que permitem sua inserção nas dimensões internacionais;

8. As novas tecnologias da comunicação, que são diferencial no desenvolvimento de um profissional atual e competente no mercado, é contemplada e desenvolvidas em disciplina que abrange a competência instrumental;
9. A criatividade e inovação é desenvolvida de forma integrada, nas três habilitações – RP, Publicidade e Propaganda e Jornalismo, preparando-os para o desenvolvimento dos processos transformador, sedutório e informacional, que abrangem suas atividades;
10. Planejar, criar peças inovadoras faz parte da competência estratégica através das disciplinas Princípios de Diagramação e Design e Editoração Eletrônica;
11. O foco no planejamento é estratégia do currículo;
12. Há preparação para a área de atendimento, considerando seus diversos ambientes de atuação – em agências de publicidade, por exemplo, bem como análise de comportamento do consumidor;
13. Há inserção global desse indivíduo nos Sistemas Nacionais e Internacionais de Comunicação;
14. Integração com demandas sociais e políticas, um dos grandes focos de atuação de RP em Brasília.

Essas dimensões diferenciam o profissional a ser formado, consolidando-o de forma estratégica e diferenciada nos campos em que ele deseja atuar.

## **Bibliografia**

FORTES, Waldyr Gutierrez. **Relações Públicas: processo, funções, tecnologia e estratégias**. São Paulo: Summus, 2003.

\_\_\_\_\_. **Transmarketing: estratégias avançadas de relações públicas no campo do marketing**. São Paulo: Summus, 1999.

FORUM. **A lógica do encantamento**, São Paulo: Editora Publisher Brasil, 2004.

FREIRE, Paulo. **Educação como prática da liberdade**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2000.

\_\_\_\_\_. **Pedagogia da Autonomia: Saberes necessários à prática educativa**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1997.

GUERRA, Miguel Ángel Santos. **La escuela que aprende**. Espanha: Editora Morata, 2002.

KANTER, Rosabeth Moss. **Classe Mundial: uma Agenda para Gerenciar os Desafios Globais em Benefício das Empresas e das Comunidades**. São Paulo: Editora Campus, 1996.

LUCAS, Luciane (org). **Com credibilidade não se brinca!: a identidade corporativa como diferencial nos negócios**. São Paulo: Summus, 2005.

MOREIRA, Antonio Flavio Barbosa. **Currículo, cultura e sociedade**. São Paulo: Cortez, 1999.

\_\_\_\_\_. **Currículo: questões atuais**. Campinas-SP: Papyrus: 1997.

\_\_\_\_\_. **Ênfases e omissões no currículo**. Campinas: Papyrus, 2001.

SANTOS, Vânia Maria Nunes dos. **Educação e cidadania**. São Paulo: Oficina dos textos, 2002.

SIMÕES, Roberto Porto. **Relações Públicas e Micropolítica**. São Paulo: Summus Editorial, 2001.

Site de Philippe Perrenoud - Professeur ordinaire, "*Institutions scolaires et pratiques pédagogiques*", [www.unige.ch/fapse/SSE/teachers/perrenoud/](http://www.unige.ch/fapse/SSE/teachers/perrenoud/), acessado em 06/02/2004.

Site do Portal de Relações Públicas e Transmarketing. Biblioteca Virtual do Portal RP, artigos do item "Ensino", disponível em: <http://www.portal-rp.com.br/bibliotecavirtual/relacoespublicas/ensino/>, acesso em: 06/02/2004.