

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS
FACULDADE DE EDUCAÇÃO

DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

A FORMAÇÃO ATUAL DO COMUNICADOR SOCIAL NO BRASIL:
ECA/USP – UM ESTUDO DE CASO

PAULO SERGIO DE OLIVEIRA MELO
ELISABETE MONTEIRO DE AGUIAR PEREIRA

2006

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS
FACULDADE DE EDUCAÇÃO

DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

Título

A FORMAÇÃO ATUAL DO COMUNICADOR SOCIAL NO BRASIL:
ECA/USP – UM ESTUDO DE CASO

Autor: PAULO SERGIO DE OLIVEIRA MELO

Orientadora: ELISABETE MONTEIRO DE AGUIAR PEREIRA

Este exemplar corresponde à redação final da tese defendida por Paulo Sergio
de Oliveira Melo e aprovada pela Comissão Julgadora.

Data: 21/02/2006

Assinatura:

COMISSÃO JULGADORA:

2006

RESUMO

O objetivo deste trabalho foi o de buscar compreender a formação atual do Comunicador Social. A pesquisa tem o Curso de Comunicação Social da ECA/USP como estudo de caso. O foco da análise foram os projetos pedagógicos e as estruturas curriculares atuais dos cursos de Relações Públicas, Jornalismo e Publicidade e Propaganda sob o olhar da hermenêutica, bem como os dados das entrevistas com os respectivos coordenadores dos cursos. Partimos do pressuposto de que o papel das universidades na formação dos estudantes se completa ao fornecer ao futuro profissional, espaço-tempo para refletir, pensar e pesquisar, resgatando e aprofundando os saberes na sua interdisciplinaridade e não fragmentando ou especializando-o no nível da graduação. Os dados do estudo mostram que as disciplinas específicas do curso de comunicação preparam o estudante para a vida profissional, mas ainda não estão inter-relacionadas com outros saberes que lhe forneça subsídios para uma formação ampla, com preocupação social, humana e crítica. Observou-se ainda, que os cursos estão preocupados com o posicionamento ético-político do comunicador e procuram manter o equilíbrio entre a formação humanística e técnico-profissionalizante, mas passam por um período de transição na construção dos currículos para melhor atender a esses aspectos.

Palavras-chaves: Curso de Comunicação, Universidade, Formação do Comunicador, Projeto Pedagógico, Flexibilidade Curricular.

ABSTRAT

The purpose of this study was to try to understand the current Social Communicator formation. The research has ECA/USP Social Communication Course as the study case. The analysis focus were the pedagogic projects and the current curriculum structures for Public Relations, Journalism and Advertising courses under the hermeneutics point of view, as well as the interview figures with the respective courses coordinators. We presupposed that responsibility of the universities in the students' formation is completed to give to the future professional, space-time to reflect, think and research, recovering and making a profound study of the knowledge in its interdisciplinary and not fragmenting or specializing in the graduation level. The study figures show us that the specific disciplines in the communication course prepare the student for a professional life, but they still are not inter-related with others knowledge that support the subsidy for an ample development, with a social, human and critic concerns. It was still observed that the courses are concerned about the communicator ethic/politic positioning and they direct their efforts to maintain the balance between the humanistic formation and technical-professionalizing, but they are suffering a transition period in the curriculum construction for a better support on these aspects.

Keywords: Key words: Communication Course, University, Communicator formation, Pedagogic Project, Curriculum flexibility.

AGRADECIMENTOS

A CAPES pelo apoio.

À Elisabete Pereira, pela orientação, incentivo e apoio durante o percurso.

Aos funcionários da pós-graduação/FE, pela prontidão e atenção.

Ao professor Sergio Ferreira do Amaral pela oportunidade de aprender com o estágio.

À professora Carmem Bastos pelas sugestões pertinentes ao trabalho.

Aos professores da ECA/USP, José Coelho Sobrinho, Margarida M. K. Kunsch e Ornelas Figueira Neto, pelas entrevistas e a disponibilidade dos documentos.

Ao colega Cássio, pelo abrigo e as conversas intermináveis.

À minha família, pelo apoio e paciência.

Aos meus pais, eternos educadores.

À Ana Maria Andrade de Oliveira Melo, parceira, amiga e incentivadora dos meus estudos.

A todos que de forma direta ou indireta colaboraram com este trabalho.

SUMÁRIO

Introdução	01
Capítulo 1 – O Curso de Comunicação Social no Brasil	05
1.1. O Conceito de Comunicação	05
1.2. Os Conceitos de Jornalismo, Publicidade e Propaganda e Relações Públicas como atividades da Comunicação	11
1.3. O início do Ensino de Comunicação Social no Brasil	14
1.4. As fases do Ensino de Comunicação e a Formação do Comunicador Social nas décadas de 60 e 70 do século XXI	19
1.5. As fases do Ensino de Comunicação e a Formação do Comunicador Social nas décadas de 80 e 90 do século XXI	26
Capítulo 2 – O Olhar Metodológico	35
2.1. A escolha do objeto – a ECA como estudo de caso	36
2.2. O olhar da Hermenêutica	38
2.3. Os mediadores do processo	40
Capítulo 3 – O Curso de Comunicação Social da ECA/USP: um estudo de caso	43
3.1. A Escola de Comunicação e Artes de São Paulo – ECA/USP	43
3.2. A atual proposta pedagógica do curso de Jornalismo	45
3.3. A atual proposta pedagógica do curso de Publicidade e Propaganda	51
3.4. A atual proposta pedagógica do curso de Relações Públicas	56
3.5. A Formação em Comunicação Social e o olhar dos Coordenadores sobre o curso na ECA/USP	60

3.6. O olhar dos Coordenadores do Curso de Comunicação Social da ECA/USP	61
3.6.1. O olhar dos Coordenadores sobre a Universidade	61
3.6.2. O olhar da ECA/USP sobre a Formação do Comunicador Social	66
3.6.3. Análise do Projeto Pedagógico da ECA/USP	73
3.6.4. Flexibilização Curricular	77
3.6.5. A dualidade entre a Formação humanística e a Formação técnico-profissionalizante	81
Considerações Finais	89
Referência Bibliográfica	99
Anexo I: Diretrizes Curriculares para os Cursos de graduação– SESU	107
Anexo II: Diretrizes Curriculares para a área de Comunicação Social- 2001.	119
Anexo III: Projetos Pedagógicos e Grades Curriculares dos Cursos de Jornalismo, Publicidade e Propaganda e Relações Públicas da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo – ECA/USP.	133
Anexo IV: Roteiro da entrevista.	165

Lista de Siglas

ABI – Associação Brasileira de Imprensa

APISP – Associação dos Profissionais de Imprensa de São Paulo

CES – Câmara de Educação Superior

CFE – Conselho Federal de Educação

CIESPAL – Centro Internacional de Estudos Superiores de Periodismo para a América Latina

CNE – Conselho Nacional de Educação

CJE – Departamento de Jornalismo e Editoração

CRP – Departamento de Relações Públicas, Publicidade e Propaganda e Turismo

ECA – Escola de Comunicações e Artes

IES – Instituição de Ensino Superior

LDB – Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional

MEC – Ministério da Educação

PUC-SP – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo

SESU – Secretaria de Educação Superior

UCBC – União Cristã Brasileira de Comunicação

UDF – Universidade do Distrito Federal

UNESCO – Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura.

USP – Universidade de São Paulo

INTRODUÇÃO

O objetivo deste trabalho é o de interpretar, compreender e apontar quais as perspectivas da formação atual do Comunicador Social no Brasil. Partimos do pressuposto de que as disciplinas específicas do Curso de Comunicação Social preparam o estudante para a vida profissional, mas que estas devem estar inter-relacionadas com outros saberes que lhe forneça subsídios para uma formação geral ou ampla, com preocupação social e humana.

Baseado em Pereira (2000), por formação ampla, entendemos a preparação do jovem para uma formação de conteúdo intelectual, cultivo das capacidades mentais, de julgamentos, de pensamento conceitual, de condições para processar informações necessárias para viver e adaptar-se a um mundo em contínua transformação, reavendo a idéia de cultura como formação do homem total inserido em sua realidade e sujeito das mudanças do mundo.

O papel das universidades na formação dos estudantes é de fornecer, além do domínio técnico em determinada área, espaço-tempo para o discente pensar, refletir, pesquisar e produzir informações e conhecimentos que possam contribuir com a sociedade de um modo geral e com a área de escolha profissional em particular, para isso, a universidade deve resgatar e aprofundar os diversos saberes na complementaridade da formação e não na fragmentação ou especialização do homem em detrimento do futuro profissional. Como afirma Greco (2002, p.39), *“a escola superior é um lugar onde se deve fazer educação e ajudar a construir projetos de vida, e não apenas onde se aprendem os conteúdos e as habilidades necessárias para o adestramento em uma profissão(...)”*.

O trabalho se propõe a fazer o estudo de caso dos cursos de publicidade e propaganda, jornalismo e relações públicas da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo, ECA/USP. O foco de análise são os projetos pedagógicos desses cursos, pois acreditamos que retratam a visão da área de comunicação, o entendimento da sociedade e a intencionalidade dos envolvidos na formação do comunicador social. A partir da análise, procuramos levantar alguns elementos relevantes que contribuam para a formação atual do comunicador social no Brasil, guardadas as especificidades de cada região.

Interpretar e compreender o Curso de Comunicação Social da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo como estudo de caso evidencia questões que estão sendo discutidas na formação do profissional de comunicação, sobretudo, a partir da LDB/96 que abriu caminhos para os cursos superiores repensarem seus objetivos quanto à formação e estrutura curricular.

Ao discutirmos formação, falamos em nossa pesquisa de um processo educacional que norteia as discussões atuais sobre o perfil do comunicador social do século XXI. Entre os elementos de discussão ou fundamentais para a formação do comunicador, identificamos uma preocupação dos cursos em manter um equilíbrio dos saberes humanísticos e técnico-profissionalizante, o que acarreta em não reduzir a educação do ensino superior em meros cursos profissionalizantes para atender a demanda do mercado da comunicação. Constatamos também que o objetivo dos cursos é formar um profissional com posicionamento ético-político em relação à sociedade. Em nossa compreensão, mais do que mediador da cultura e da sociedade, o comunicador é um interventor na busca da democracia participativa dos cidadãos, onde a informação e o conhecimento são fundamentais para a sobrevivência dos indivíduos no mundo cada vez mais globalizado.

A formação ampla nos cursos de comunicação ultrapassa as especificidades de cada habilitação e pode contribuir para melhor compreender, enfrentar e intervir neste momento de mudança, assim como projetar novas ações na formação do cidadão-profissional. Como afirma Pereira (2000, p. 187), *“é importante colocar que defender uma educação geral não é estar contra uma especialização, mas, desejar que o homem se desenvolva antes do profissional e que este se baseie naquele para agir”*.

Acreditamos que na formação do estudante não se pode pressupor dualidade ou fragmentação entre prática e teoria, entre formação humanística e técnico/profissional e que não se trata de reduzir o ensino em capacitar o indivíduo para esta ou aquela área, mas formar o cidadão que possa refletir sobre si e dialogar com a sociedade de seu tempo. Trata-se também de formar o profissional que desenvolva em sua área de conhecimento, atitudes inovadoras (interventoras) necessárias e não apenas atitudes reprodutoras de sua profissão.

Tentar trabalhar com a perspectiva de uma formação mais ampla do que especializada, nos leva a questionar: como formar profissionais generalistas se as instituições (IES/cursos) têm suas estruturas curriculares fragmentadas; como trabalhar saberes integrados se estes saberes são transformados em disciplinas isoladas que, quando juntas, tornam-se “grades” curriculares.

Acreditamos que a formação de um profissional da comunicação, sem o entendimento da sociedade onde ele está inserido (análise), sem a prática de repensar sua prática (reflexão) e sem uma visão humanista, mas apenas com uma visão tecnocrata e utilitária para a sociedade, não o tornará um profissional com visão ampla da comunicação, capaz de interagir e exercer sua função de mediador, interlocutor e interventor nas diversas áreas da sociedade. Pouco ainda o tornará sujeito de transformação.

Para analisar, interpretar e compreender a formação do comunicador social, estruturamos o trabalho em quatro capítulos:

No primeiro capítulo, resgatamos a história do curso de Comunicação Social no Brasil, os conceitos que norteiam suas habilitações e apontamos as principais fases da formação.

No segundo capítulo, definimos a hermenêutica como procedimento metodológico. Ao direcionarmos nosso olhar pela hermenêutica, nos alimentamos de instrumentos na interpretação, compreensão e elucidação do sentido proposto pelos sujeitos nos documentos e nos depoimentos dos coordenadores no processo de construção do projeto pedagógico, através da entrevista semi-estruturada.

No terceiro capítulo, descrevemos os projetos pedagógicos, os depoimentos dos coordenadores e levantamos categorias de análise dos cursos focados.

Como considerações finais, procuramos apontar quais as perspectivas da formação do comunicador social como um processo educacional e contribuição para a área da comunicação.

Capítulo 1 - O Curso de Comunicação Social no Brasil

Este capítulo procura compreender o conceito de Comunicação, seu campo de investigação e suas áreas específicas. Pretendemos ainda resgatar, dentro de seu contexto histórico, como o ensino de Comunicação Social se estruturou no Brasil.

1.1 – O Conceito de Comunicação

O século XX foi considerado, sobretudo, como o século das comunicações e da circulação de informações, consolidando os diversos meios de comunicação que produzem e difundem informações para um ou inúmeros indivíduos em qualquer parte do planeta. Um único aparelho, de rádio, Tv ou computador conectado a uma linha telefônica, permite a qualquer indivíduo o acesso imediato às informações veiculadas no mundo moderno. A informação e, o acesso a ela, tornou-se algo necessário e corriqueiro em nossos dias.

Etimologicamente comunicação vem do latim *Communis* ou tornar uma coisa comum. Nas palavras de Melo (1978, p. 14), “*comunicar significa, assim, tornar comum, estabelecer comunhão, participar da comunidade através do intercâmbio de informação*”. Considerando o conceito etimológico da palavra, todos precisam e devem se comunicar, pois é pela troca ou intercâmbio de informações que os indivíduos se caracterizam como seres sociais.

Conceituar comunicação talvez seja, paradoxalmente, uma das tarefas mais simples e difíceis do mundo atual. Simples porque todo ser humano se comunica através de gestos, palavras, sons, sinais, símbolos e, portanto, pratica, vivencia, o ato de comunicar ao estabelecer relações com um ou vários indivíduos. Comunicação significa, em sentido restrito

expressar objetivo, muitas vezes velado; idéias e intenções, muitas vezes disfarçadas; conhecimentos, emoções e reações ao outro. Dessa relação comunicacional pressupõe-se um processo dialógico, estabelecendo assim, a necessidade básica da pessoa humana.

De maneira simples, podemos caracterizar a comunicação como a relação de troca de informações entre um ou vários indivíduos. Sendo o homem um ser social, a comunicação nasce e é intrínseca aos seres humanos.

O termo comunicação hoje, tem estado mais fortemente vinculado a idéia de meios, pois, segundo Lakatos (1985, p. 85) “*à medida que as sociedades se desenvolvem e se tornam complexas, apresentam condições para o aparecimento e aperfeiçoamento de meios técnicos de comunicação: imprensa, rádio, telégrafo, televisão, satélites*”. Os meios de comunicação e, as informações veiculadas por eles, não só fazem parte da vida dos indivíduos, como muitas vezes, pautam o cotidiano das pessoas, influenciam comportamentos e contribuem na formação da opinião pública. Contudo, Bordenave (1997), chama a atenção para o aumento de influência e poder desses meios:

“Este processo de desenvolvimento de aparelhos (‘hardware’) e das técnicas de programação e produção (‘software’) foi acompanhado de um tremendo aumento de influência e poder da comunicação na sociedade. O impacto dos meios sobre as idéias, as emoções, o comportamento econômico e político das pessoas, cresceu tanto que se converteu em fator fundamental de poder e de domínio em todos os campos da atividade humana” (BORDENAVE, 1997, p. 33).

O campo de estudos das Ciências Humanas, específico para a área de Comunicação, as Ciências da Comunicação, procura analisar, compreender e discutir as causas e efeitos das comunicações e da informação como decorrência das relações humanas.

Com os avanços das tecnologias a partir da metade do século XX, as redes de comunicação se tornaram mais complexas, ágeis, dinâmicas e imediatas, o que leva hoje, o ato de comunicar, tarefa aparentemente simples, causar reações imediatas em milhões de pessoas simultaneamente.

Neste sentido, a responsabilidade de quem comunica, sobretudo, daqueles que produzem e veiculam informações, tomou enormes proporções, pois, o efeito da comunicação atinge várias culturas, credos, crenças, etnias num só segundo. Por um lado, o comunicador está próximo de seus pares, pois o profissional trabalha em equipe interagindo com as mais diversas ideologias e interesses (agências de comunicação, redações, sindicatos, empresas públicas e privadas, assessorias a políticos, trabalhos em rádios e Tvs comunitárias, etc.), por outro, antes de se formar e trabalhar na área, o profissional tem uma trajetória pessoal em sua comunidade/região, conforme sua situação social. Pensar, portanto, que um comunicador social é totalmente influenciado pela sua atividade profissional é um equívoco, pois estaríamos engessando toda a sua história pessoal, mas, pensar que ele é autônomo e imparcial em sua profissão, é ignorar a atividade presente. Assim, não podemos acreditar na atividade da comunicação como algo estranho, isolado, neutro e imparcial da sociedade, mas como parte integrante de interesses e intencionalidades que compõe a sociedade. Se por um lado o profissional que trabalha com os meios de comunicação influencia o público ao difundir idéias e interesses de onde trabalha, por outro, é influenciado pela sua trajetória pessoal e pelo próprio ambiente em que está inserido.

A comunicação deve ser entendida como o elo entre os homens sociais, e como tal, é um processo dinâmico, evolutivo e complexo não se resumindo na troca de mensagens como observa Maia (2002, p. 69): “(...) *pode haver comunicação sem troca de informação, mas a*

troca de informação pressupõe a comunicação”. Preparar comunicadores restritos apenas a difusão de informações dentro de uma habilitação, ou não compreender os diversos conceitos de comunicação, poderá fadá-lo a um mero emissor de mensagens reduzindo as complexas dimensões da área.

A comunicação e seus meios foram se estruturando no decorrer da história e inúmeros conceitos e análises deste processo procuraram responder aos fenômenos surgidos. Assim, não podemos utilizar um único conceito para definir o que é comunicação, pois dependerá de qual aspecto, corrente filosófica ou período estamos analisando o processo. Como elucida Melo (1978, p. 31): *“É preciso entender cada conceito nos limites epistemológicos que o caracteriza, sem cair no perigo de tomar um conceito determinado como padrão de referência para considerar os demais*”. Assim, não podemos privilegiar um conceito de comunicação e torná-lo padrão. Em relação à formação do profissional da comunicação, cabe as IES trabalharem todos os conceitos, considerando os limites de cada campo do saber na construção da Comunicação como processo.

Como campo específico das Ciências Humanas, as Ciências da Comunicação procuram analisar e compreender os fenômenos que ocorrem nos processos de comunicação em sua amplitude, do emissor até o retorno da mensagem; das causas e efeitos das pequenas às grandes estruturas de comunicação; das interferências intrínsecas e extrínsecas em torno do ato comunicacional, tornando-se um campo vasto de investigação.

Analisando a comunicação como parte integrante de uma sociedade em constante transformação, entendemos que o comunicador social não pode se limitar à escolha restrita de uma habilitação profissional, pois seu campo de atuação perpassa os diversos segmentos da sociedade. Assim, podemos ampliar as dimensões do conceito de comunicação através da

estrutura biológica do indivíduo. Segundo Melo (1978, p. 16), a “*comunicação pode ser entendida como o ato de exprimir e transmitir o que registra ou se passa no sistema nervoso do indivíduo*”. Neste sentido, a comunicação torna-se o elo entre a interioridade do homem e a exterioridade do meio ambiente. Acreditamos que esta compreensão da comunicação deva influenciar a forma de ver e organizar a formação do comunicador social.

A formação do comunicador social não se esgota em modelos definitivos, pois há inúmeras variáveis no processo como afirma Maia (2002):

“ (...) o modelo do processo de comunicação serve para facilitar o estudo e a compreensão dos actos comunicativos. Mas os modelos do processo de comunicação representam, artificialmente, um instante de um acto comunicativo onde se engloba um conjunto finito de variáveis (como o emissor, a mensagem, etc.). Não representam todo o acto comunicativo e todos os factores intervenientes. Não representam todas as interacções que se estabelecem e mudam constantemente entre os elementos intervenientes nesse acto, que, por sua vez, também mudam, eles próprios ao longo do tempo, tanto quanto o contexto muda. E, além disso, esses modelos pressupõem que o processo da comunicação pode ser ‘congelado’ num instante, quando, na verdade, ele é dinâmico, evolutivo e não tem, sequer, princípio ou fim bem definido” (MAIA, 2002, p. 69).

Outro conceito que deve ser lembrado na tentativa de explicitar a dimensão da comunicação, é o de que o ato de recordar costumes, de transmitir padrões de comportamentos às outras gerações, também faz parte do ato comunicativo, tanto do ponto de vista pedagógico, como antropológico, assim:

“Pedagogicamente, podemos dizer que a comunicação é a ação exercida pelas gerações adultas sobre as gerações jovens para adapta-las à vida social ou, em outras palavras, é o processo de transmissão de experiências e de ensinamentos (...). O conceito antropológico tem alguns pontos em comum com o conceito pedagógico. Mas há uma diferença básica entre ambos. O conceito pedagógico visualiza fundamentalmente a comunicação como processo de aprendizagem; enquanto isso, o conceito antropológico tem um horizonte mais vasto, identificando a comunicação não apenas como veículo de aquisição de bagagem

cultural por parte do indivíduo, mas também como instrumento formador de cultura”. (MELO, 1978, pp. 18-23).

Se a comunicação também exerce seu papel pedagógico ao transmitir e discutir os valores de uma comunidade às diversas gerações e seu papel antropológico como instrumento formador de cultura, o comunicador social se faz presente na sociedade de seu tempo, pois procura evidenciar o que está sendo construído na sociedade e ao mesmo tempo compara os diferentes momentos desta construção. Ao pensar na formação do comunicador social, a conceituação de comunicação não pode ser restrita, por isso extrapola sua área específica de conhecimento adentrando em outras áreas na busca de uma formação ampla, *“em termos históricos, efetivamente a comunicação afigura-se como única forma de sobrevivência social, como o próprio fundamento da existência humana, solidificada através da cooperação e da existência” (...)* em termos sociológicos *“comunicação é o instrumento que possibilita e determina a interação social; é o fato marcante através do qual os seres vivos se encontram em união com o mundo”*. (MELO, 1978, pp. 20-22),

Ao se comunicar, o indivíduo interage com o outro e acaba por influenciar e ser influenciado. *“Comunicação é o processo por meio do qual o indivíduo (o comunicador) transmite estímulos (geralmente símbolos verbais) para modificar o comportamento de outros indivíduos (receptores)”*. (MALETZKE, IN: MELO, 1978, p. 25), Neste conceito, há uma interferência direta de um indivíduo sobre o outro, o que aumenta a responsabilidade daqueles que difundem informações coletivas. Para tanto, o comunicador social não poderá estar restrito ao domínio das técnicas e da linguagem, pois, ao estimular o público a alguma ação, ele torna-se co-responsável pela influência que exerceu sobre o outro(s).

Embora esta área de conhecimento seja ampla e tenha especificidades peculiares e seus conceitos tenham várias dimensões que devem ser compreendidas pelo comunicador social durante sua formação, o ato de comunicação possui alguns elementos básicos que o caracterizam, independente de sua dimensão e complexidade. Segundo Bordenave (1997, p. 40), esses elementos são:

- 1 – a realidade ou situação onde ela se realiza e sobre a qual tem um efeito transformador;
- 2 – os interlocutores que dela participam;
- 3 – os conteúdos ou mensagens que elas compartilham;
- 4 – os signos que elas utilizam para representá- los;
- 5 – os meios que empregam para transmiti-los.

Estes elementos compõem o ato comunicacional e devem ser incluídos quando se tem um entendimento mais amplo, e serem inferidos na formação do comunicador social para a compreensão, análise e atuação na área, independente da habilitação escolhida. As habilitações que compõem a área de comunicação por sua vez, também devem ser entendidas através de seus respectivos conceitos, tanto para a formação ampla do comunicador, como na atuação profissional específica. Procuraremos conceituar estas habilitações para melhor entendermos a área de comunicação social.

1.2 – Os Conceitos de Jornalismo, Publicidade e Propaganda e Relações Públicas como atividades da Comunicação.

Como procuramos demonstrar, o processo de comunicação é complexo e vasto, por isto, este trabalho delimita seu campo de investigação na compreensão da formação atual do

comunicador social no Brasil, tendo como aporte e objeto de estudo o curso de Comunicação Social da Escola de Comunicações e Artes de São Paulo (ECA-USP) e suas respectivas habilitações: Jornalismo, Relações Públicas e Publicidade e Propaganda.

Em sentido amplo, “*entende-se por jornalismo qualquer atividade humana da qual resulte a transmissão de uma notícia ou informação de atualidade*”. Melo (1998, p. 72). Porém, nem toda transmissão pode ser considerada como ato jornalístico, pois, teríamos que admitir ou caracterizar qualquer diálogo, troca de informações ou relação social como jornalismo. Assim, qualquer pessoa poderia ser considerada jornalista, pois têm a capacidade de difundir informações. No entanto:

“Para caracterizar cientificamente o jornalismo é necessária a coexistência dos seguintes caracteres: atualidade (o cotidiano, o presente), oportunidade (periodicidade, ex.: rádio e Tv), universalidade (não como realidade objetiva, pois depende das intenções do jornalista e preferência dos leitores) e difusão coletiva (instrumento público ao alcance de todos” (...) “podemos conceituá-lo como a ciência que estuda o processo da transmissão oportuna de informações da atualidade, através dos veículos de difusão coletiva”. (MELO, 1998, pp. 73-75).

O jornalismo, como parte da Comunicação, tornou-se importante instrumento das sociedades na construção e divulgação das bases democráticas das últimas décadas. Como ciência, procura estudar os fenômenos da área e repensar sua função em meio a tantas transformações no mundo atual.

Em termo restrito, como parte da Comunicação, entendemos Publicidade e Propaganda como difusora coletiva de informações, idéias, produtos e serviços tendo como característica peculiar a persuasão e convencimento. Como afirma Trindade (2005, p. 86), “*a publicidade é realmente um reflexo e um elemento adjuvante no processo de consolidação e*

de incorporação, por parte dos indivíduos, na assimilação e na aceitação dos valores da modernidade-mundo". Jornalismo, também como difusor de informações, tem como peculiaridade constatar, construir ou reconstruir as informações e fatos transmitidos ao público.

Por Relações Públicas, conforme Thomazi (1997, p. 15), entende-se como *“uma atividade não apenas de informar amplamente, mas também de criar ou formar públicos conscientes de seus propósitos em benefício da comunidade”*. Próxima da propaganda, as Relações Públicas, através de estudos e pesquisa, procura responder aos desafios internos e externos na consolidação das empresas públicas e privadas, exteriorizando e criando a imagem das instituições e pessoas junto aos diferentes públicos. Para França (1997), Relações Públicas:

“atua como técnica especializada de relacionamento, cujo objetivo principal é perceber as realidades da sociedade/organização, a obrigatoriedade de seus inter-relacionamentos institucionais e mercadológicos, suas necessidades permanentes de comunicação e seus envolvimento harmônicos ou controversos com a sociedade” (FRANÇA, 1997, p. 3).

Apesar de um dos elementos, a informação é fundamental na consolidação de seu propósito.

Nota-se que as três áreas têm em comum um elemento essencial não só para as suas respectivas habilidades, mas também para a Comunicação, qual seja, a informação. Ainda como característica moderna, as três habilitações têm em comum a difusão coletiva da informação, seja transmitindo ou trabalhando a notícia (jornalismo), seja convencendo e influenciando através das campanhas (publicidade e publicidade), seja na consolidação da

imagem interna e externa da marca ou serviço das organizações ou de pessoas (relações públicas). Como expõe França:

“(...) todas as habilitações da comunicação encontram-se num mesmo e único campo comum, que é o grande circo da mídia/multimídia. É acaciano, ninguém se comunica sem fazer uso de uma mídia qualquer, seja o relações-públicas, o jornalista, o publicitário(...). Portanto, a mídia não é privilégio de ninguém, é de todos” (FRANÇA, 1997, p. 14).

Neste sentido, entendemos que a formação do comunicador social não poderá estar restrita a uma habilitação específica, mas atento às três áreas do conhecimento, pois, antes de formar um jornalista, um relações públicas ou publicitário, entendemos que os cursos devam pensar, sobretudo, na formação do comunicador social, permitindo que ele possa transitar entre as diversas áreas da comunicação, como aponta Baccega (2000):

“O campo da comunicação não é formado, portanto, apenas de uma ou outra opção profissional. Cada uma delas está presente nele, constituindo-se num conflito e equilíbrio permanentes. O profissional de cada uma delas precisa conhecer as interseções entre todas para que, ao atuar, saiba fazê-lo tomando em conta os parâmetros das semelhanças e diferenças que compõem cada um desses domínios. Só assim ele será produtor e não mero reproduzidor das técnicas que caracterizam sua opção. Só assim a universidade estará cumprindo seu papel” (BACCEGA, 2000, p. 21).

Procurar formar profissionais na área da Comunicação Social é uma das tarefas das faculdades e universidades do Brasil desde a década de quarenta. Procuraremos entender, brevemente, os objetivos desta formação conforme seu contexto histórico.

1.3 - O Início do Ensino de Comunicação Social no Brasil.

Com o decreto nº 5.480 de 13 de maio de 1943 foi instituído no Brasil o primeiro Curso de Jornalismo no Sistema de Ensino Superior Brasileiro e o Decreto nº 22.245 de 06 de

dezembro de 1946 organiza o curso de jornalismo cuja finalidade era a de ministrar conhecimentos que habilitassem para a profissão de jornalista.

Este curso, em São Paulo, foi o primeiro dentro da área de comunicação como decorrência das pressões de profissionais liberais e entidades (apesar da imprensa brasileira ter surgido oficialmente em 1808 com a chegada da coroa portuguesa). Mesmo com o controle da produção e circulação de informações, vários jornais impressos iniciaram suas atividades pelo país nos anos seguintes, exigindo cada vez mais a necessidade de formação, reconhecimento da profissão e regularização da área em expansão.

A partir do início do século XX, o trabalho artesanal da imprensa foi se aprimorando, assim como as técnicas e as funções dos jornalistas que se tornavam assalariados nas emergentes empresas de comunicação impressa. Como entidade de classe, em 1908 foi fundada a Associação Brasileira de Imprensa (ABI), no Rio de Janeiro. A entidade, em 1918, elaborou, sem sucesso, a primeira proposta para o funcionamento de uma escola de jornalismo no Brasil.

Outra tentativa frustrada na implantação do primeiro curso de jornalismo no ensino superior ocorreu entre os anos de 1935 e 1937, quando o educador Anísio Teixeira foi convidado pelo Governador do Distrito Federal, Pedro Ernesto para pensar e criar um modelo de universidade no país. Em seu discurso de inauguração, em 31 de julho de 1935, o Reitor Anísio Teixeira inaugurava os cursos da Universidade do Distrito Federal (UDF), demonstrando um modelo de universidade único até então. Uma universidade com o propósito não só em fornecer profissionalização aos estudantes, mas também cultivar o conhecimento, fazendo da instituição um espaço “vivo” do saber e atenta à sociedade de seu tempo. Nas palavras de Teixeira:

“(…) Cultivar a imaginação é cultivar a capacidade de dar sentido e significado às coisas. A vida humana não é o transcorrer monótono de sua rotina cotidiana; a vida humana é, sobretudo, a sublime inquietação de conhecer e de fazer. É essa inquietação de compreender e de aplicar que encontrou afinal a sua casa. A casa onde se acolhe toda a nossa sede de saber e toda a nossa sede de melhorar, é a universidade.

São as universidades que fazem, hoje, com efeito, a vida marchar. Nada as substitui. Nada as dispensa. Nenhuma outra instituição é tão assombrosamente útil.

Não terá ela nenhuma ‘verdade’ possível a dar, a não ser a única verdade possível, que é a de buscá-la eternamente. Fiel, assim, à grande tradição universitária da humanidade, havia de, por certo, desgostar aos que querem diminuir o Brasil até ajustá-lo aos limites de suas ideologias pessoais e de suas pessoais inquietações” (TEIXEIRA, 1998, pp. 88,89,101).

Tal entusiasmo e seriedade na construção de uma universidade livre incluía o primeiro curso de jornalismo do Brasil sob a direção do editor do Correio da Manhã, jornalista Costa Rego. No entanto, em 10 de novembro de 1937, Getúlio Vargas implantou o regime ditatorial através do golpe do Estado Novo. Com o Estado Novo, houve retrocesso, pois a imprensa brasileira, assim como o curso de jornalismo foram atingidos diretamente como lembra Nuzzi:

“O Estado Novo, como é sabido, submeteu nosso país a uma ditadura civil, com o fechamento do Congresso Nacional, das Assembléias Legislativas, das Câmaras Municipais, a extinção dos polítics e a imposição de uma rigorosa censura aos meios impressos e radiofônicos, mediante a ação repressiva do DIP- Departamento de Imprensa e Propaganda, arremedos mal feitos do Ministério da Informação e Cultura, criado pelo regime hitlerista na Alemanha nazista e chefiado por Joseph Goebbels, a partir de 1933 (NUZZI, s/d, p. 21).

Apesar desses fracassos momentâneos, em 1938, foi publicado o decreto lei nº 910 que dispunha sobre a regularização e condições de trabalho dos jornalistas e sua formação profissional com diploma e registro.

Diante do quadro vigente, o curso de jornalismo continuou restrito à formação de pessoas para a área de comunicação através de cursos denominados livres, pois não estavam vinculados a estrutura formal de educação superior e tinham a finalidade de preparação técnica e profissional para atuarem na imprensa. Estes cursos foram sendo organizados por iniciativas de associações como as dos profissionais de imprensa de São Paulo (APISP), e empresas relacionadas à comunicação impressa como, por exemplo, a Folha de São Paulo entre outras espalhadas pelo país. Foi, portanto, da prática dos homens e associações da imprensa que se iniciaram as primeiras formações dos jornalistas no Brasil, através de cursos livres para atender as necessidades da área de comunicação impressa.

Em 16 de maio de 1947, três dias antes do decreto nº. 23.087 que autorizava o funcionamento do primeiro curso de jornalismo, foi inaugurado o curso superior de jornalismo da Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de São Bento, da Universidade Católica de São Paulo, conhecida como o curso de jornalismo Cásper Líbero, decorrente do acordo entre a Fundação Cásper Líbero e a Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP).

O segundo curso a ser implantado foi em 1948, com a Faculdade Nacional de Filosofia (Universidade do Brasil, hoje, UFRJ), cuja primeira turma diplomou-se em 1950.

Em 28 de novembro de 1949, com o decreto nº. 27.514 foi reconhecido oficialmente o primeiro curso de jornalismo e, em 21 de abril de 1950, realizada a cerimônia de formação da primeira turma de jornalismo do Brasil como curso superior na fundação Cásper Líbero. Neste período, professores, alunos e profissionais já identificavam alguns problemas no curso de jornalismo: 1 – falta de autonomia da área de comunicação, pois os cursos estavam vinculados à faculdade de filosofia; 2 – sobreposição de aulas teóricas sobre as práticas; 3 –

falta de dinamismo nos currículos que não acompanhavam as necessidades da época, pois as empresas de comunicação aumentavam, assim como as tiragens dos jornais, exigindo maior preparo técnico e específico para as funções. Esta situação gerou insatisfação dos estudantes, professores e empresários da comunicação.

De um modo geral, os ex-alunos alegavam sentir-se despreparados para o mercado de trabalho pela falta de aulas práticas e estágios obrigatórios; professores desatualizados; matérias técnicas deficientes, ministradas de modo teórico e separadas do jornalismo moderno; os cursos de cultura geral não eram especializados em jornalismo e o currículo era desatualizado. Havia um descompasso entre as exigências da área e o ensino oferecido. Se o início do curso de comunicação estava distante das empresas, a visão dos empresários paulistas confirmavam a deficiência técnica dos ex-alunos, pois alegavam, que os jornalistas formados eram dotados de boa cultura humanística, mas despreparados do ponto de vista técnico-profissional.

Os problemas enfrentados pela Faculdade Cásper Líbero na formação dos profissionais em comunicação no ensino superior não se mostravam diferentes do curso de jornalismo da Faculdade do Brasil (Universidade do Brasil), nos discursos dos professores durante a formação das primeiras turmas. Como primeiro paraninfo, em 1950, Celso Cunha apontava como deficiência na formação do estudante a falta de autonomia departamental. Em 1951, Fernando Tude de Souza, também paraninfo, da segunda turma, denunciava as dificuldades do curso intitulado-o como um corpo estranho na universidade, pois não havia departamento próprio, faltava instrumentos para um ensino prático e objetivo, assim como livros técnicos na biblioteca, além dos baixos salários dos docentes que, muitas vezes, ganhavam cache por aula ministrada.

Os primeiros cursos careciam de autonomia e investimentos para se estruturarem como um campo de conhecimento no ensino superior. Observa-se também que, nas primeiras décadas, os cursos não preparavam adequadamente os estudantes para o exercício da profissão e geravam insatisfações dos docentes, discentes e empresários da área e, sobretudo, fragmentava a formação do universitário, havendo sobreposição de matérias teóricas sobre as específicas-práticas.

“(…) Ao invés de pretender habilitar os jovens para o manejo das ferramentas profissionais, o curso do Rio de Janeiro, pelo que se pode depreender das poucas informações disponíveis, buscava mais refletir o jornalismo na sociedade brasileira, como ponto de partida para produzir conhecimentos sobre o fenômeno da comunicação de atualidades. Não tinha, portanto, objetivos tão pragmáticos. Coadunava-se com uma perspectiva corretamente universitária, procurando formar homens capazes de pensar a realidade para nela intervir” (MELO, 1979, p. 32).

As primeiras décadas do curso de comunicação social no Brasil caracterizou-se como fase clássica-humanística com ênfase nos estudos históricos, filosóficos e literários do jornalismo envolto de uma cultura geral, além da preparação dos estudantes para o jornalismo gráfico. Um novo cenário, no entanto, mudaria as características do ensino de

comunicação a partir da metade da década de sessenta do século passado com as novas diretrizes para a educação brasileira e, em especial, aos cursos de comunicação.

1.4 – As fases do Ensino de Comunicação e a Formação do Comunicador Social nas décadas de 60 e 70 do século XX.

A importância da comunicação a partir da segunda guerra mundial moveu entidades, associações e instituições em boa parte do mundo, sobretudo, na preparação de profissionais do meio e na análise do fenômeno dos meios de comunicação de massa como difusores de

informação. Esta preocupação prevalece até hoje como uma das áreas temáticas da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) no desenvolvimento econômico-social dos países.

Neste sentido, a UNESCO fechou convênio com o Governo do Equador, em 1959, criando o Centro Internacional de Estudos Superiores de Periodismo para a América Latina (CIESPAL). Este órgão influenciou diretamente as reformas do ensino de jornalismo e da comunicação como lembra Melo (1974) nos relatos e planos da CIESPAL, após várias reuniões e seminários com professores europeus, norte-americanos e latino-americanos. Celso Kelly, dirigente da ABI, em 1965, propôs ao CFE, a partir dos encontros promovidos pela CIESPAL, alterações no currículo mínimo de jornalismo. Mas, a principal influência ocorreu no currículo de 1969 quando passou a ser currículo mínimo de comunicação com as inclusões das habilitações em Relações Públicas, Publicidade e Propaganda, Editoração e Polivalente. Ainda como influência da CIESPAL e, efetivamente promoção da área, difundiu-se a importância da pesquisa e promoção de cursos e projetos em universidades do país sobre os fenômenos da comunicação a partir do contexto brasileiro.

Segundo Moura (2000) na década de sessenta, procurou-se formar os jornalistas a partir de três níveis: “ *O cultural, com disciplinas de formação humanística. O Fenomenológico, com disciplinas teóricas da comunicação. O instrumental, com disciplinas técnicas ou de especialização*”. Apesar das influências da CIESPAL, a área da comunicação cresceu e ampliou suas habilitações, passando a desenvolver conhecimentos científicos sobre os processos comunicacionais, além de promover encontros, congressos e pesquisas em boa parte do país.

Para Chechin (1994), a influência da CIESPAL no ensino de comunicação social do Brasil trouxe conseqüências marcantes, ditando as linhas metodológicas tanto para a pesquisa como para o ensino, tendo como tendência a tecnificação como relevância na implantação do currículo mínimo na década de sessenta. Esta influência fazia parte da estratégia política norte-americana ao exportar tecnologia aos países em desenvolvimento da América Latina.

À medida que se importavam equipamentos, criava-se a necessidade de manuseá-los, para tanto, o ensino técnico se tornou fundamental. Ainda como influencia da CIESPAL, criou-se o “comunicador polivalente”, uma espécie de faz tudo dentro da área de comunicação. Segundo Chechin (1994, p. 53), *“essa polivalência objetivou o aprofundamento das técnicas e desde o início suscitou dúvidas e causou problemas pela sua indefinição”*.

Com a implantação do currículo mínimo na década de sessenta, surge o comunicador polivalente, resolução n°. 11/69 e também as habilitações de Publicidade e Propaganda, Relações Públicas e Editoração como parte da área de Comunicação Social. Apesar do “comunicador polivalente” só ter vigorado na resolução 11/69, o Estado, pelo currículo mínimo, passou a não só conceder o funcionamento dos cursos, mas também controlá-los, direcionando a formação dos profissionais da área, sobrava, portanto, pouca flexibilização para as Instituições de Ensino Superior (IES) formarem diferentes profissionais conforme as especificidades e necessidades de cada região. As amarras do currículo mínimo criadas no período do regime militar geravam insatisfações de profissionais e instituições que passaram a reivindicar maior liberdade e autonomia na concepção e gerenciamento de seus cursos, fato este que, apesar das polêmicas, ocorreu a partir da década de noventa, com a nova Lei de Diretrizes e Base da Educação (LDB/96).

A pergunta essencial que se fazia naquele período era a seguinte: como formar profissionais livres e criativos em suas habilitações se as instituições de ensino superior estavam presas ao currículo mínimo? Como formar comunicadores sociais como produtores críticos e difusores de informação se um dos elementos fundamentais da comunicação, a informação, foi cerceada pelo regime militar?

O currículo mínimo no sistema educacional brasileiro, apesar de garantir o mínimo a ser ensinado, prejudicou a criatividade e a inquietude das instituições padronizando a formação do comunicador social. Abrir um curso a partir de então, significava adaptá-lo às normas e leis do governo militar. Um dos poucos diferenciais, salvo exceção, se reduzia ao tipo de laboratório proporcionado por cada IES.

À medida que o currículo mínimo de comunicação ia sendo regulamentado e adaptado à burocracia brasileira, aumentava-se a formação tecnicista da área para atender o desenvolvimento econômico-social do país, sobretudo pelo processo de industrialização e importação de materiais e tecnologias vindas de países desenvolvidos. Preparar novos profissionais para manusear os equipamentos importados, criar novas condições para os profissionais desenvolverem linguagens impressas e de audiovisuais eminentes, acabou diminuindo as disciplinas de caráter humanístico-cultural para aumentar às disciplinas de caráter técnico. Este tipo de formação do comunicador social prevaleceu até o final da década de setenta, caracterizado como fase “científico-técnica”.

Segundo Carlos Eduardo Lins da Silva (1979), o primeiro currículo de 1962 era bastante liberal se comparado com os posteriores dando liberdade às escolas e professores de comunicação na elaboração dos planos de ensino não limitando os alunos à visão tecnicista

da profissão. Das 12 disciplinas do primeiro currículo mínimo, cinco eram de cultura geral, quatro especiais e três técnicas.

Observa-se neste currículo mínimo um caráter humanístico voltado à cultura geral e com poucas disciplinas técnicas, porém direcionadas à prática da profissão como os estágios em jornais, rádios TVs e empresas de publicidade. No entanto, em 1966, com a resolução 20, segundo Silva (1979, p. 27), “*a camisa de força começa a ficar mais bem apertada*”. O caráter de formação geral foi cedendo espaço às disciplinas técnicas. Das 16 disciplinas, seis eram de Cultura Geral, quatro específicas ou instrumental, mantidas no currículo anterior e seis técnicas ou de especialização, pois foram incluídas Teoria da Informação, Jornalismo comparado e Redação de Jornalismo. Ficava a critério dos estabelecimentos de ensino acrescentar outras disciplinas de caráter complementar, além de aumentar o ano letivo de formação, de 3 anos até 1962, para 4 anos na nova resolução.

Uma nova modificação apresentada por Celso Kelly em 1969, já como curso de comunicação sugerido pela CIESPAL, aumentaram as disciplinas técnicas que, segundo Silva (1979, p. 29), “*a generalidade que constituía a especificidade do jornalismo na opinião do primeiro currículo mínimo ia por água abaixo. A tecnificação de mais esta humanidade era completada*”. Esta crítica se faz pertinente ao currículo de 1969, pois das 21 disciplinas, restavam apenas Cultura Brasileira, Sociologia e Problemas Sociais e Econômicos Contemporâneos como contribuição na formação humanística- Cultural do aluno.

Cabe aqui ressaltar que não é só o elenco de disciplinas que compõem o currículo que dará a formação do comunicador, tal questão perpassa as referências bibliográficas, a participação dos professores e alunos, os recursos disponíveis, o projeto pedagógico da instituição e do próprio curso, além das estruturas físicas e administrativas, porém, as

disciplinas impostas e direcionadas à formação técnica em comunicação, desfazem qualquer tentativa de mudança e limita as ações dos agentes envolvidos, sobretudo num período de cerceamento dos direitos individuais em nome do desenvolvimento coletivo do país.

As principais fases desta formação são evidenciadas em períodos que compõem os momentos do ensino de Comunicação no Brasil, como lembra Moura (2000, p. 80) a partir do documento-síntese do CFE como segue abaixo:

- do início dos cursos até a segunda metade da década de 60 – fase clássico-humanística : caracterizada pela inspiração européia, clássica, com ênfase aos estudos filosóficos, históricos e literários do Jornalismo e à cultura geral, assim, como ao ensino do Jornalismo gráfico;

- década de 60 – fase científico-técnica: baseada no ensino norte-americano de Comunicação, dando ênfase ao estudo da Comunicação com enfoque funcionalista e empírico (pesquisa quantitativa), e ao ensino técnico e instrumental, assim como ao ensino do Jornalismo impresso, Publicidade e Relações Públicas;

- década de 70– fase crítico-reflexiva: enfatiza os estudos teóricos da Comunicação, os fundamentos para uma teoria da Comunicação adequada à sociedade latino-americana com o distanciamento da prática profissional, crítica aos modelos teóricos importados nas fases anteriores, e tem como resultado das reflexões: teses, livros, artigos e melhoria do ensino teórico;

- década de 80: identificada pelas críticas dos setores empresariais e oficiais ao ensino da Comunicação, solicitando a extinção dos cursos, pela defesa dos setores acadêmicos e profissionais aos Cursos de Comunicação devido ao conhecimento e pesquisa da área, pelas críticas dos professores, estudantes e profissionais à qualidade do ensino nos Cursos de Comunicação, e críticas dos professores à falta do objeto específico da Comunicação, revelando uma crise de identidade.

A “fase científico-técnica” predominante na formação do comunicador social da metade da década de sessenta até o final da década de setenta foi sendo questionada pela falta de flexibilidade do currículo e por não acompanhar as mudanças da sociedade brasileira que caminhava para a democratização política.

Com praticamente nenhuma liberdade de construção do currículo, muitos profissionais passaram a criticá-lo exigindo autonomia para traçar os rumos da formação. No decorrer da década de setenta e oitenta, muitos pressionavam por uma formação mais crítica do comunicador social e os cursos passaram a introduzir disciplinas chamadas de comunicação alternativa. No entanto, o campo de atuação desta formação limitava-se aos jornais sindicais. Admitindo que o currículo mínimo, fase “científico-técnico”, não mais atendia as demandas sociais e diante das pressões de profissionais da área, no final dos anos setenta, ainda sob o regime militar, houve outra modificação no currículo de comunicação, conforme parecer 1.203/77 e resolução nº. 03/78, de 12 de abril de 1978. A partir dos anos 80, a formação dos comunicadores sociais entrava em uma nova fase, a “crítica-reflexiva”, conforme observa Silva (1979):

“O parecer 1.203/77, que mais uma vez modificou o currículo de comunicação, reconhece, em seu preâmbulo, essa tecnificação ocorrida em 1969 e propõe que se passe do que ele classifica de ‘fase científica-técnica’ para a ‘fase crítico-reflexiva’. As mudanças, de fato, no currículo mínimo são pequenas, mais de embalagem do que de conteúdo. Mas não deixa de ser interessante a observação de que começa a se revelar uma tendência, de preocupação crítica. Mais uma vez, o currículo nada mais faz do que refletir o momento histórico da nação(...). Das 16 matérias listadas pelo novo mínimo, seis são ‘fundamentação geral humanística’, quatro de ‘fundamentação específica’ e seis de ‘natureza profissional’. Não há mais uma relação de matérias de onde devam ser tiradas as que complementarão o currículo pleno”. (SILVA, 1979, p. 29).

1.5 - As fases do Ensino de Comunicação e a Formação do Comunicador Social nas décadas de 80 e 90 do século XX.

A União Cristã Brasileira de Comunicação (UCBC), no final da década de setenta do século passado, teceu algumas considerações a respeito da função do comunicador social, como, por exemplo, ter forte tendência de ser “agente de equilíbrio dos conflitos e tensões sociais”, apesar do texto apresentar como “agente de transformação” e reduzir as possibilidades de Currículos Plenos adaptados às condições regionais e locais, seja para atender as exigências culturais, seja para adaptar-se ao mercado de trabalho. Cabe lembrar que estas críticas foram levantadas dois anos antes do parecer final de 1978.

À medida que aumentavam as tentativas de abertura política no Brasil, evidenciava-se os conflitos sociais e as contestações nos anos seguintes ao novo currículo em vigor, a partir de 1979. Segundo Cechin (1994) as características no ensino de comunicação aprofundaram o distanciamento das escolas de comunicação em relação às demandas sociais: “*Privilegiou-se, em muitas faculdades, o chamado ensino para a ‘comunicação alternativa’ como estratégia para contestar a ordem constituída na sociedade e o ‘maniqueísmo’ da indústria cultural*” (CECHIN, 1994, p. 54).

O quadro de insatisfação do ensino de comunicação perdurava também na década de oitenta, agora com críticas mais severas dos empresários dos meios de comunicação que apontavam para o mau preparo dos profissionais, alegando que não havia necessidade de formação superior em jornalismo para exercer a função nos meios de comunicação. Havia ainda a falta de campo/espço para os ‘comunicadores alternativos’ atuarem, além do próprio ensino de comunicação estar “amarrado” ao currículo mínimo não acompanhando as mudanças da sociedade. Assim, parte da imprensa passou a pressionar o governo pela não exigência do curso superior em jornalismo nas empresas de comunicação. Cechin (1994) lembra três momentos em que este conflito foi mais acirrado: no início da década de oitenta, após o decreto- lei nº. 83.284, que regulamentou a lei nº. 6.612, que revogava a lei anterior e permitia um terço das admissões nas empresas jornalísticas não diplomados; Em 1985, quando a ‘Comissão de Notáveis’ foi incumbida de elaborar um esboço do projeto para a nova Constituição do Brasil; Na década de noventa, quando a imprensa volta a atacar as escolas de comunicação alegando que as universidades não atendiam adequadamente a formação dos jornalistas.

O conflito inflamado, principalmente na década de oitenta, teve com umas das conseqüências a designação pelo então CFE de uma comissão especial composta por estudantes, associações, empresários e representantes da área de comunicação a fim de discutir a estrutura curricular de maneira mais “democrática”, procurando consenso entre os interessados da área e a sociedade como um todo. Estas discussões culminaram na resolução nº. 2/84, fixada pelo então CFE .

Apesar das longas discussões promovidas pela comissão especial, ainda persistia o conflito entre os que defendiam a não necessidade do curso superior em jornalismo para o

exercício da função; houve pouco avanço na estrutura curricular das habilitações; prevalecia a distância entre teoria e prática; formação humanística em detrimento a técnica e o distanciamento entre o curso de comunicação e a demanda da sociedade. A propósito explica Cechin (1994):

“Embora tenha sido muito debatido, o resultado foi um currículo fechado, tendo como principal característica uma divisão entre o ‘tronco comum’ (50%), com ‘matérias ou disciplinas’ obrigatórias e eletivas, e ‘parte específica’ (50%), com ‘matérias ou disciplinas’ somente obrigatórias. Acrescentou mais 270 horas (10% do total) de ‘projetos experimentais’ para o último semestre do curso. Isso salientou, ainda mais, a clássica divisão entre ensino teórico e ensino técnico (...) a profissionalização sempre foi a grande discussão e a tendência de privilegiá-la na maioria dos cursos de comunicação do Brasil”. (CECHIN, 1994, pp. 57,58).

Com a resolução 02/84, em linhas gerais, o MEC continuou centralizando o ensino de comunicação do país, determinando a duração mínima e máxima da formação, assim como a carga horária mínima; não permitiu nenhuma outra habilitação na área; controlava a distribuição das disciplinas/matérias com 45% para as disciplinas do tronco comum (Ciências Sociais, Ciências da Comunicação, Filosofia e Artes), 45% para as disciplinas/matérias da parte específica (Técnicas e da Linguagem) e 10% para projetos experimentais, excluindo o tempo reservado ao estudo de problemas brasileiros e Educação Física.

Apesar de alguns avanços nessa resolução, ao procurar ouvir vários sujeitos envolvidos na área de comunicação, o currículo mínimo ainda não permitia a desejada autonomia das Instituições de Ensino Superior e respectivamente os departamentos de Comunicação não tinham liberdade suficiente para construir uma estrutura curricular adequada às necessidades de sua região. Prevalecia ainda a dualidade, inclusive proporcional,

entre as disciplinas de caráter humanístico-cultural e as de caráter técnico-especializada. Não havia, porém, a necessidade de centralizá-las numa parte do curso.

A propósito da dualidade que persistiu nas décadas de 80 e 90 entre teoria e prática direcionando o comunicador social para uma formação mais humanística ou técnica,

“pensar as práticas e reformulá-las, profissionalizar uma área onde prevalecem interesses políticos, é politizar a comunicação para fazê-la intervir na realidade, transformado-a. Profissionalizar refere-se, aqui, à competência não para executar, mas para mediar com eficiência, favorecendo o diálogo e a interação, o que pressupõe uma sólida formação humanística e um agudo senso crítico como requisitos primeiros desse generalista da comunicação, cuja formação há que se dar no terreno da interdisciplinaridade” (MOTTER, 2000, p. 13).

Notamos no decorrer da história do curso de comunicação a falta de autonomia das IES em construir suas estruturas curriculares e como consequência às limitações em explorar as diversas dimensões da comunicação na formação do estudante. Outra característica dominante nos mais de cinquenta anos de ensino de comunicação, anterior a LBD/96, foi a predominância da dualidade entre formação humanística-cultural e técnica-especializada como se ambas não estivessem inter-relacionadas no processo integral da formação do comunicador social. É comum encontrarmos nas estruturas dos cursos das últimas décadas, a separação entre disciplinas de cunho humanístico nos primeiros anos, e técnicas nos anos restantes. A ênfase na formação limitava-se, muitas vezes, no aumento ou diminuição de disciplinas e, ao estudante, cabia fazer a “junção” entre o “pensar” e o “fazer”.

No final da década de 90, com a Lei de Diretrizes e Base da Educação, em 1996, as IES tiveram finalmente a abertura necessária para estruturarem seus cursos e, inclusive, criarem novas habilitações tendo como balizamento às Diretrizes Curriculares de cada área. Como um dos princípios, as Diretrizes Curriculares para os cursos de graduação (ver anexo

D), aponta no sentido de *“incentivar uma sólida formação geral, necessária para que o futuro graduado possa vir a superar os desafios de renovadas condições de exercício profissional e de produção do conhecimento, permitindo vários tipos de formação e habilitações diferenciadas em um mesmo programa”*. A autonomia evidenciada pela LDB/96 abre caminhos aos cursos para criarem ou repensarem seus objetivos quanto à formação do comunicador social de seu tempo, diferentemente das décadas anteriores quando as IES estavam “presas” aos currículos mínimos. A LDB 9.394/96, em seu artigo 53, afirma que *“no exercício de sua autonomia, são asseguradas às universidades, sem prejuízo de outras, as seguintes atribuições: II – fixar os currículos dos seus cursos e programas, observadas as diretrizes gerais pertinentes”*.

Entendendo que a sociedade civil é o lugar da circulação livre de ideologias e como o profissional de comunicação se depara e têm em seu campo de atuação múltiplas diferenças culturais; trabalha com o estímulo a ação; está próximo das relações humanas e é formador de opinião pública tornando-se um interlocutor e interventor da sociedade, acreditamos que os cursos devam caminhar no sentido de que as disciplinas específicas do curso de comunicação preparam o aluno para a vida profissional, mas que estas devem estar inter-relacionadas com outros saberes que lhe forneça subsídios para uma formação ampla, com preocupação social e humana. Assim, o papel das universidades na formação dos estudantes se completa ao fornecer espaço-tempo para pensar, refletir e pesquisar, resgatando e aprofundando os diversos saberes na sua interdisciplinaridade, não fragmentando ou especializando o futuro profissional, no caso da comunicação, extrapolando o pensamento muitas vezes provinciano de sua habilitação.

As Diretrizes Curriculares para a área de comunicação social (ver anexo II), conforme resolução do CNE/CES 16, de 2002 e pareceres 492/2001 e 1.363/2001, estabelecem como objetivo fundamental, independente da habilitação:

Flexibilizar a estruturação dos cursos, tanto para atender a variedade 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;

Estabelecer orientações para obtenção de padrão de qualidade na formação oferecida.

No mesmo parecer de 2001, é estabelecida como habilidades e competências gerais para o curso de comunicação:

- 1 – assimilar criticamente conceitos que permitam a apreensão de teorias;
- 2 – usar tais conceitos e teorias em análise 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 a escrita e interpretação de textos gerais e especializados na área.

Neste trabalho, entendemos como sólida formação geral o desenvolvimento da capacidade do estudante de compreender, inovar e interferir com responsabilidade não só em

sua área profissional como também na sociedade de seu tempo. Consiste numa sólida compreensão cultural, ética, política e democrática; resgatar e conhecer os princípios dos diversos e relevantes ramos do saber e desenvolver habilidades e competências que não se esgotem nas mudanças da sociedade, mas que, pela formação, tornem princípios atentos de mudança.

A sólida formação geral no curso de comunicação social é considerada aqui, como possibilidade de uma formação ampla, perpassada pelo projeto pedagógico dos cursos e da própria universidade que os compõem; assegurando, como preocupação, uma formação tanto técnica no domínio da área e da habilitação específica, como humanística- cultural, formando assim, o cidadão-profissional ao considerarmos a comunicação como um campo interdisciplinar.

“Marcado pela sucessão de modelos epistemológicos, o século XX assistiu o nascimento de várias disciplinas científicas. Um panorama do desenvolvimento das ciências humanas, mesmo superficial, já seria suficiente para nos revelar a notória importância que adquiriram os saberes organizados em torno dos processos comunicativos. Da profunda influência proporcionada pelo aparecimento da sociologia, fazendo com que as ciências humanas incorporassem numa análise do social à célebre afirmação do ‘inconsciente estruturado como linguagem’, é o conjunto dessas ciências, e mesmo a filosofia, que vêm, num curto espaço de tempo, seu centro de gravidade se deslocar para a problemática da comunicação (...) Ora, se a comunicação pretende ser uma disciplina e postular um lugar ao lado de tantas outras, é preciso que ela seja mais que uma interseção passiva ou um simples efeito de diferentes orientações do saber. Trata-se então de pensar uma interdisciplinaridade que seja o fruto de uma exigência do próprio objeto, o que pressupõe a explicitação e a definição deste objeto” (MARTINO, 2001, pp. 27-28).

Entendemos que a partir das Diretrizes Curriculares para o curso de comunicação de 2001 e sua resolução em 2002, as IES estão repensando seus currículos com autonomia para entender os desafios que o comunicador social enfrentará neste novo milênio como o

domínio das constantes mudanças das tecnologias da área, os intercâmbios de informações, conhecimentos e culturas, as concorrências cada vez mais acirradas no imediatismo da difusão de informações, o desenvolvimento de linguagens para um público segmentado ou de massa e as demais situações que o mundo globalizado tem exigido das sociedades em geral e dos indivíduos em particular.

Veremos no terceiro capítulo como a Escola de Comunicações e Artes de São Paulo (ECA-USP) objetivou suas habilitações, neste caso, Jornalismo, Publicidade e Propaganda e Relações Públicas depois da LDB/96 e as Diretrizes Curriculares na formação dos sujeitos profissionais da área de comunicação social.

Capítulo 2 – O Olhar Metodológico

Este capítulo tratará dos procedimentos metodológicos a partir de uma interpretação hermenêutica para a compreensão do projeto pedagógico e a formação do comunicador social da Escola de Comunicação e Artes de São Paulo.

Partimos da hipótese de que os cursos de comunicação após terem passado por algumas fases contundentes na formação do comunicador procuram, no atual momento, construir novas possibilidades de ensino na área, promovendo saberes que permitam ao profissional compreender e representar o mundo e a realidade para nela intervir.

Para entendermos estas novas possibilidades de formação, partimos de três questionamentos norteadores do nosso trabalho: 1 – Na atual fase do ensino de comunicação, qual o objetivo da formação do comunicador social? 2 – Como estudo de caso, como se evidencia a formação atual do comunicador social da ECA na estrutura curricular, no projeto pedagógico e nas “falas” dos coordenadores dos cursos de jornalismo, relações públicas e publicidade e propaganda? 3 – Quais as relações entre a proposta da ECA e as Diretrizes Curriculares para a área de comunicação?

Ao contrário da pesquisa quantitativa onde os dados quantificáveis e medidos são fundamentais na comprovação ou não de uma hipótese, procuramos analisar e interpretar o currículo e o projeto pedagógico, a partir da abordagem qualitativa. Segundo Chizzotti (1991), nesta abordagem:

“O conhecimento não se reduz a um rol de dados isolados, conectados por uma teoria explicativa; o sujeito-observador é parte integrante do processo de conhecimento e interpreta os fenômenos, atribuindo-lhes um significado. O objeto não é um dado inerte e neutro; está possuído de significados e relações que sujeitos concretos criam em suas ações” (CHIZZOTTI, 1991, p. 179).

Ao direcionarmos nosso olhar pela hermenêutica, acreditamos nos alimentar de instrumentos na interpretação e compreensão do objeto pesquisado. Assim, analisar, interpretar e compreender os documentos (estruturas curriculares e projetos pedagógicos) e as falas dos coordenadores da ECA é o caminho do nosso trabalho.

2.1 – A escolha do objeto – a Eca como estudo de caso

Podemos identificar quatro períodos conflitantes na construção dos cursos de comunicação social no Brasil. Como vimos no primeiro capítulo, no primeiro momento, houve sobreposição de disciplinas teórico/humanista sobre as praticas causando descontentamentos de empresários e alunos egressos; no segundo momento, o enfoque estava voltado para o ensino técnico e instrumental com a diminuição de disciplinas teórico/humanista; no terceiro momento, procurou-se refletir sobre o ensino voltado para a América- Latina, este período caracterizou-se pela grande quantidade de produção acadêmica e crítica ao modelo de ensino norte-americano; por último, como centro da consolidação, autonomia e identidade do ensino e da própria área de comunicação social no Brasil, houve movimentos de empresários e profissionais da comunicação questionando a necessidade de formação superior para o exercício da profissão. Alegava-se, como principal argumento, que a aprendizagem consolidava-se no fazer, no cotidiano das dificuldades e soluções da área, além da informação e expressão ser direito de todos, em contrapartida, principalmente dos acadêmicos, esta visão operacional é limitada ao mercado de trabalho, diminuindo as dimensões da comunicação e do próprio desenvolvimento das potencialidades dos indivíduos. Vale lembrar que desde o início até metade dos anos 90, os cursos ficaram “presos” aos currículos mínimos.

Tendo como pressuposto que a formação ampla no curso de comunicação social é considerada necessária para o desenvolvimento das potencialidades do indivíduo/estudante não limitando-o a uma carreira profissional ou dentro dela, a um mediador da sociedade, escolhemos a ECA/USP como objeto de análise por se tratar de uma escola pública de ensino superior, formando profissionais e pesquisadores, bem como por produzir um número significativo de conhecimentos científicos na área, além de fomentar constantes discussões pela pluralidade de idéias e inovações no ensino de comunicação. A ECA tem conquistado, no decorrer das últimas décadas, o reconhecimento de seus cursos em toda a América Latina quanto à qualidade do ensino e da pesquisa, além de demonstrar, nos últimos anos, preocupação em discutir o novo perfil do comunicador com ênfase na área de comunicação e cultura. Essa preocupação que tem perpassado os departamentos e a construção dos projetos pedagógicos da instituição, independente da habilitação de escolha profissional do estudante e é o objeto de nosso estudo neste trabalho.

Analisar os cursos da ECA, como estudo de caso, e sua perspectiva atual poderá evidenciar quais questões presentes estão sendo discutidas para a formação do profissional e contribuir com outras IES na reflexão do ensino da área. Não pretendemos com o estudo generalizar as atuais perspectivas da ECA para servi-la de modelo. Como alerta Triviños (1995), o grande valor do estudo de caso é: *“fornecer o conhecimento aprofundado de uma realidade delimitada de forma que os resultados atingidos possam permitir e formular hipóteses para o encaminhamento de outras pesquisas”* (TRIVIÑOS, 1995, p. 111).

Tupã Corrêa (1999) observa a importância da ECA na formação de profissionais e pesquisadores pela coexistência de grupos de pesquisadores de origem diversa em seu quadro docente e não apenas com interesses comuns de estudo ou de prática profissional. Assim, a

gama de cursos, docentes e pesquisadores faz da ECA uma referência nacional na área de comunicação, bem como a preocupação com um novo perfil do comunicador nos faz tomá-la como estudo de caso desta pesquisa.

Outro critério da escolha se deu pelo fato da cidade de São Paulo concentrar um grande número de empresas de comunicação dos mais diversos segmentos da sociedade, além de telespectadores, ouvintes e leitores diversificados, exigindo do profissional de comunicação melhor preparo para as diversidades culturais do atual momento. Há também na cidade de São Paulo um grande número de universidades e faculdades públicas e privadas, formando uma quantidade considerável de profissionais na área. A opção pela ECA reflete uma parte relevante da formação do comunicador social no Brasil.

Tomando que *“o estudo de caso parte do princípio de que o leitor vá usar esse conhecimento tácito para fazer as generalizações e desenvolver novas idéias, novos significados, novas compreensões”* (LUDKE e ANDRÉ, 1986, p.23), procuraremos contribuir para a discussão sobre a direção da formação nos cursos de comunicação social na atualidade.

2.2 - O olhar da Hermenêutica

A palavra hermenêutica, segundo Campos (1983), procede de verbos gregos podendo tomar vários significados como afirmar, proclamar, interpretar, esclarecer e traduzir. Neste trabalho, tomaremos como significado a tarefa de interpretar documentos e depoimentos dos envolvidos no processo.

Para desvelarmos os sentidos da formação além das aparências, procuramos num primeiro momento resgatar através da interpretação bibliográfica as fases e dimensões da

formação do comunicador e, numa segunda etapa, interpretamos através da pesquisa documental e as próprias entrevistas as propostas pedagógicas atuais da ECA/USP.

Para Gil (1999), a pesquisa documental assemelha-se à bibliográfica ao seguir os mesmos passos:

“A única diferença entre ambas está na natureza das fontes. Enquanto a pesquisa bibliográfica se utiliza fundamentalmente das contribuições dos diversos autores sobre determinado assunto, a pesquisa documental vale-se de materiais que não receberam ainda tratamento analítico, ou que ainda podem ser reelaborados de acordo com os objetivos da pesquisa” (GIL, 1999, p. 66).

Assim, ao levantarmos os dados disponíveis da ECA sob o olhar da hermenêutica, estaremos, segundo Demo (1992), compreendendo as formas e conteúdos da comunicação humana retratada em documentos, fatos, e depoimentos nem sempre claros, por isso a interpretação:

“Podemos dizer que a hermenêutica é a metodologia da interpretação, ou seja, dirige-se a compreender formas e conteúdos da comunicação humana, em toda a sua complexidade e simplicidade. O intérprete é sempre dotado de bagagem prévia, porque ninguém consegue compreender a comunicação sem deter algum contexto relativo a ela, em sentido prévio. O mínimo será a capacidade de se colocar no mesmo diapasão do comunicador, pelo que não pode haver sujeito e objeto. É dialógico no sentido mais legítimo do termo. Em qualquer interpretação pode-se interpretar mal, pode-se deturpar, pode-se mesmo inventar, porque o ponto de partida é este: se a comunicação fosse totalmente interpretada, em completa fidedignidade, não teríamos necessidade da ciência (...). A hermenêutica coloca-se a missão essencial de compreender ‘sentidos’, ou seja, o conteúdo típico humano que se imprime a qualquer contexto histórico, no qual não existem apenas fatos dados, acontecimentos externos, mas também ‘significação’, ‘sentido’, ‘valores’” (DEMO, 1992, p. 249).

Neste sentido, entendemos que o método hermenêutico ultrapassa a descrição passiva, pois o conhecimento dá-se através de um círculo hermenêutico que consiste em analisar,

interpretar e compreender. A partir desta afirmação passamos a analisar o projeto pedagógico do curso de comunicação social da ECA para interpretar e compreender o processo da formação atual do comunicador.

Através do olhar hermenêutico, acreditamos poder interpretar e compreender a atual fase do ensino de comunicação e o novo perfil do profissional, independente de sua habilitação.

A fim de entendermos a atual fase do ensino de comunicação, completaremos nossa busca ao trabalhar os olhares dos sujeitos/coordenadores dos cursos, como parte importante deste processo, através da entrevista semi-estruturada, procurando evidenciar a compreensão do que foi dito no sentido do círculo hermenêutico.

2.3 – Os mediadores do processo

Com o propósito de conhecermos a formação atual do comunicador social da ECA, se faz necessário a este trabalho ouvir os mediadores do processo. Para tanto, escolhemos a entrevista semi-estruturada. De um modo geral, segundo Trivínos (1995):

“Podemos entender por entrevista semi-estruturada, aquela parte de certos questionamentos básicos, apoiados em teorias e hipóteses, que interessam à pesquisa, e que, em seguida, oferecem amplo campo de interrogativas, fruto de novas hipóteses que vão surgindo à medida que se recebem as respostas. Desta maneira, o informante, seguindo espontaneamente a linha de seu pensamento e de suas experiências dentro do foco principal colocado pelo investigador, começa a participar na elaboração do conteúdo da pesquisa” (TRIVINÓS, 1995, p. 146).

Como técnica de coleta de informações complementares, procuramos entrevistar os atuais coordenadores: Prof^o. Dr. José Coelho Sobrinho (Jornalismo) e Prof^a. Dra. Sandra Maria Ribeiro de Souza (publicidade e propaganda e relações públicas). Mas, a pedido da

coordenadora Sandra Ribeiro, obtivemos as informações dos dois últimos cursos citados acima ao entrevistamos os atuais responsáveis pelo curso de Relações Públicas, Prof^ª. Dra. Margarida Maria Krohling Kunsch e o Prof^º. Ms. Ornelas Figueira Neto de Publicidade e Propaganda.

Como eixo norteador da entrevista, questionamos os principais conflitos internos e externos enfrentados pelo curso no atual contexto da sociedade brasileira; qual o olhar atual dos coordenadores sobre a universidade brasileira em geral e dos cursos de comunicação em particular e; quais as perspectivas da formação do comunicador social diante da abertura dada pela LDB/96 e a homologação das Diretrizes Curriculares para a área de comunicação social em 2001.

Partimos dos questionamentos básicos e no decorrer dos encontros novas interrogações surgiram a fim de esclarecermos o perfil do comunicador social da ECA. As questões utilizadas como roteiro básico para as entrevistas encontram-se no anexo IV.

No desenvolvimento da interpretação hermenêutica, para o entendimento dos cursos, foi estabelecida cinco categorias para análise do Projeto Pedagógico. São elas: o olhar dos coordenadores sobre a universidade, o olhar da ECA/USP sobre a formação do comunicador social, análise do projeto pedagógico da ECA/USP, flexibilização curricular, a dualidade entre formação humanística e a formação técnico-profissionalizante.

As categorias foram organizadas conforme as questões norteadoras do nosso trabalho indicadas no início deste capítulo.

Considerando não bastar à descrição fragmentada dos dados categorizados, entendemos que:

“A categorização, por si mesma, não esgota a análise. É preciso que o pesquisador vá além, ultrapasse a mera descrição, buscando realmente acrescentar algo à discussão já existente sobre o assunto focalizado. Para isso ele terá que fazer um esforço de abstração, ultrapassando os dados, tentando estabelecer conexões e relações que possibilitem a preposição de novas explicações e interpretações”. (LÜDKE e ANDRÉ, 1986, p. 49).

Faremos, no terceiro capítulo, a análise e a interpretação dos dados coletados, a fim de compreender a construção do processo formativo atual do comunicador social na ECA/USP.

Capítulo 3 – O Curso de Comunicação Social da ECA-USP: um estudo de caso

Nesse capítulo procuramos interpretar e compreender a formação do Comunicador Social da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP) a partir da proposta pedagógica, a estrutura curricular e os depoimentos dos responsáveis sobre os cursos de publicidade e propaganda, jornalismo e relações públicas.

3.1 – A Escola de Comunicação e Artes de São Paulo – ECA/USP

A Universidade de São Paulo (USP) foi criada em 25 de janeiro de 1934 pelo decreto nº 6.283 do governador de São Paulo Armando de Salles Oliveira. Seu mentor intelectual foi o jornalista e diretor do jornal O Estado de São Paulo, Júlio Mesquita Filho, tendo como primeiro reitor Reynaldo Porchat da Faculdade de Direito.

A USP é uma instituição pública de ensino superior gratuito com seu campus principal localizado na capital de São Paulo, além de seis campi universitários espalhados pelo interior, nas cidades de Bauru, Piracicaba, Pirassununga, Ribeirão Preto e São Carlos. Dentre as suas várias Faculdades e Escolas, a Escola de Comunicação e Artes da capital vem se destacando pela qualidade do ensino e pesquisa nas áreas de comunicação e artes, servindo, muitas vezes, como referência para outras instituições de ensino superior.

A Eca foi fundada em 15 de junho de 1966 como Escola de Comunicações Culturais, tendo como primeiro diretor o profº. Júlio Garcia Morejón. Os primeiros cursos foram de jornalismo, rádio e televisão, cinema, artes dramáticas, biblioteconomia, documentação e relações públicas. Em 1970 passou a se chamar Escola de Comunicação e Artes (ECA) ao

ampliar os cursos da área de comunicação e artes, inclusive com a habilitação em propaganda. Em 1972, iniciou o primeiro curso de pós-graduação (mestrado) na área de comunicação do país.

Baccega (2001) lembra que a Eca por manter no decorrer de sua história um quadro docente de diferentes áreas do saber, acumulou, em todas as áreas, uma boa parte do saber (linguagem verbal, matemática, informática, história, sociologia, metodologia, pesquisa em comunicação, etc.) ao elaborar um campo de conhecimento de inter-relação com as questões de comunicação e cultura. Hoje, estruturada por departamentos, a escola oferece 21 cursos regulares nas áreas de artes e comunicação e vários cursos de pós-graduação *lato e stricto sensu*.

O curso de jornalismo pertence ao Departamento de Jornalismo e Editoração (CJE), cujo coordenador é o prof^o Dr^o. José Coelho Sobrinho e suplente o Prof^o. Ciro Juvenal Rodrigues Marcondes Filho. Os cursos de relações públicas e publicidade e propaganda pertencem ao Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo (CRP) cuja coordenadora interina é a professor Dra. Sandra Maria Ribeiro de Souza e os responsáveis atuais pela habilitação em publicidade e propaganda é o prof^o. Ms. Arlindo Ornelas Figueira Neto e por relações públicas a prof^a. Dra. Margarida Maria Krohling Kunsch.

O estudante formado pela Eca recebe o título de Bacharel em Comunicação com habilitação em uma carreira escolhida por ocasião do vestibular. O currículo está composto em sistema de créditos semestrais distribuídos pelos quatro anos de duração do curso.

3.2 – A atual proposta pedagógica do curso de Jornalismo

O projeto pedagógico do curso de jornalismo tem em sua composição dois eixos norteadores. O primeiro trata da concepção epistemológica do curso, onde demonstra preocupação com o cidadão, a sociedade, a ética profissional e o importante papel da mídia e do profissional na sociedade brasileira diante da globalização. Como segundo eixo, o da formação, o curso pretende preparar o profissional para atuar no mercado de trabalho, permitindo ao estudante ampliar seu conhecimento das mídias e da cultura de um modo geral e, no específico da habilitação, aprofundar-se em um determinado segmento do jornalismo.

O primeiro eixo fundamenta sua concepção eclética de curso a partir da atitude interacionista baseado no construtivismo de Piaget e do sócio-interacionismo de Vigotsky e Wallon no processo de ensino e aprendizagem culminando na estrutura curricular durante os quatro anos do curso. No entanto, o departamento enfrenta dificuldades em colocar em prática tal concepções, conforme depoimento do coordenador do curso de jornalismo, José Coelho Sobrinho (2005): *“O projeto pedagógico não retrata a estrutura curricular de jeito nenhum. Quando eu falo em trazer alguém da educação ou da pedagogia para falar do projeto pedagógico causa arrepios. Como se a pedagogia estivesse para atrapalhar a vida da gente e não para facilitar”*.

Entendemos que o curso deva proporcionar em sua estrutura curricular, saberes que discutam o meio ambiente em que o estudante está inserido (sociedade) e que irá atuar (área de comunicação). Em outras palavras, as disciplinas de caráter teórico-humanista e cultural permitem que o estudante reconheça, compreenda e desenvolva uma posição crítica sobre o meio e sua área de atuação.

A fim de verificarmos a estrutura curricular dos cursos, consultamos, através da internet, o núcleo de apoio ao estudante de graduação da USP (NAEG) e os sites dos departamentos. Como há diferença em algumas disciplinas, uma vez que o NAEG considera todas as disciplinas disponíveis da ECA para os cursos de comunicação e nem sempre é atualizado, tomamos a estrutura curricular dos departamentos de jornalismo (CJE), e do departamento de relações públicas e publicidade e propaganda e turismo (CRP) para análise, conforme anexo III.

Ao olharmos para a estrutura curricular do jornalismo, notamos que praticamente todas as disciplinas obrigatórias e complementares estão voltadas para a habilitação ou comunicação. Das trinta e uma disciplinas obrigatórias, incluindo o projeto experimental, apenas quatro são de caráter genérico, são elas: fundamentos teóricos da história, pensamento filosófico, fundamentos da economia e ética. Como parte integrante do currículo, as disciplinas optativas complementares e livres seguem a mesma tendência, porém mais abertas à área da comunicação e cultura. como cultura e literatura brasileira I,II e III, história da ciência, história da cultura e da escrita, introdução à pesquisa científica e geografia humana, geral e do Brasil.

Como intenção, o projeto pedagógico espera que o egresso seja de um profissional que contribua com a cidadania e o interesse público e, para tanto, entenda que a ética profissional deva ser subjacente à do próprio cidadão numa sociedade democrática, moderna e justa. Procura ainda, fazer com que a emancipação intelectual e a educação continuada permeiem a vida profissional do jornalista, pois, segundo o projeto, o curso deve ter a formação do homem como objetivo e a formação do profissional como finalidade.

Quanto ao perfil do profissional, destacamos quatro pontos relevantes no projeto que contribuem para uma formação preocupada com a sociedade como um todo, no exercício do jornalismo:

1 – Fazer análise crítica das mídias e das práticas profissionais relacionando-as às realidades culturais, política e econômica da sociedade;

2 – Refletir a variedade e mutabilidade de demandas sociais e profissionais da área, adequando-se à complexidade e velocidade do mundo contemporâneo (como preconiza o texto das diretrizes curriculares);

3 – Não usar os meios de comunicação como instrumento de manipulação e dominação;

4 – Ser agente da cidadania, defensores intransigentes dos direitos e deveres do cidadão e indivíduos com reconhecida integridade profissional.

Entendemos que, com esta concepção de perfil, o jornalista não se limita a reproduzir fatos e informações, mas procura contextualizá-los, respeitando a diversidade cultural da sociedade, além do compromisso de defender e explicitar o estado de direito e deveres dos indivíduos. Nesse perfil, a comunicação e os fatos veiculados pela mídia tornam-se um importante instrumento do cidadão e não a sociedade como instrumento das mídias ou empresas de comunicação.

Quanto ao perfil para o mercado, o curso procura evidenciar o domínio da língua nacional, a busca da verdade jornalística com ética, o compromisso com a cidadania, o trabalho em equipe, o respeito às minorias, entre outras atitudes para o exercício da profissão.

O projeto pedagógico aponta como caminho para garantir as habilidades e competências do jornalista formado pela ECA os seguintes aspectos nos objetivos educacionais: o

cognitivo (conhecimento da cultura e iniciação científica), o afetivo (desenvolver princípios éticos e respeito à profissão), os psicomotores (condições para atualização das técnicas atuais de comunicação), os empresariais (conhecimento das características de empresas regionais e extensão nos mercados internacionais), a criatividade (despertar o desejo de crescimento e investigação) e os comunicacionais (domínio da língua portuguesa e conceitos de captação, disseminação e consequência da comunicação junto ao receptor).

Tais objetivos pedagógicos procuram balizar a concepção epistemológica do curso de jornalismo que se propõe formar um profissional consciente de suas funções sociais, profissionais e atento às mudanças da sociedade. No entanto, não se nota claramente a intersecção do jornalismo com as duas outras habilitações em comunicação (relações públicas e publicidade e propaganda) apesar de menções às mídias.

Na segunda parte do projeto pedagógico, intitulado como “formação”, preocupou-se em dimensionar os conceitos das disciplinas que compõem a estrutura curricular para dar sentido ao perfil do profissional. Isto é muito importante, pois segundo Veiga (2004), a falta de clareza e intencionalidade do projeto pedagógico pode levar a um “currículo coleção”, onde as disciplinas são juntadas e fragmentadas comprometendo a formação do estudante e servindo apenas para compor a “grade curricular” de um determinado curso. Nesse sentido, afirma Veiga:

“A falta de clareza acerca do projeto político-pedagógico reduz qualquer curso a uma grade curricular fragmentada, uma vez que até mesmo as ementas e as bibliografias perdem a sua razão de ser. Assim, o que dá clareza ao projeto político-pedagógico é sua intencionalidade. O projeto é uma totalidade articulada decorrente da reflexão e do posicionamento a respeito da sociedade, da educação e do homem. É uma proposta de ação político-educacional e não um artefato técnico” (VEIGA, 2004, p. 186).

No projeto pedagógico do curso de jornalismo este sentido é agrupado em quatro partes que compõem o todo: as disciplinas de fundamentação, cujos saberes são trabalhados com princípios comunicacionais e de comportamento profissional; as disciplinas de caráter profissionalizantes, específicas para o entendimento e domínio das técnicas de comunicação; disciplinas de linguagem que permitem ao futuro jornalista usar e analisar a linguagem para utilizá-la no exercício da profissão e as disciplinas optativas que procuram agregar valores e conhecimentos aos saberes adquiridos nas disciplinas obrigatórias. Cabe ressaltar que estes saberes agregados dependem do direcionamento/opção do aluno diante da variedade de disciplinas optativas oferecidas pelo curso. A partir deste agrupamento, a estrutura curricular de jornalismo procura garantir conhecimentos geográficos, sociais, de linguagem e específicos da habilitação.

Ao compor as disciplinas para a formação do jornalista atual, o curso fundamenta o processo de aprendizagem de acordo com a taxionomia de Benjamim Bloom. Esta opção foi definida pelo atual coordenador do curso, professor Coelho Sobrinho que vem pesquisando a relação entre Bloom e a formação do comunicador social. Valendo-se desta opção, o coordenador classifica os conteúdos das disciplinas como conhecimento, compreensão, aplicação, análise síntese, avaliação e comunicação.

Nota-se que o objetivo cognitivo de formação do jornalista da ECA parte de conhecimentos simples e prévios dos estudantes tornando-se complexos, exigindo participação e interferência dos discentes quando passam a construir, comparar, julgar e criticar as informações e os conhecimentos adquiridos durante o curso.

Para tanto, o projeto pedagógico estabeleceu a aprendizagem por projetos onde as disciplinas práticas-laboratoriais funcionam dentro de uma concepção de escola-empresa ou,

em outras palavras, os estudantes produzem como se estivessem no mercado de trabalho. Desta forma, o fazer jornalístico coincide com as técnicas e teorias do jornalismo, aplicadas e desenvolvidas nos jornais laboratoriais, on-line e outras práticas experimentais durante o curso.

Ainda neste sentido, a estrutura curricular aponta para áreas emergentes de atuação (novos nichos) procurando atualizar e despertar os estudantes para algum segmento do jornalismo ou incentivá-lo no aprofundamento de algum tema específico concomitantemente com sua pretensão profissional. O estímulo para a especialização em algum segmento do jornalismo é despertado através de seminários da atualidade brasileira durante o curso e no final da formação com o trabalho de conclusão de curso (TCC), ambos previstos no projeto pedagógico.

Como campo de atuação e mercado de trabalho, o curso procura formar profissionais que atuem na grande imprensa, adaptando-os aos modelos organizacionais (impressos e eletrônicos) e preparando-os para qualquer função dentro do jornalismo (repórter, diagramador, editor, etc). Essa preparação é explicitada no projeto como generalista. Nessa visão, a palavra generalista tem seu sentido restrito, de compreender e do fazer profissional, dentro de uma empresa de comunicação do mercado jornalístico e editorial, usada freqüentemente quando se quer referir ao jornalista que sabe executar qualquer função dentre as várias da habilitação. Diferentemente da formação ampla entendida por nós, onde não há diferença entre a formação do homem e do profissional, pois ambas fazem parte da formação integral do cidadão-profissional. Na formação do cidadão-profissional, entendemos que o indivíduo compreende e se posiciona criticamente diante da sociedade e, nesse caso, pela sua habilitação na área de comunicação, interfere nela. *“O generalista em questão não é o que*

sabe muito de várias coisas, mas sim aquele que está permanentemente apto a aprender e reaprender, captar e reciclar informações” (SCHWARTZ, 2001, p. 153).

A estrutura curricular contempla disciplinas (saberes) obrigatórias que procuram garantir a habilitação em jornalismo e, com as disciplinas optativas complementares de jornalismo e livres da ECA, emergem outros saberes interdisciplinares da área de comunicação em particular, e da cultura de um modo geral.

Pela natureza da concepção do projeto pedagógico e, apesar da estrutura curricular não ter sido mudada como gostaria o coordenador, o jornalista formado pela ECA apresenta uma expressiva formação cultural e profunda preparação para o exercício da profissão.

A concepção do curso (anexoIII) baseia-se na construção da cidadania quanto aos seus direitos e deveres, pois tem o homem como objetivo e o profissional como fim. Assim, entendemos que o curso contribui com a reflexão para a formação de um cidadão-profissional, ou, mais especificamente, em nosso entendimento, na formação do cidadão-jornalista.

3.3 – A atual proposta pedagógica do curso de Publicidade e Propaganda

O projeto pedagógico do curso de Publicidade e Propaganda baseia-se em dois objetivos. O desenvolvimento de habilidades e competências para a inserção no mercado de trabalho e a preocupação com o estudante para a iniciação científica.

O curso estabelece como habilidades e competências no processo comunicativo três fases: 1- A gestão da comunicação, onde o profissional possa levantar informações, organizar e diagnosticar os problemas e oportunidades de comunicação, implementar políticas e

estratégias de comunicação mercadológica e avaliar e corrigir resultados; 2- A produção da comunicação, criar e avaliar campanhas e peças promocionais, distinguir as linguagens de cada meio de comunicação e contratar e acompanhar os fornecedores e produtores envolvidos com as campanhas; 3- A difusão da comunicação, definir, executar e orientar o planejamento de mídia, avaliar o comportamento do consumidor em relação às mensagens veiculadas e identificar a responsabilidade social da profissão, aperfeiçoando a ética do exercício.

Notamos que o projeto pedagógico procura, como primeiro objetivo, fornecer ao mercado de trabalho um profissional com formação técnica-profissionalizante na criação, produção e divulgação da imagem do produto/serviço. Para contemplar essa formação, a estrutura curricular oferecida permite o entendimento das diversas mídias onde serão divulgados os produtos/serviços do anunciante, assim como a preparação do estudante para elaborar o estudo do comportamento dos consumidores.

Outro fator relevante no primeiro objetivo do curso, diz respeito ao conhecimento da sociedade onde o profissional irá atuar e as conseqüências éticas das ações profissionais e da própria área de comunicação. Isto porque temas como manipulação, persuasão e influências estão próximos ou fazem parte da área de publicidade e propaganda, sobretudo, numa sociedade de consumo. Assim, o curso demonstra preocupação em formar profissionais com responsabilidade social e ética ao refletir sobre seu papel na sociedade.

A iniciação científica, como segundo objetivo básico, pretende que os estudantes sistematizem os conhecimentos adquiridos durante os quatro anos do curso ou investiguem novas problemáticas da área através de metodologia do trabalho científico. Com este propósito, espera-se que os estudantes desenvolvam as habilidades de: assimilar criticamente os conceitos que permitam a apreensão de teorias, apliquem os conceitos e teorias em

análises críticas da realidade; posicionem-se segundo pontos de vista ético-político; reflitam sobre as práticas profissionais no campo da comunicação e desenvolvam habilidades no uso da língua portuguesa para expressão e interpretação de textos gerais e especializados na área de atuação profissional.

Com a iniciação científica o curso de Comunicação Social da ECA, com habilitação em publicidade e propaganda complementa a formação do estudante ao dar condições para o desenvolvimento do saber acadêmico podendo iniciar novos caminhos como a pesquisa em comunicação e a carreira no magistério. Nesse sentido, Bridi (2003), destaca a importância da iniciação científica na formação do aluno de graduação:

“(...) a principal contribuição da iniciação científica está na sensibilização por parte do aluno, para a pesquisa, com todos os subprodutos envolvidos, como o desenvolvimento da capacidade de argumentação, de abstração, de criação de problemas, de raciocínio crítico. Proporcionando ao aluno e ao futuro profissional uma postura crítica perante o conhecimento transmitido na universidade e, posteriormente, perante a prática profissional, colaborando na criação de um sujeito de seu aprendizado e de sua prática profissional” (BRIDI, 2003, p. 28).

Com um currículo direcionado para o domínio das técnicas em publicidade e propaganda, com conhecimento das mídias combinado com o desenvolvimento da pesquisa através da iniciação científica, podemos caracterizar a formação do profissional do curso como acadêmico-profissional ao proporcionar uma gama de disciplinas obrigatórias e optativas complementares e livres (ECA).

Para garantir a formação acadêmico-profissional, o curso estabeleceu três parâmetros pedagógicos na organização curricular em consonância com a própria direção apontada pela ECA para as suas habilitações:

1 – Acadêmico-profissionalizante, enfatizando o saber acadêmico e o saber-fazer profissional;

2 – caráter teórico-prático, combinando reflexão crítica e fazer técnico;

3 – Estrutura curricular “flexível”, garantindo a formação teórica-prática-laboratorial através das disciplinas obrigatórias, combinadas com as disciplinas complementares e livres, inclusive cursadas em outros departamentos da USP, conforme o interesse do estudante em sua auto-formação.

Apesar do curso de publicidade e propaganda apresentar avanços em sua estrutura curricular ao permitir a auto-formação do estudante, ainda guarda resquícios da resolução nº 2/84 (currículo mínimo do MEC) ao concentrar as disciplinas teóricas humanistas nos primeiros semestres e as práticas-laboratoriais da habilitação distribuídas, principalmente, nos últimos semestres. Entendemos que esta postura pode distanciar e comprometer a integração interdisciplinar do currículo, como observa Dencker (2000):

“(...) Ainda que muitas vezes esteja associada a modismos ou à realidade de projetos apenas aparentemente ou pseudo-interdisciplinares na área da educação, ela nasce da hipótese de que, por seu intermédio, é possível superar os problemas decorrentes da excessiva especialização podendo, ainda, contribuir para vincular o conhecimento à prática (...). Exercer a interdisciplinaridade na universidade requer profundas mudanças na vida acadêmica que permitam abrir espaços efetivos para a prática da iniciação científica, da pesquisa e da extensão. Estas mudanças passam pela revisão dos currículos e sua formação integrada, requerendo uma ação pedagógica em sala de aula que modifique essencialmente o papel do professor no contexto educativo” (DENCKER, 2000, p. 24).

A proposta de uma formação acadêmico-profissionalizante do curso de publicidade e propaganda é completada, sobretudo, no final do curso quando é previsto o trabalho de conclusão de curso (TCC), onde o estudante aprofunda os estudos sob a orientação de um

docente. O trabalho de conclusão é apresentado a uma banca de avaliação composta por dois professores indicados. Além do trabalho acadêmico e individual, a estrutura curricular prevê, como diferencial, o projeto experimental em grupo. Esta atividade consiste na criação e execução de uma campanha publicitária para produtos ou serviços reais, também sob a orientação de um professor e, sendo uma prática específica da habilitação, o trabalho é avaliado por uma banca de profissionais do mercado.

Desse modo, o projeto pedagógico da ECA procura formar o profissional de comunicação social com habilitação em publicidade e propaganda capaz de desenvolver habilidades e competências crítico-acadêmico e técnico-especializada. Além das disciplinas optativas complementares e livres, o curso estabelece como disciplinas fundamentais para esta formação:

Formação Crítico- Acadêmica: princípios de economia aplicados à comunicação, fundamentos de sociologia geral e da comunicação, teoria da comunicação, realidade sócio-econômica e política brasileira, teoria e método da pesquisa em comunicação, psicologia da comunicação, propaganda ideológica, ética e legislação publicitária, estudo da defesa do consumidor e língua portuguesa I, II e III.

Formação Técnico- profissional:

- ◆ **Em gestão:** teoria e técnica da publicidade I e II, mercadologia e publicidade, análise e planejamento mercadológico, pesquisa em publicidade, administração em publicidade, planejamento publicitário.

- ◆ Produção: promoção de vendas, linguagem publicitária, redação publicitária I, II e III, fotografia publicitária, programação visual, arte publicitária, produção gráfica, cinema publicitário, produção publicitária em rádio I e II, produção publicitária em televisão I e II, comunicação digital,
- ◆ Difusão: mídia I e II, estudo do comportamento do consumidor I e II.
- ◆ Disciplinas conclusivas: trabalho de conclusão de curso (TCC) e projeto experimental em propaganda e publicidade.

As duas últimas fecham a formação acadêmica (TCC) – profissionalizante (projeto experimental).

Esta estrutura curricular sofreu algumas alterações conforme o anexo III.

3.4 – A atual proposta pedagógica do curso de Relações Públicas

A principal missão apresentada pelo projeto pedagógico de Relações Públicas da ECA é formar profissionais com habilidades e competências para atuar no campo da comunicação organizacional e, com visão crítica, gerenciar a comunicação das organizações diante de diferentes públicos.

Seguindo os mesmos parâmetros pedagógicos e organização curricular da ECA, o curso de relações públicas, com duração de quatro anos, estabelece como objetivos gerais formar cidadãos conscientes de seu papel na sociedade, contribuindo com as organizações na prestação de contas quanto a sua responsabilidade social; formar profissionais na perspectiva da comunicação integrada nas organizações numa sociedade globalizada e complexa; formar

gestores dos processos comunicacionais das organizações; conscientizar os futuros profissionais de sua responsabilidade para com a sociedade como egresso de uma universidade pública.

Na habilitação específica, o projeto aponta os seguintes objetivos: formação geral e específica na conscientização de seu papel como cidadão e profissional na sociedade contemporânea; exercício de atividades em empresas de relações públicas ou assessorias de comunicação nas organizações públicas, privadas e do terceiro setor ; preparar gestores e ombudsman para a área de comunicação organizacional de empresas e instituições; formar empreendedores na prestação de serviços de comunicação organizacional e de relações públicas para atender as demandas sociais brasileiras e internacional; permitir, através dos projeto experimental, o contato com o mercado de trabalho; possibilitar ao estudante, por meio da produção de TCC, apresentar seus conhecimentos em pesquisa no campo da comunicação e especificamente em comunicação organizacional e relações públicas.

Nos objetivos propostos pelo curso, destacamos a preocupação do projeto pedagógico com a ética profissional e a responsabilidade social no exercício das atividades de relações públicas. Essa preocupação se faz necessária pois, ao atuar em organizações e instituições, o profissional tem como uma das funções, se não a principal, organizar a comunicação interna de pessoas e posicionar o papel social da empresa perante a sociedade, promovendo um bom relacionamento entre a organização e o público. Assim, o relações públicas é o responsável não só pela comunicação interna e externa da organização, mas pela própria imagem da empresa.

Conhecer a organização, a sociedade e o público a quem o profissional da área de relações públicas vai se dirigir requer, segundo o curso: cultura geral e humanística, domínio

das técnicas e dos instrumentos de relações públicas, conhecimentos especializados de administração, marketing, publicidade e jornalismo, visão estratégica de negócios, capacidade administrativa e de articulação política e domínio da língua portuguesa. O projeto menciona também o conhecimento de idioma estrangeiro, mas não apresenta nenhuma disciplina para contemplar essa habilidade profissional.

Como profissional responsável pela comunicação e consolidação da identidade da organização, o curso espera desenvolver habilidades pessoais como criatividade, ética profissional, equilíbrio emocional, liderança e capacidade para planejar e administrar.

Quanto às competências do profissional, o projeto pedagógico praticamente reproduziu as Diretrizes Curriculares para a habilitação de relações públicas elaborada pela comissão de especialistas em comunicação do Ministério da Educação. De um modo geral, essas competências são direcionadas no sentido de pesquisar, diagnosticar, planejar e dirigir políticas de comunicação organizacional para diferentes públicos na organização e identidade das instituições e empresas.

Como gestor da comunicação organizacional, o curso procura preparar o relações públicas para atuar no mercado de trabalho como escolas, universidades, agências de propaganda, hospitais, Ongs e empresas dos mais diversos segmentos. Para tanto, segundo o projeto, o profissional deve ter uma ampla formação geral, humanística e específica, postura e ética e um perfil técnico que o capacite a uma visão estratégica e integrada da comunicação, ajudando as organizações a se posicionarem frente à sociedade, à opinião pública e ao mercado.

Semelhante ao curso de publicidade e propaganda, o curso de relações públicas estabelece como parâmetros pedagógicos e organização curricular uma formação acadêmico-

profissionalizante, procurando uma integração entre teoria e prática e proporcionando ao estudante a auto-formação através das disciplinas complementares e livres. Ainda como semelhança na consolidação da formação acadêmico-profissionalizante, a estrutura curricular finaliza a formação acadêmica com o TCC e a profissionalizante com o projeto experimental com ênfase na gestão da comunicação organizacional.

As disciplinas que caracterizam os dois eixos apontados no projeto pedagógico na formação em relações públicas são:

- ◆ **Formação Crítico-Acadêmico:** língua portuguesa-redação e expressão oral I, II e III, fundamentos de sociologia geral da comunicação, antropologia cultural, teoria da comunicação, filosofia da comunicação, psicologia da comunicação e teoria e métodos de pesquisa em comunicação.

- ◆ **Formação Técnico-profissional:** administração geral I e II, teoria e história das relações públicas, comunicação organizacional, técnicas de comunicação dirigida e eventos, administração e assessoria de relações públicas, teoria da opinião pública, marketing, redação em relações públicas I: técnicas de divulgação jornalística, produção gráfica, pesquisa de opinião pública, redação em relações públicas II: produção de periódicos institucionais, comunicação pública: marketing político, redação em relações públicas III: produção audiovisual, ética e legislação em comunicação social e relações públicas, planejamento de relações públicas, estudo do

comportamento do consumidor, redação em relações públicas IV: produção publicitária, comunicação digital e as novas mídias.

- ◆ Disciplinas Conclusivas: Trabalho de conclusão de curso (TCC) e Projeto Experimental em Relações Públicas.

As duas últimas fecham a formação acadêmica (TCC) e profissionalizante (projeto experimental).

Como o curso de publicidade e propaganda, algumas disciplinas sofreram alterações conforme anexo III.

3.5 A Formação em Comunicação Social e o olhar dos Coordenadores sobre o curso na ECA/USP

Para entendermos como foram construídos os projetos pedagógicos das três habilitações, qual a influência das Diretrizes Curriculares para a área de Comunicação Social, elaboradas por especialistas do MEC, e a perspectiva atual do comunicador social, entrevistamos o coordenador do curso de jornalismo, Prof^o. Dr. José Coelho Sobrinho e, indicados pela coordenadora interina, Prof^a. Dra. Sandra Maria Ribeiro de Souza, os atuais responsáveis pelas habilitações de Relações Públicas, Prof^a. Dra. Margarida M. Krohling Kunsch e Publicidade e Propaganda, Prof^o. Ms. Arlindo Ornelas Figueira Neto.

3.6 – O olhar dos Coordenadores do Curso de Comunicação Social da ECA/USP

Procuramos analisar as falas dos entrevistados, tomando os projetos pedagógicos dos cursos e as Diretrizes Curriculares para a área de comunicação social como documentos, intenções e convergências no fazer universitário dos três cursos.

3.6.1 – O olhar dos Coordenadores sobre a universidade

Antes de entrarmos na área de comunicação social e suas respectivas habilitações, questionamos os entrevistados a respeito de seu particular olhar sobre a atual fase da universidade brasileira e como esta influencia diretamente os cursos. Cabe lembrar que a entrevista é um roteiro aberto para as questões que naturalmente emergem da situação de diálogo embora guiada para os temas/questões apontados no anexo IV. As entrevistas foram gravadas e tratadas conforme o propósito desta pesquisa, procurando manter os depoimentos os mais fiéis possíveis. Seu uso foi autorizado pelos entrevistados.

Na visão dos responsáveis pelo curso, a universidade brasileira ainda não encontrou sua identidade, continua fechada em si e vem perdendo uma de suas funções como formadora de pessoas críticas.

Para Coelho Sobrinho (jornalismo), *“o fato de nós trabalharmos com currículos experimentais significa que realmente não sabemos para onde andamos já que existe uma ciência que tem dois mil anos e não nos valem dela para fazermos as estruturas curriculares, o projeto pedagógico e acadêmico”*.

Para Margarida Kunsch (relações públicas), *“a universidade e no caso específico, as faculdades e escolas de comunicação ainda estão fechadas em si mesmas, precisando interagir mais com a sociedade”* e exemplifica: *“não vemos as escolas de comunicação se*

reunirem para debaterem sobre TV digital e outros temas nacionais da comunicação, deixando de exercer seu papel de vanguarda”.

A universidade vive um paradoxo, por um lado, é um centro de excelência com o papel fundamental de produzir conhecimento a partir de sua percepção do que acontece na sociedade, por outro, mantém-se fechada, enclausurando seus debates e reflexões dentro de seus muros, servindo exclusivamente ao processo de construção de novos conhecimentos pelos membros de sua própria comunidade. Como lembra Arroyo (2001, p. 35) *“A escola, quando se fecha, apodrece, toda a água retida começa a feder, a apodrecer. Só quando a água está em movimento, quando está viva, quando a escola está viva, quando está aberta, ela se revitaliza”.*

Preocupado com a função da universidade quanto à formação dos alunos, relata Figueira Neto (publicidade e propaganda): *“existe uma dicotomia entre seguir aquilo que o mercado quer, ou seja, formar mão de obra barata e apta para este mercado e aquilo que seria uma das funções da universidade que é o ensino crítico ou ensinar a pessoa a pensar para que ela potencialize a sua formação na atuação no mercado”* e alerta para a atual fase de ensino: *“eu sinto que estamos a reboque do mercado e não estamos conseguindo enxergar muito a saída, ou seja, passar a frente do mercado em termos de poder, de diretrizes teóricas ou práticas em que o mercado venha nos seguir e não o contrário”.*

Diante destas colocações podemos dizer que elas exprimem, no cotidiano, as argumentações de Chauí (2003) quando afirma que a universidade é uma instituição social e como tal, *“exprime de maneira determinada à estrutura e o modo de funcionamento da sociedade como um todo, isto é, uma ação social, uma prática social fundada no reconhecimento público de sua legitimidade”.* Limitá-la a uma organização social que atenda

exclusivamente as demandas do mercado poderá substituí-la por um conjunto de institutos de cursos técnico-profissionalizantes.

Neste sentido, Paul Ricoeur (1983) observa que a idéia de universidade consiste fundamentalmente na tarefa da busca da verdade sem constrangimento e liberdade acadêmica, o que implica em manter um espírito livre e crítico entre seus membros com relação à sociedade o ensino e a pesquisa. No entanto, o que ocorre:

“É a contradição que toda universidade vive hoje; a mesma instituição deve, atualmente, satisfazer a duas exigências contrárias: assegurar a pesquisa livre, promover a nação em profissionais médios e superiores. Esta contradição explica que a universidade, tendo se expandido além dos limites em que foi concebida, está hoje sem idéia. É somente o nome coletivo dado a todos os estabelecimentos, onde é ministrado um ensino pós-secundário” (RICOEUR, 1983, p. 16).

A universidade como instituição social, supostamente autônoma e pública, se depara com um desafio moderno - atender as demandas imediatas da sociedade. Seus membros por sua vez (estudantes, docentes, dirigentes) deveriam manter uma relação com a ciência (métodos, pesquisa, comprovação, reflexão, transparência, inovação, etc.) ou se valer do conhecimento acumulado desta ciência. No entanto, esta aspiração pela autonomia do fazer universitário se depara com as transformações constantes do mercado, requerendo dela (universidade) respostas, funções, atitudes como instituição para as soluções dos problemas criados pela dinâmica da vida social. Procurar o eixo entre as pressões da sociedade moderna, acompanhar suas mudanças e manter-se autônoma como idéia de um espaço livre para a pesquisa, o ensino e a reflexão crítica nos parece um constante desafio, em outras palavras, não deixar-se levar por políticas particulares internas e interesses externos, manter-se como centro crítico, de inovação científica e cultural e um espírito livre para discussão sobre

pesquisa e ensino pode ser um dos caminhos de uma universidade com identidade, missão e função.

Assim, entendemos que as falas dos entrevistados refletem o momento da própria fase da universidade brasileira, pois, seu lugar crítico por excelência vem sendo ocupado por pressões internas e externas à idéia de universidade, deixando seu papel de análise e crítica, para responder as necessidades da sociedade. Ao invés de ser um centro da inovação científica e cultural e manter-se com independência crítica produzindo conhecimento, é em muitos casos reduzida a uma instituição que apenas reproduz conhecimentos, idéias e ações muitas vezes estranhas a ela.

O espírito crítico, como idéia de universidade, requer uma relação entre seus membros como análise, crítica e reflexão incessante dos desafios apresentados pelo tempo, não como respostas imediatas, soluções definitivas e adequadas, mas como princípios para novas discussões. Tais discussões não podem e não devem se esgotar em si, mas servirem como apoio contínuo para novas reflexões. No entanto, à medida que a sociedade busca soluções para problemas imediatos, a universidade passa a ser uma das instituições úteis para resolver seus anseios e, num “mundo moderno”, onde a rapidez de soluções é cada vez mais presente, discussões superficiais podem imperar nas instituições, como, por exemplo, experimentar vários currículos sem saber bem para onde ir.

Numa sociedade moderna, complexa e globalizada, tende-se a fragmentar o conhecimento, dividindo-o em áreas, setores, etc. Assim, a pesquisa torna-se específica, limitada e direcionada para determinado setor produtivo, como temos assistido em vários cursos de graduação e de pós-graduação, sem levar em consideração as implicações nas demais áreas do conhecimento e da própria sociedade como um todo, como por exemplo, a

questão ética e seus reflexos. A universidade poderia e deveria tratar o conhecimento como um todo e, portanto, a pesquisa se faz necessariamente livre, sem pressão, trabalhada nas fronteiras das diversas ciências, sem pressa de resultados, mas com profundidade nos temas pesquisados. Mas, a universidade brasileira paradoxalmente (por necessidade, conveniência ou por fechar-se em si não discutindo problemas nacionais e pertinentes a ela), está cedendo espaço para a iniciativa privada (mercado) ou para o Estado direcionarem a pesquisa e o ensino, estipularem temas de interesses e determinarem prazos para cumpri-los, ficando a reboque do mercado, assim, só há pesquisa se houver investimento e só há investimento se houver pesquisa e ensino direcionado e, portanto, não livre. Retomar seu papel de vanguarda ou situar-se na sociedade requer:

“De um lado, ela contribuir para o desenvolvimento tecnológico contemporâneo, formando quadros e gerando conhecimento para a sociedade concreta. De outro, a universidade está a serviço de uma concepção radical e universal da cidadania. Enquanto participante do desenvolvimento tecnológico, ela será, ao mesmo tempo, crítica do modelo econômico globalizado e parceira do setor produtivo. Enquanto promotora da cidadania universal, orientará parte significativa de sua produção de saber pelos interesses sociais mais amplos da sociedade” (FOR-GRAD, 1999, pp. 5-6).

Tais ações vêm atingindo as universidades ora com políticas externas internacionais, ora com políticas de preparo a manter um capital humano de empregabilidade no mercado de trabalho, como se isso fosse possível nos dias de hoje. A autonomia e a independência da universidade vem perdendo espaço ao se conveniar com empresas que influenciam diretamente na construção de cursos, pesquisas e outras atividades para atender este próprio mercado, além do que, a universidade se fragmenta ao distinguir espaço de ensino e espaço de pesquisa, formar profissionais gestores e profissionais operacionais. A universidade continua em crise, segundo Correia (2004, p. 26), “*o movimento de transição provocado pelas crises no mundo das ciências e no mundo econômico, que alteram o social, o*

individual, o institucional, contextualiza o momento presente”. Em seu espaço, abriu-se para atender as necessidades de parte da sociedade; em seu tempo, procura atender aos desafios das mudanças de maneira imediata; em sua ação, deixa de ter atitudes próprias para responder de maneira rápida os conflitos existentes e, por fim, permite ser cooptada em seus estudos e pesquisa. Interna, ela se fragmenta, externa, ela cede as pressões como qualquer organização social dentro de uma lógica de mercado. Como afirmam Brum e Ijuim (2003, p. 39) *“mais que formar profissionais, sua tarefa é contribuir com o desejo utópico de restauração de sujeitos responsáveis”*.

3.6.2 – O olhar da ECA/USP sobre a formação do Comunicador Social

Em nosso questionamento, os entrevistados foram indagados sobre as fases do ensino de comunicação da ECA, desde o currículo mínimo até o momento atual. As características são essencialmente de uma formação básica nos dois primeiros anos e específico-profissionalizante nos dois últimos. Mais do que fases, destacamos os relatos e vivências dos entrevistados em tentativas e implantações de diferenciais para os cursos mediante o currículo mínimo que perdurou até 1996 e as atuais mudanças.

O Curso de Comunicação Social, independente de sua habilitação, foi sendo regulamentado por decretos, leis, normas e diretrizes do Ministério da Educação. A ECA, porém, procurou diferenciá-lo no decorrer das décadas, todavia, prevalecia as diretrizes do MEC dividindo a formação do comunicador em básica nos dois primeiros anos e técnico-profissionalizante nos dois últimos. Neste sistema, o estudante ingressava no curso de comunicação social, fazia o curso básico com as diferentes turmas da ECA e depois optava pela habilitação desejada a partir do quinto semestre.

Para Coelho Sobrinho (jornalismo), o modelo (CIESPAL) americano implantado nos cursos de comunicação social da ECA (também usado para todos os cursos de comunicação do país) trazia a divisão entre formação básica e profissionalizante. *“Depois de 10 anos, nós nos livramos de uma coisa que era interessante em termos e mais desinteressante em outros. Muitos alunos, por exemplo, queriam optar por jornalismo (como habilitação, depois da formação básica), mas a classificação no vestibular não permitia. Eu cheguei a dar aula de editoração (uma das habilitações em comunicação) para um aluno e de jornalismo para uma turma de noventa alunos. Em 1983, após movimento dos alunos, nos fizemos uma mudança determinando que no momento da inscrição no vestibular o aluno fazia a opção pelo curso (jornalismo, publicidade e propaganda, relações públicas, etc.)”*.

Segundo Figueira Neto (publicidade e propaganda), na época, aluno da ECA, o currículo da década de setenta era generalista demais, *“Nós tínhamos umas disciplinas que não tinham nada a ver (com a habilitação em publicidade e propaganda), por outro lado, você tinha uma convivência muito grande com o pessoal da comunicação que revertia positivamente, dava um clima mais solidário, mais agregado, as pessoas conversavam mais entre si, tínhamos idéias de várias áreas, a coisa funcionava bem. No quinto semestre, quando vinha a especialização, a coisa parecia que ficava mais séria, mais concentrada”*.

Margarida Kunsch (relações públicas) destaca dois diferenciais da ECA desde sua inauguração até o hoje: *“Embora a USP tenha muita autonomia, ela sempre esteve sujeita a regulamentação nacional, ou seja, desde a sua criação em 1966 ela foi adaptando o currículo de acordo com a legislação maior e vigente do país até o último currículo mínimo (1984). A ECA até pela sua natureza pública, tem um sistema diferente de outras universidades, por exemplo, disciplinas por meio de créditos que permite ao aluno escolher*

quais ele deseja cursar em cada semestre (desde que cumpra todas as disciplinas/créditos estabelecidos pelo programa) e, outro diferencial neste contexto, são as disciplinas optativas que dão maior possibilidade de escolha ao aluno. Isso que faz a ECA ter um diferencial das outras faculdades de comunicação”.

Embora submetida ao currículo mínimo e mesmo depois da abertura da LDB/96, a ECA sempre procurou implementar mudanças nos cursos de comunicação. O sistema de créditos e as disciplinas básicas e optativas permitem ao aluno experimentar novas vivências e conhecimentos em outras áreas que dificilmente encontraria em uma faculdade privada, principalmente pelo custo e diversidade de formação do corpo docente.

Além das mudanças implantadas, houve duas tentativas interessantes como diferencial da ECA, apesar de não saírem do papel pelas dificuldades internas e externas ao curso, faz-se necessário destacar, como tentativa de complementar ou inovar os currículos de comunicação. Segundo Coelho Sobrinho tentou-se inovar com o currículo experimental, onde o aluno passava, numa primeira etapa, por vários estágios acompanhados por um tutor até se aprofundar em alguma área como ciências exatas, da terra, humanas, etc. Em uma segunda etapa da formação, o aluno fazia a opção entre jornalismo eletrônico ou impresso e poderia se tornar um especialista na área de atuação.

A segunda tentativa foram as oficinas extracurriculares para “nivelar” os alunos com maior dificuldade ao ingressar na faculdade (ex.: língua portuguesa, operação de programas de computador, etc.), mas não foi possível implantá-las devido a complexidade e particularidades internas.

Ao falar da tentativa do jornalismo, completa Coelho Sobrinho: *“Nada disso foi implantado, nós ficamos com uma estrutura curricular toda remendada desde a década de noventa até hoje e não conseguimos fazer mudança na estrutura curricular”*.

O que deve ser organizado e lecionado para a formação do aluno não é prerrogativa de um coordenador, professor, diretor, mas de todos que estão envolvidos, inclusive em sala de aula, no processo. Para tanto, espera-se que a construção da estrutura curricular seja o consenso dos sujeitos ou reflita a intenção dos mesmos na ação. Em outras palavras, o currículo é um trabalho coletivo que reflete as intenções daqueles que estão em ação.

A resposta do coordenador do curso de Jornalismo ao ser questionado sobre a mudança ou reformulação do atual currículo do curso, chega a surpreender: *“Não, esta é a minha briga. Eu fiz o projeto pedagógico como uma proposta e encaminhei para os professores e ao conselho de departamento, mas também como uma proposta de se fazer uma mudança na estrutura curricular para atender o projeto. O projeto pedagógico foi aprovado, mas a reformulação curricular ainda não foi feita”*.

O professor Figueira Neto (publicidade e propaganda) não comentou a reformulação curricular do curso após a LDB/96 alegando que não tinha conhecimento suficiente para tecer comentários, posteriormente, a Prof^a Margarida Kunsch informou que houve mudanças em publicidade e propaganda, pois as mudanças nos currículos de publicidade e relações públicas foram feitas no mesmo período, mas não poderia afirmar qual foram as mudanças por se tratar de outra habilitação.

Quanto às mudanças do currículo de relações públicas, explicou Kunsch: *“Não houve discussão ou iniciativa da ECA sobre a nova LDB/96. Eu me antecipei com relação ao curso de relações públicas e fizemos mudanças e alterações tanto nas disciplinas teóricas*

fundamentais como as aplicadas. Por exemplo, deslocamos uma disciplina chamada comunicação digital de semestre, incluímos disciplinas novas como ciências políticas, ou seja, foi uma alteração que eu diria bastante substancial. Só não conseguimos fazer as mudanças das disciplinas vinculadas ao departamento de Comunicação e Artes (CCA), responsável por língua portuguesa, filosofia e teoria da comunicação. Este é todo um processo que vamos levar para discussão no começo de 2006”.

O olhar sobre a estrutura curricular atual exige discussões e conceitos que balizam o fazer universitário ao retratar efetivamente as intenções do grupo que o montou e por quê o montou, perpassa, nas discussões, as histórias, experiências e conhecimentos dos sujeitos e demonstra como chegar na formação do estudante destacado no objetivo do projeto pedagógico. A construção do projeto pedagógico é também um ato político.

“Política não é algo que se oferece em lápides de pedra a educadores que se mostram receptivos. Entendo a política mais como um processo do que como um produto, abrangendo negociação, contestação e luta entre diferentes grupos não envolvidos diretamente na elaboração oficial da legislação, dos projetos e dos planos educacionais. Entender os professores como construtores de política significa dar novo sentido às ações políticas, tanto em nível das relações informais (das escolas, das salas de aula com alunos) quanto em nível nacional, das diretrizes formais da política educacional” (OZGA, 2000, In: ROSSI, 2004, p. 35).

Ao olharmos para a estrutura curricular atual do curso de relações públicas, além das disciplinas específicas da habilitação, notamos que houve preocupação em formar um profissional com visão ampla e crítica da área de comunicação como, por exemplo, antropologia cultural, fundamentos de sociologia geral e da comunicação, teoria da comunicação, filosofia da comunicação, estratégias de relacionamento com a mídia, psicologia da comunicação, ciência política, ética e legislação em comunicação social e

relações públicas, pensamento econômico contemporâneo, trabalho de conclusão de curso e projeto experimental com temáticas ligadas a habilitação e a comunicação em geral que contribuem para a produção individual e coletiva respectivamente. Este elenco de disciplinas humanísticas, conceituais e críticas, corrobora com o perfil comum dos formandos apresentado pelas Diretrizes para a área de comunicação ao mencionar no item três *uma 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*. Encontra também a consonância com o item quatro das Diretrizes quanto a *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*.

Entendemos que o currículo de relações públicas procura refletir e se preocupar com a área da comunicação social, suas mídias e as conseqüências dela na sociedade.

O currículo de publicidade e propaganda segue a mesma estrutura das relações públicas, talvez pelo fato de terem sido pensados juntos. Nota-se também uma grande ênfase na área de comunicação social com disciplinas de cunho humanístico-crítico. Estas disciplinas, por natureza, pressupõem discussões e desenvolvimento crítico da comunicação e da sociedade. Podemos destacar como disciplinas humanísticas e críticas no currículo de publicidade e propaganda os fundamentos de sociologia geral e da comunicação, estudo da defesa do consumidor, princípios da economia aplicados a comunicação, teoria da comunicação, teoria

e método de pesquisa em comunicação, psicologia da comunicação, mídia e os trabalhos de conclusão de curso e projetos experimentais nos mesmos critérios de relações públicas. Ao olharmos para a estrutura curricular do curso de publicidade e propaganda notamos uma preocupação em formar profissionais atentos às conseqüências e responsabilidades de seus atos profissionais e conhecer melhor o público ao qual se destina sua mensagem/informação. Não podemos deixar de notar que a área de publicidade e propaganda é polêmica e causa discussões quanto a sua função de fomento ou estímulo ao consumo e que disciplinas que conheçam o comportamento do consumidor possam facilitar a introdução de mensagens e marcas com maior facilidade, mas, a responsabilidade de quem comunica demanda também os cuidados necessários para não “agredir” os receptores quanto a sua cultura, comportamento, etc. e, por isso, entendemos que se faça necessário estudá-lo para também melhor atendê-lo.

Apesar da reformulação curricular de jornalismo ainda não ter sido discutida pelos professores após a LDB/96 como desabafou Coelho Sobrinho, a estrutura curricular atual aponta para uma expressiva presença de disciplinas humanísticas, crítica e cultural. O curso possui dois períodos, o matutino e o noturno com praticamente o mesmo currículo.

As disciplinas que destacamos como suporte a formação de cunho humanístico são: teoria da comunicação, fundamentos teóricos da história, pensamento filosófico, ciências da linguagem- fundamentos das práticas midiáticas I, II, fundamentos de economia, história das doutrinas políticas, sociologia da era virtual, ética e trabalho de conclusão de curso. Este último é orientado por um professor e poderá ser teórico ou prático. Ao olharmos para a estrutura curricular do curso de jornalismo, além das disciplinas técnicas constatamos que há uma expressiva preocupação em formar profissionais com entendimento e compreensão das

mídias, o contexto em que o jornalismo está inserido no país e, talvez a principal, a responsabilidade ética do jornalista diante das múltiplas possibilidades de atuação diante dos avanços dos meios de comunicação. Diferente dos cursos de publicidade e propaganda e relações públicas, a disciplina introdução à pesquisa científica consta, no currículo de jornalismo, como disciplinas optativas complementares.

3.6.3 – Análise do Projeto Pedagógico da ECA/USP

Para que os currículos saiam do papel e caminhem numa mesma direção, questionamos nossos entrevistados sobre os atuais projetos pedagógicos.

Projeto pedagógico, nas palavras de Rossi:

“É o documento escrito e o instrumento de articulação entre os fins e os meios: ordena, realimenta e modifica todas as atividades pedagógicas, tendo em vista os objetivos educacionais. Ele considera o instituído (legislação, currículos, conteúdos e métodos) e também é instituinte da cultura escolar, pois cria objetivos, instrumentos, procedimentos, modo de agir, valores, etc.” (ROSSI, 2004, pp.32-33).

Como instituído, lembramos o objetivo das Diretrizes Curriculares para a área da Comunicação quando diz “viabilizar o surgimento de propostas pedagógicas inovadoras e eficientes”. Não é nosso propósito analisar se os três projetos pedagógicos são eficientes, cabe às futuras avaliações internas e externas ao curso fazê-lo. Procuramos centrar nossa compreensão em como ele foi feito e aonde quer chegar na formação do estudante. Neste sentido, afirma Coelho Neto (jornalismo): “*O projeto pedagógico feito por mim foi baseado totalmente na LDB/96. Eu me baseiei em três princípios: 1 – eu posso ser contra ou a favor da LDB, mas é uma lei e, portanto devo tratá-la; 2 – Eu ‘briguei’ também pelas Diretrizes*

Curriculares até onde deu, não ganhei, mas tenho a obrigação, meu dever como chefe de departamento ou professor de seguir as Diretrizes Curriculares aprovadas”.

A afirmação de Coelho Sobrinho reafirma ou retrata um projeto pedagógico instituído, pois o perfil comum da comunicação e específico da habilitação dos formandos são praticamente seguidos conforme as diretrizes da área. No entanto, há que se considerar o aspecto instituinte.

Quanto ao terceiro princípio pessoal, completa Coelho Sobrinho: *“Eu levei em consideração a Taxionomia de Bloom (conhecimento, compreensão, aplicação, síntese, avaliação e comunicação com o objetivos cognitivos) e Carl Rogers e Paulo Freire como caminho didático. As pessoas brincam comigo dizendo como eu posso juntar um humanista com um positivista e eu respondo que tenho um doutorado e uma livre docência dizendo que é possível”.*

Como instituinte, o curso ainda busca o entendimento do descompasso entre o projeto pedagógico aprovado e a estrutura curricular que não foi discutida para adequar-se ao projeto. Em nosso entendimento, o curso de jornalismo passa por um momento de transição na relação entre o instituinte e instituído ao enterdermos ambos como:

“Duas dimensões que devem ser trabalhadas dialeticamente, porque o instituído constitui a referência dos novos elementos que operam com o instituinte. É a partir do instituído que o projeto se constrói como instituinte. Sem considerar o instituído, criamos lacunas, desfiguramos memórias e identidades, perdemos o vínculo com nossa história. Assim, estabelecer relações com o instituído não é destruí-lo ou cristalizá-lo, mas inová-lo. Trata-se de uma relação complexa, uma vez que instituído-instituinte não são duas dimensões justapostas. Pelo contrário, são duas dimensões do completo processo de construção do projeto político-pedagógico. O desafio maior é fazer conviver o instituído e o instituinte no interior de um mesmo processo. Por essa razão, é importante buscar um caminho que dê importância a cada uma dessas dimensões, sem dissociá-las” (VEIGA, 2004, p. 195).

Para Margarida Kunsch (relações públicas), as Diretrizes Curriculares também foram base para a elaboração do projeto pedagógico. *“Eu acompanhava bem, pois participei de vários fóruns e para mim estava muito claro o que significava a importância destas novas diretrizes. Na reforma que fizemos, procuramos nos pautar com base no que manda as novas diretrizes tanto da LDB como das Diretrizes Curriculares”*.

Ao olharmos o projeto pedagógico de relações públicas, verificamos que, mais do que seguir fielmente as Diretrizes da área, o curso pautou-se nela, inferindo objetivos e propósitos que contemplassem de maneira coerente as pretensões da ECA nos parâmetros pedagógicos e da organização curricular (acadêmico-profissionalizante, teórico-prático e princípios de auto-formação); das Diretrizes Curriculares quanto as habilidades e competências da habilitação e os próprios propósitos do curso em formar profissionais com visão ampla da comunicação e da sociedade, humanística e específica da habilitação. Entendemos que a preocupação do curso em expor suas intenções e objetivos e como garanti-los através da estrutura curricular, vinculado-os à Escola a que pertence (ECA) e atento com as diretrizes da área, faz de seu projeto pedagógico uma sintonia entre o instituído e instituinte. Instituído porque fez o projeto pedagógico tomando como base a LDB, as Diretrizes Curriculares e a própria ECA, instituinte porque traçou os objetivos da formação do curso conforme os interesses da instituição (ECA) e do próprio curso de relações públicas.

Assim como a estrutura curricular vigente, o professor Figueira Neto (publicidade e propaganda) não comentou sobre o projeto pedagógico do curso, mas verificamos que o

documento foi o último aprovado pelo curso e está em vigor, conforme informou a secretaria do departamento do CRP-USP.

O objetivo do projeto pedagógico é de habilitar os alunos para a inserção no mercado de trabalho e para a iniciação científica. Ao mencionar a formação humanística do profissional retoma a resolução nº. 02/84 do MEC e divide a estrutura curricular em formação humanística e teórica nos dois primeiros anos e técnicas e laboratoriais da habilitação com ênfase nos dois últimos. Quanto aos parâmetros pedagógicos e organização curricular seguem as mesmas características de outros cursos da ECA (acadêmico-profissionalizante, teórico-prático e estrutura curricular que combinam os princípios da auto-formação).

Como um projeto instituído, segue a organização curricular anterior a nova LDB e inseri as competências e habilidades gerais para a área de comunicação das novas Diretrizes Curriculares. Como instituinte, o projeto dimensiona o curso para o entendimento de um profissional que possa ser inserido no mercado como gestor, produtor e difusor da comunicação, além da iniciação científica como possibilidade do estudante seguir a vida acadêmica.

No instituído, preserva-se as Diretrizes e a vocação da ECA, no instituinte, infere-se conhecimentos (práticos e teóricos) para preparar o profissional para o mercado de trabalho e a vida acadêmica. Contudo, não percebemos uma articulação clara entre o instituído e instituinte. Neste sentido, Figueira Neto (publicidade e propaganda) relata as dificuldades do professor em chamar a atenção do aluno na aplicação do conhecimento além da especialização, mesmo dentro da habilitação. *“O aluno entra perdido e nós não damos a ele um lastro ou informações suficientes para que ele pare (reflita) sobre a necessidade de se lastrear nas disciplinas básicas, nestas disciplinas de cunho humanístico para que ele possa,*

quando mudar a tecnologia, mudar o vento, ele saiba para aonde seguir. O problema é exatamente este”.

3.6.4 – Flexibilização Curricular

O olhar sobre a flexibilização curricular, parte do primeiro objetivo das Diretrizes Curriculares para a área de comunicação e suas habilitações: *“flexibilizar a estruturação dos cursos, tanto para atender as 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”*. Aqui entendemos como acompanhar a própria dinâmica e mudanças da sociedade.

O fazer universitário e, portanto, a construção do projeto pedagógico, a estrutura curricular, o ensino-aprendizagem, a sala de aula, os recursos materiais e humanos tomam várias dimensões de análise. Nosso questionamento e foco é saber especificamente sobre a flexibilidade curricular, as facilidades ou não de incluir, modificar disciplinas, conteúdos, saberes que os sujeitos envolvidos diretamente com a formação do comunicador social tem ao perceber novas possibilidades de conhecimento e inseri-los na estrutura curricular. Em outras palavras, há possibilidade de mudança, no dinamismo do curso? O estudante, conforme a própria indicação dos projetos pedagógicos dos cursos sobre auto-foação, conseguem tramitar facilmente entre os saberes oferecidos pela ECA?

Para Coelho Sobrinho (jornalismo) a maior dificuldade de se flexibilizar o currículo e dar dinamismo ao curso diante das mudanças da sociedade e da área de jornalismo é a organização da instituição com o sistema informatizado denominado Júpiter, pois controla a

vida do curso e causa entraves. *“É difícil você fazer uma flexibilização curricular aqui, o sistema júpiter dirige a nossa vida da graduação e não permite que façamos nada. Por exemplo, Se eu levo em consideração o mercado e percebo que o jornalismo turístico é importante, porque não abrir uma turma de jornalismo turístico durante um ou dois vestibulares trazendo um corpo docente de especialistas na área para dar esta disciplina com um programa adequado? O aluno estará sendo formado em jornalismo com especialização em turismo, moda, etc. O aluno estará recebendo o valor agregado à formação dele. A intenção sempre foi esta. Da mesma forma que aponta a LDB, quando reconhece os saberes. Se eu, como professor, reconheço que determinado aluno domina o conteúdo, para que eu vou segurá-lo em sala de aula? Eu só quero aqueles alunos que não sabem, quem sabe não me interessa na aula, pode ser dispensado, a não ser que queira ajudar”*.

A flexibilização sempre foi discutida desde os primeiros cursos de comunicação social e, com as atuais Diretrizes Curriculares, há essa possibilidade dos cursos flexibilizarem seus currículos, por isso, insistimos no assunto sobre a mudança de disciplinas, conteúdos e a facilidade dos alunos em tramitarem pelas disciplinas da ECA. Coelho Sobrinho afirmou: *“Aqui é tudo fechado, tudo é aprovado com aproximadamente um ano de antecedência. Nós criamos uma disciplina que iríamos oferecer com uma revista impressa, outra com uma rádio, outra com uma rede de televisão e não posso porque temos que fazer tudo isso com um ano de antecedência, não conseguimos acompanhar a dinâmica da sociedade. A universidade tem um horário engessado, as disciplinas obrigatórias coincidem com as optativas diminuindo as possibilidades para o aluno, tanto é assim que vários alunos não*

conseguem se formar no prazo porque não conseguem cumprir os créditos de optativas. Falta organizá-las em dia e horário fixos para melhor serem oferecidas para os alunos”.

Para Margarida Kunsch (relações públicas), *“Há flexibilização. Dentro da USP nós temos prazos muito fixos e as mudanças tem que ser feitas com muita antecedência, aproximadamente um ano. Isso demanda tempo para discussão com os professores. Por exemplo, para 2007 temos que enviar as mudanças no mais tardar em abril de 2006. É o que nós pretendemos fazer, principalmente com as disciplinas de formação geral e humanística porque é complexo você fazer um trabalho com muitos professores e dar oportunidade de discussão. O processo de mudança, conteúdo ou remanejamento começa com uma reunião e discussão com os professores, havendo pertinência, é encaminhada ao conselho do departamento, sendo aprovado, segue para a comissão de graduação da ECA, esta última tem reuniões mensais”.*

Ao questionarmos se o tempo de mudança acompanha a dinâmica da sociedade, explica Kunsch: *“É evidente que não acompanha a rapidez, as necessidades, mas no curso de relações públicas nós fizemos uma revisão em 2000 e outra mais substancial em 2003, foi um processo longo até chegar em todas as instâncias e passou a vigorar a partir de janeiro de 2004 (atual currículo), no currículo mínimo era mais difícil”.*

Figueira Neto entende que o curso de publicidade e propaganda deva conscientizar os estudantes para além da especialização em um único segmento da habilitação e, para tanto, *“deveríamos abrir mais o leque de disciplinas de outras ferramentas de comunicação. Hoje, o profissional de propaganda não pode se restringir a uma área da propaganda, pois estará fadado a ficar ultrapassado porque a realidade do mercado é outra. As funções e áreas da*

propaganda exigem interação e conhecimento. A nossa preocupação é dar-lhes uma formação multidisciplinar em comunicação e assim o aluno será melhor atendido”.

Figueira Neto afirmou que um dos maiores problemas do curso não são as mudanças de disciplinas, conteúdos, etc., mas o que ‘amarra’ o dinamismo do curso de publicidade e propaganda com relação a sociedade ao mercado é a falta de recursos materiais e humanos adequados. Para Figueira Neto: *“Os professores conseguem contornar as questões de conteúdo, atividades complementares, disciplinas, etc., no dia a dia da sala de aula, mas o que atrapalha é a falta de recursos humanos e equipamentos para acompanhar os avanços tecnológicos. A única saída que teríamos aqui seriam projetos que empreguem estas tecnologias e que fossem sustentados por gente de fora (parceria com empresas de comunicação, agências de publicidade e propaganda, etc.). Nós descobrimos isso faz pouco tempo, o curso pensa em fazer esta parceria, mas é um processo complexo que depende de muitos mecanismos, inclusive de controle. Nós podemos fazer um curso de excelência sem estar a reboque do mercado, só que não é o que vai atrair o aluno, ele precisa vivenciar isso (prática do mercado, novas tecnologias)”.*

Pelos depoimentos dos entrevistados, notamos percepções diferentes sobre a flexibilização curricular, mas que permitem levantar alguns problemas e encaminhamentos freqüentemente enfrentados nos cursos de comunicação, tais como a dificuldade burocrática para implementar as mudanças nos cursos, geralmente demoram em média um ano e exigem muitas discussões com os pares, dificuldades operacionais, geralmente os sistemas informatizados controlam todo o fazer didático-pedagógico; incompatibilidade de disciplinas e horários para os estudantes ampliarem seus conhecimentos em outros saberes fora da

habilitação ou da própria instituição, comprometendo a auto-formação do estudante e o próprio consenso entre os docentes como facilitadores da flexibilização .

3.6.5 – A dualidade entre a Formação humanística e a Formação técnico-profissionalizante

Como apontamos no primeiro capítulo, o campo da comunicação é interdisciplinar. Formar comunicadores em uma habilitação significa desenvolver a capacidade de dominar as técnicas, linguagens e as funções do exercício profissional, mas, também conhecer as interfaces da própria área de comunicação. Procuramos saber se há preocupação dos cursos em formar profissionais para além da habilitação ou outros saberes que contribuam para uma formação ampla da comunicação.

Coelho Sobrinho (jornalismo) afirma: *“Quando eu penso na formação aqui, eu penso em formar o jornalista. O comunicador vai ser alguma coisa que ele escolhe depois. O prato principal que nós oferecemos no departamento é o jornalismo (e editoração, outra habilitação). A estrutura curricular é dividida em uma área teórica, uma área profissionalizante, uma só de linguagem e outra optativas. A área teórica e a de linguagem dão para o aluno instrumentos para a formação do comunicador social e as disciplinas optativas são mais de enriquecimento cultural”*.

Margarida Kunsch (relações públicas) demonstra preocupação em posicionar o profissional de relações públicas diante da área de comunicação como necessidade da atividade, *“Nós temos preocupação de formar um comunicador como um todo dentro da sua especificidade. Exemplo, o médico tem que ter uma visão global da medicina, como ele vai*

ser dermatologista se ele não entende nada de clínica geral? Nesta trajetória de mais de 30 anos no magistério do ensino superior e participante de várias comissões do MEC, o curso de relações públicas da ECA é o mais abrangente. Nós temos disciplinas ligadas para conhecer sobre publicidade, periódicos institucionais de jornalismo, disciplinas de áudio-visual digital, disciplina de comunicação organizacional, ou seja, procuramos formar um profissional que tenha uma visão ampla da comunicação e da comunicação organizacional para que ele possa trabalhar como estrategista de relações públicas e não ficar limitado as técnicas e instrumentos. Cabe registrar que falta no curso um número maior de disciplinas optativas e defasagem de professores em relações públicas”.

Figueira Neto, olhando para a comunicação e os profissionais que vão atuar na área, diz: *“Eu acho que no futuro o profissional vai gerir a comunicação, vai dominar todas as ferramentas, por exemplo, dentro de uma empresa não vai ter mais a função específica de diretor de publicidade e propaganda, diretor de relações públicas, diretor disso ou aquilo, ele será um profissional que vai implantar e trabalhar em equipe e gerir várias áreas ou setores da comunicação. Eu não sei qual o formato mais adequado para isso. As habilitações estão num processo de convergência que, na minha opinião, é definitivo. Neste sentido, há disciplinas que não haveria necessidade de serem dadas em um semestre, poderiam ser dadas em quinze dias seguidos, por exemplo”.*

A partir da LDB e as várias fases pelas quais passou o ensino de comunicação social no Brasil, procuramos entender quais os elementos fundamentais que os responsáveis pela formação dos comunicadores apontam ou buscam em seus cursos para formar o profissional. Entendemos que as respostas apontaram para uma visão de sociedade e como os profissionais deveriam atuar nela, no exercício da profissão.

Coelho Sobrinho traz a tona uma discussão que reflete o conflito em todas as áreas do conhecimento. Para ele, *“Nós só temos um elemento fundamental: a cidadania e a ética. Em primeiro lugar temos que formar um cidadão. Formar uma pessoa que saiba exatamente qual papel que ele vai desempenhar nessa sociedade e por quê estamos aqui? Por quê nós vivemos? É desmontar esta idéia de você estar a procura do ruim como informação. É estar a procura da verdade mais próxima e que não quebre o seu equilíbrio pessoal e nem o equilíbrio pessoal dos seus leitores como um comunicador social por inteiro. Assim, entendemos que avaliar é mais importante que o fazer, inclusive é o último estágio do Bloom. Tudo tem significância, tudo deve ter um olhar cidadão, e como um ente ético, ou seja, agendar a sociedade daquilo que é importante para ele”*.

O primeiro elemento que extraímos das falas dos nossos entrevistados e dos respectivos projetos pedagógicos para a formação do comunicador social é a do comunicador-cidadão-ético.

Margarida Kunsch (relações públicas) aponta os elementos do comunicador voltado para a habilitação, assim como disciplinas voltadas para uma formação mais ampla na comunicação. *“Eu acho que ele tem que ter uma base em teorias da comunicação, gestão da comunicação, pois irá trabalhar nas organizações; conhecimentos em sociologia, psicologia social, ou seja, eu acho que tem que buscar um equilíbrio entre a formação geral, humanística-cultural e a formação aplicada”*.

O segundo elemento fundamental para a formação do comunicador social é o equilíbrio entre a formação humanística-cultural e aplicada (específica da habilitação), ou seja, proporcionar ao estudante conceito teórico-conceitual-humanista e especializado (técnico-profissionalizante).

Figueira Neto (publicidade e propaganda) se preocupa com a atividade profissional do publicitário e alerta que as próprias empresas de comunicação ou agências de propaganda necessitam de conhecimentos que vão além da especialização da área de publicidade. “*Nós trouxemos em um seminário três profissionais da área de comunicação que foram unânimes ao dizerem que querem que o curso forme ‘cabeças’, que ensinem os alunos a pensarem dando uma base humanística para eles.* Apesar de concordar, Figueira Neto também alerta para o fato de que “*se os alunos não saírem daqui sabendo, por exemplo, mexer em alguns programas de computação necessários para a área de publicidade, eles não entram numa agência (de publicidade e propaganda) para trabalharem, ninguém contrata*”.

Esta observação reforça nosso segundo elemento, pois a busca da formação do profissional decorre do domínio das técnicas e instrumentos da comunicação (técnico-profissionalizante) para ingressar na área de atuação profissional, mas também de uma formação humanística, como complementaridade do comunicador social. Aliás, este diferencial por nós entendido, reflete uma das competências e habilidades do comunicador social mencionado pelas Diretrizes Curriculares da área quando recomenda que o profissional deva “*refletir criticamente sobre as práticas profissionais no campo da comunicação*”, ampliando sua formação.

Os responsáveis pelos cursos, experientes na docência e atentos às mudanças na área de comunicação convergem nas opiniões quanto à formação do estudante para além do domínio de sua habilitação. Apontam para uma formação que exige responsabilidade dos atos profissionais. Para tanto, entendemos que estes atos precisam ser avaliados, criticados e inovados tendo como parâmetro de formação a área de atuação profissional e a sociedade em que ele está inserido. Ao lembrarem ou explicitarem para além da formação específica,

mencionam disciplinas de cunho humanístico-crítico-cultural. O equilíbrio desse conflito persiste desde o início do primeiro curso de comunicação social no Brasil e ainda cria uma dualidade entre formação humanística e formação técnico-profissionalizante.

“As discussões relativas à formação do comunicador social, portanto, podem ser reduzidas grosso modo, a apenas duas vertentes. De um lado agrupamos os que defendem um ensino predominantemente técnico e voltado para a formação de especialistas e, de outro, os que pleiteiam um ensino predominantemente humanístico, destinado à formação do que chamaríamos de generalista. Nesse contexto, o especialista poderia ser identificado como aquele profissional que atua num microcosmo, raciocina a partir de esquemas conceituais particulares, válidos apenas em seu microcosmo, sempre dentro de um quadro ou de uma metodologia específicos, isto é, por natureza, desaparelhado para os juízos críticos, éticos e de valor, exigidos na interação de sua especialidade com o macrocosmo, a sociedade. O generalista, ao contrário, a mercê da formação humanística, estaria mais capacitado a proceder a julgamentos de valor, habilitado que fora pelo domínio de uma gama de informações desestruturadas frente a uma microcosmo, mas que se interligam no contexto macro. O especialista examina (e conhece) o indivíduo, o generalista, a espécie, a sociedade, vale dizer, o indivíduo em seu relacionamento político-social”(VIEIRA, 2002, IN: MELO, 2004, p. 219).

Para Coelho Sobrinho o mercado de trabalho e o domínio da técnica não são prioridades ou fundamentais na formação do jornalista, sua preocupação vai além: *“Eu, pelo menos não levo em consideração o mercado e não levo em consideração a técnica porque a parte técnica você aprende com facilidade, você se adapta desde que tenha uma formação aberta para isso. O que nós levamos mais em consideração é a formação de uma pessoa com equilíbrio emocional, um equilíbrio cultural para saber o que ela está dizendo e também para que ele saiba se atualizar, pois tudo aquilo que está ocorrendo é também responsabilidade dela. Eu digo para eles (estudantes de jornalismo), você aqui é uma passagem (refere-se à vida). Você não pode abrir mão de sua identidade, fique trabalhando em um lugar onde você é mais feliz em vez de ostentar um logotipo de alguma emissora”*.

Margarida Kunsch (relações públicas) procurou exemplificar sobre a necessidade que alguns profissionais tem em voltar para a sala de aula justamente por faltar em sua formação uma visão conceitual-crítica da área. *“Eu acho que o curso da ECA pelo fato de ser de uma universidade pública há uma carga grande desta visão mais conceitual-crítica que muitas vezes não é encontrada em uma faculdade ou numa escola isolada onde há uma preocupação excessiva com a parte profissionalizante. Não vejo nenhum problema do aluno praticar desde o primeiro ano de ingresso, mas não podemos abrir mão da parte conceitual. Eu coordeno um curso de pós-graduação onde os profissionais (estudantes do curso) falam categoricamente que eles estão vindo para cá (ECA) porque querem ter uma base conceitual, ter base para a prática que estão realizando”*.

Assim como Coelho Sobrinho, Margarida Kunsch afirma: *“A técnica você aprende fácil. Eu acho que tem que buscar, logicamente, um equilíbrio e o nosso curso procura se esforçar para isso”*. Quanto à formação ampla, dentro da área de relações públicas, explica Kunsch: *“O profissional de relações públicas vai administrar conflitos, gerenciar a comunicação das organizações com os públicos e vai ter que uma visão de mundo, conhecer um pouco de sociedade. Por exemplo, nós temos uma disciplina de ciência política porque o aluno precisa conhecer um pouco de sociedade, sobre partidos, regimes, uma vez que ele sai do ensino médio jovem demais e nem todos tiveram uma formação ampla. Quando falo de uma formação mais ampla, quero dizer que o aluno tenha que conhecer, além da área dele (habilitação), conhecer também ciência da administração (planejamento), teorias da comunicação, um pouco de jornalismo, um pouco de publicidade, a formação ampla seria assim. O aluno não pode estar fechado em si mesmo, ele vai ter que ter não só uma visão das ciências sociais aplicadas (específica da área), por exemplo, uma das carências que nós*

vemos no curso e que precisa ser trabalhada é a da própria matemática para você avaliar e mensurar resultados”.

As questões expostas por Margarida Kunsch traz à tona a importância de se trabalhar a formação do estudante para além da formação específica. Compreendemos esta reflexão no sentido de formar profissionais não só no fazer, mas no entendimento conceitual do que está fazendo e as implicações que acarretam este fazer em sua área e também na sociedade como um todo. Não podemos deixar de lembrar que os avanços tecnológicos da comunicação permitem que um simples “click” num computador leve a informação veiculada pelos profissionais para milhões de pessoas simultaneamente, comprometendo positivamente ou negativamente pessoas, empresas e instituições. Entendemos que conhecer, conceituar, avaliar e analisar a área e o fazer profissional são partes do fazer universitário e, neste sentido, as disciplinas de cunho humanístico são imprescindíveis na formação do profissional egresso da universidade, se não, qualquer curso profissionalizante ou técnico em comunicação resolveria.

Figueira Neto, ainda sobre esta necessidade humanística ou saberes que contribuem com a formação do comunicador social, resume as falas dos ex-estudantes: *“Nós cansamos de encontrar ex-alunos que estão bem na profissão como redatores, diretores de arte, etc. e se lamentam de não ter prestado mais atenção em determinadas disciplinas básicas ou de cunho humanístico”.*

Nas falas dos entrevistados, identificamos que os ex-estudantes sentem, mesmo que tardiamente, a dificuldade do exercício da profissão justamente pela falta da base teórica, conceitual, crítica e humanística, os responsáveis pelos cursos neste trabalho apontam esta

necessidade, alguns empregadores da comunicação também esperam isso dos cursos, por isso:

“A interdisciplinaridade pode surgir como esse conhecimento que se produz nas regiões em que as fronteiras se encontram e criam espaços de interseção, onde o eu e o outro, sem abrir mão de suas características de sua diversidade, abrem-se disponíveis para a troca e para a transformação. Movimentos interdisciplinares acontecem a partir dessa postura de expansão de campos e de abertura de fronteiras que, ao serem transformadas, modificam também o interior dos territórios. Para que sejam criados esses espaços de encontros e de interseções entre as áreas do conhecimento, é necessário a construção de uma atitude interdisciplinar, sem a qual não é possível esse movimento de aproximação e transformação que vai além das disciplinas” (FURLANETTO, 2001, p. 166).

Nos parece que a articulação entre os saberes ou a interdisciplinaridade trabalhada nas fronteiras dos saberes efetivamente precisam ser implantadas para atender melhor a formação do comunicador social e os cursos de comunicação cumprirem por completo seu papel de formador.

Considerações Finais

O objetivo deste trabalho foi o de interpretar, compreender e apontar as perspectivas da formação atual do Comunicador Social no Brasil ao partimos do pressuposto que o papel das universidades se completa ao fornecer espaço-tempo para o estudante refletir, pensar e pesquisar, resgatando e aprofundando os diversos saberes na sua interdisciplinaridade e não fragmentando ou especializando o futuro profissional.

Considerando as discussões sobre a formação do profissional de comunicação a partir da LDB/96 e as Diretrizes Curriculares para a Área de Comunicação, constatamos que existe uma preocupação dos coordenadores entrevistados em manter um equilíbrio entre a formação humanística e técnico-profissionalizante e também em formar um profissional com posicionamento ético-político em relação à sociedade.

A preocupação dos coordenadores dos cursos analisados reforçam nosso entendimento de que o comunicador é mais do que um mediador da sociedade, ele pode ser um interventor na busca da democracia participativa dos cidadãos, onde o conhecimento e a informação são fundamentais para a sobrevivência dos indivíduos no mundo globalizado. Assim, a formação ampla nos cursos de comunicação ultrapassa as especificidade de cada habilitação e pode contribuir para melhor compreender, enfrentar e intervir neste momento de mudança, como também projetar novas ações na formação do cidadão-profissional.

Tendo como base a literatura na área, os Cursos de Comunicação Social do Brasil estiveram, em toda a sua história, vinculados ou “presos” as normas e regulamentos do Governo Federal que definia através de decretos e resoluções os currículos e o direcionamento da formação (ou formatação) dos comunicadores do país, atendendo, na

maioria das vezes, interesses que não combinavam com os dos cursos, conforme demonstramos no começo deste trabalho.

A leitura da LDB e análise da trajetória das Diretrizes Curriculares nos mostrou que a partir de 1996, abriu-se novas expectativas quanto a autonomia das IES em formar os estudantes conforme a realidade e necessidade de cada região, além do desprendimento de um Estado centralizador. Ao diminuir a participação do Estado na sociedade, reforça, na atualidade, a imposição do mercado, e com ele, o capital, exigindo mão de obra qualificada para sustentá-lo.

As entrevistas realizadas nos mostraram que, diante deste cenário, a universidade encontra-se em conflito, muitas vezes fecha-se em si mesma ao não discutir com a sociedade suas produções e conhecimentos sobre temas relevantes, outras vezes, preocupa-se em atender a demanda de mercado, reforçando a necessidade de formar mão de obra especializada, pois os alunos cobram esta necessidade e querem habilitar-se rapidamente no fazer, além do fechamento burocrático.

Em nosso estudo de caso, constatamos um certo “pessimismo” sobre o papel da universidade ao ouvirmos os entrevistados que relataram sua preocupação em não se deixar levar pela imposição do mercado, mas também, têm dificuldades em encontrar nos cursos o equilíbrio entre a dinâmica da sociedade e a instituição. Por um lado, a própria organização institucional e burocrática atrapalha o dinamismo do fazer universitário, conforme vimos no capítulo três, por outro, a falta de recursos humanos e materiais não permitem acompanhar as mudanças necessárias para dinamizar o curso e estar presente junto a sociedade, respondendo as suas demandas na preparação de profissionais atentos as constantes mudanças sociais e profissionais.

Ao descrevermos os três projetos pedagógicos dos cursos de comunicação social da ECA, tendo em consideração que o *“projeto pedagógico pode ser entendido como um instrumento de balizamento para o fazer universitário, concebido coletivamente no âmbito da Instituição, orientado para esta, com um todo, e para cada um de seus cursos, em particular”* (For-Grad, 1999, p. 9), levantamos alguns elementos que, em nossa compreensão, podem contribuir para a discussão da formação do comunicador social atual.

Os projetos pedagógicos de Relações Públicas e Publicidade e Propaganda não apresentam a fundamentação epistemológica dos cursos, ao contrário do Jornalismo. Entendemos que, na concepção de qualquer curso, o projeto pedagógico evidencia e fundamenta a visão de mundo, de sociedade, de indivíduo e da própria área que se pretende formar o profissional. Ao não definir a concepção epistemológica do curso, dificulta-se a clareza do fazer do docente e do discente (ensino-aprendizagem) no processo educativo. Explicitar essa fundamentação é fazer *“uma reflexão acerca da concepção e das finalidades da educação, e sua relação com a sociedade – o que não dispensa uma reflexão sobre o homem a ser formado, a cidadania e a consciência crítica”* (VEIGA, 2004, p. 191).

Os cursos de Relações Públicas e Publicidade e Propaganda fizeram mudanças nas estruturas curriculares ao contrário do Jornalismo e ao fazer as mudanças, procuram viabilizar as intenções e objetivos do curso através de um conjunto de saberes que contemplem efetivamente a formação, no entanto, não apresentam uma concepção educacional do curso.

Nos objetivos e intenções dos três projetos para a formação do comunicador social, destacamos como parâmetros educacionais:

– A formação acadêmico- profissionalizante (relações públicas e publicidade e propaganda);

- Formação do homem como objetivo e formação do profissional como finalidade (jornalismo);

- Auto-formação.

Acreditamos que os parâmetros educacionais destacados podem direcionar o estudante e o futuro profissional em comunicação, para conceituar e refletir criticamente sobre sua prática e estar consciente de seus atos na produção e difusão das informações que ele produz. Podem permitir ainda, ter acesso a vários saberes e a uma formação mais eclética ou até mesmo mais interdisciplinar, na medida que podem optar por compor o currículo do curso com disciplinas optativas complementares e livres e traçar sua formação durante o curso.

Podemos afirmar, após a análise dos projetos pedagógicos dos três cursos e os depoimentos dos entrevistados que as disciplinas obrigatórias direcionam o estudante para a habilitação específica e reflexão sobre a área de comunicação (teoria-prática) e as optativas complementares e livres ampliam o conhecimento do discente nas áreas da comunicação, da cultura e das artes (teatro, literatura, música, etc.), mas, apesar dos cursos e a própria ECA oferecerem várias disciplinas, os cursos ainda buscam o entendimento entre os docentes sobre a efetivação de alguns saberes (disciplinas) na composição dos currículos, o que caracteriza um momento de transição.

Ao ouvirmos os atuais responsáveis pelos cursos, entendendo estes como catalisadores e mediadores das discussões do processo educacional, apontamos como experiências positivas da ECA e ainda presentes nos cursos:

- O sistema de créditos;
- Disciplinas optativas (complementares e livres);
- Vestibular por habilitação;

A justificativa por incluir o sistema de crédito como ponto positivo, embora saibamos das inúmeras críticas vinculadas à fragmentação que ele pode acarretar e a possibilidade do currículo se tornar apenas numérico, é a de que permite aos estudantes escolherem a quantidade de disciplinas que podem cursar durante o semestre. Avaliamos que este sistema aplica-se bem nas universidades públicas, particularmente importante para o estudante trabalhador.

As disciplinas optativas (complementares e livres) proporcionam ao aluno, dentro do sistema de créditos, possibilidade de complementar ou ampliar seus conhecimentos em outras áreas do saber na busca de uma formação ampla.

O vestibular por habilitação permite ao estudante e os cursos direcionarem o planejamento para o conhecimento da área específica. Embora cada curso tenha seus objetivos específicos, a formação básica em comunicação, o convívio dos estudantes com outros saberes e áreas afins é entendida por nós, como fundamental para a formação ampla do comunicador social e não pode deixar de ser considerada pelos formadores.

Apesar de não terem sido implantadas, consideramos importante destacar duas outras tentativas de mudanças da ECA na construção da organização do processo educacional para a formação do comunicador, apontadas por um dos nossos entrevistados:

Currículo experimental e;

Oficinas.

De acordo com as entrevistas realizadas, com o currículo experimental, o estudante poderia ter um tutor para orientá-lo durante todo o período de sua formação. Geralmente as faculdades de comunicação só lembram deles quando precisam para a orientação na iniciação científica ou nos trabalhos de conclusão de curso. Mais que tutores, o aluno de comunicação poderia encontrar um interlocutor.

As oficinas nos parece importante, pois permitiriam nivelar positivamente os conhecimentos dos alunos. É comum o docente reclamar da má formação dos discentes nos graus anteriores. Geralmente são lembrados quando a instituição passa por alguma avaliação, por exemplo, a antiga Avaliação Nacional de Cursos, conhecido como provão. Trata-se de uma atividade extracurricular para agregar conhecimentos e não como preparação de alguma avaliação externa.

Apesar de constatar nos falas dos entrevistados a busca do equilíbrio entre a formação humanística e técnico-profissionalizante do comunicador social na estrutura curricular dos cursos estas disciplinas ainda são compostas em dois eixos clássicos que acompanham o decorrer da história do ensino de comunicação social no Brasil, sendo as humanísticas nos primeiros semestres do curso (formação crítico-acadêmica) e as disciplinas técnico-específicas (formação técnico-profissionalizante) nos últimos semestres.

A pesquisa nos mostra que a ECA vem se preocupando em estabelecer novas propostas para uma outra organização curricular ou extracurricular. São tentativas de mudanças de uma instituição pública, gratuita, e com toda a sua particularidade.

Acredito, como Greco (2002, p. 29), que a formação no ensino superior é um processo educacional e como tal, *“não se está apenas profissionalizando, está se modelando a construção de projetos de vida”*. No caso dos comunicadores, as informações veiculadas por

eles atingem diretamente os projetos de vida dos seus receptores, por isso, os cursos, para saírem das intenções (projetos pedagógicos) são distribuídos em saberes e fazeres na estrutura curricular durante os quatro anos de permanência do estudante.

Diante de tantas informações veiculadas na sociedade, pode-se confundir a informação do conhecimento, domínio das técnicas com reflexão sobre elas, banalizando assim, a função da própria instituição que forma profissionais no ensino superior, como os da área de comunicação.

Ao considerarmos a formação do comunicador (projeto pedagógico e estrutura curricular) para além do domínio da técnica é, em nosso entendimento, uma tarefa educacional e humana e não de máquinas e tecnologias de difusão, estas últimas são apenas instrumentos facilitadores do fazer. Neste sentido, o papel da educação é discutir a formação do sujeito-crítico como agente político-social capaz de compreender o contexto em que está inserido e agir sobre ele, transformando e influenciando as mudanças necessárias para a emancipação humana e não apenas disponibilizando inúmeras informações para a sociedade. Reafirmo que, apenas difusão de informações, hoje, pode ser feita por qualquer cidadão mediante os instrumentos disponíveis.

O papel da educação na formação do comunicador social, afinal estamos falando de ensino, poderia contribuir para uma atitude interdisciplinar em que o profissional pudesse caminhar nas fronteiras do conhecimento, buscando e mediando pelos diferentes canais de difusão, as informações necessárias e relevantes para a produção de conhecimento dos seus receptores- população.

A preocupação com a formação técnica e a atualização tecnológica muitas vezes percebida nos professores e estudantes minimiza o modo do enfrentamento de como faz funcionar a “grande máquina” que movimenta a produção de informações mundial, no entanto, o domínio dos instrumentos tecnológicos em permanente e veloz mutação é capaz

de minimizar este medo momentaneamente, mas não é capaz de habilitar o profissional para movimentar-se criticamente e avaliar as condições em que se operaram tais mudanças. Não acompanhando as transformações, rapidamente o profissional da área tornar-se obsoleto e descartado pelo mesmo mercado que exigiu dele uma formação técnica e atualização tecnológica.

Contudo, quem forma o comunicador social, muitas vezes é o profissional oriundo do mercado que não encontrou nos cursos de pós-graduação nenhuma formação pedagógica, ao contrário, trata-a com escárnio e preconceito, considerando, muitas vezes que a transmissão de sua experiência é suficiente para formar o novo profissional.

Este tipo de comportamento limitado gera o profissional limitante, o imitador que vai reproduzir as atitudes viciadas e condicionadas daquele que, por comodismo, medo, preguiça ou ego, preferiu mais criar um clone a sua imagem e semelhança a dar a um ser autônomo, lugar a educação para que esta pudesse lavá-lo a buscar novas formas de mediar uma aprendizagem crítica e transformadora, pois, como acreditamos, *“o papel do comunicador nas interações educativas do século XXI é imenso e crucial, no sentido de tornar realidade aquilo que, talvez, os professores, educadores profissionais – por limitações precisamente profissionais – não serão capazes de realizar”* (GÓMEZ, 2002, p. 69).

Por um lado, a formação do comunicador social deve ser pensada e estruturada pelos docentes das áreas da comunicação e, sendo o campo da comunicação interdisciplinar, necessariamente exige de quem forma e é formado o transitar pelas fronteiras dos conhecimentos, por outro lado, a educação é uma tarefa de qualquer ser humano disposto a contribuir com o amadurecimento intelectual, afetivo, político-social, ético e profissional do outro indivíduo.

O cultivo do diálogo e a promoção de sujeitos críticos perpassam, em nosso entendimento, por duas áreas do saber que são fundamentais para a exaustiva insistência da palavra cidadania pregada nos dias de hoje: A Comunicação, que poderá ser promovida pelos comunicadores sociais, mediadores e interventores da informação, da cultura e dos processos comunicacionais e a Educação, como promotora de atitudes ativas no processo de ensino-aprendizagem dos sujeitos.

Na busca da interpretação e compreensão da formação atual do comunicador social no Brasil, a partir do nosso estudo de caso, identificamos e apontamos como sugestão os elementos que possam servir de parâmetros pedagógicos na construção dos cursos de comunicação: A formação do comunicador cidadão-ético (tendo acima de tudo, a sociedade como referência) e o equilíbrio entre a formação humanística (que permite o conceito, a reflexão e a crítica) e a formação tecnico-profissionalizante (que permite o domínio das linguagens e instrumentos da habilitação). Entendendo ambos como processo educacional e comunicacional, hoje, fundamentais para a formação do comunicador e para o educador da comunicação.

A aproximação das fronteiras entre a comunicação e a educação, acreditamos, será o grande ganho pedagógico, didático e profissional na formação do comunicador social como sujeito-crítico do século XXI. Desta relação, mais do que as áreas, o ganho maior será da sociedade.

Como os cursos analisados neste trabalho, outros de comunicação passam por uma nova fase ou estão num processo de transição entre a construção de projetos pedagógicos, currículos e perfis tendo como parâmetro as Diretrizes Curriculares para a área de Comunicação.

No nosso entender, este momento consiste no equilíbrio de uma formação que aponte para um profissional que pense a realidade como cidadão, reflita como acadêmico (teoria) e aja como profissional (prática).

Referência Bibliográfica

ARROYO, Miguel. **A Universidade e a formação do Homem**. In: SANTOS, Gislene A. dos. (org.). *Universidade, formação, cidadania*. São Paulo: Cortez, 2001. pp. 33-50.

BACCEGA, Maria Aparecida. **O “planejador cultural” e o campo da comunicação**
In: BACCEGA, Maria Aparecida (org.). *Comunicação e Cultura: um novo profissional*.
2ª. ed. São Paulo: CCA/ECA/USP, 2000. pp. 20-22.

BORDENAVE, Juan E. Díaz. **O que é comunicação**. 22ª. impressão. São Paulo: Brasiliense, 1997.

_____. **Além dos meios e mensagens – introdução à comunicação como processo, tecnologia, sistema e ciência**. 10ª ed. Petrópolis: Vozes, 2002.

BRASIL, **Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996**. Estabelece as diretrizes e bases da educação.

BRIDI, J. C. Ajud. **A iniciação científica na formação do universitário**. Campinas, SP: Universidade Estadual de Campinas, 2003. (Dissertação de Mestrado).

BRUM, Eron; IJUIM, Jorge K. **Ensinar jornalismo... ou aprender jornalismo?** In: PERUZZO, Cicília M. K; SILVA, Robson B. da. (orgs.). *Retrato do ensino em comunicação no Brasil*. São Paulo: Intercom, Taubaté: UNITAU, 2003. pp. 29-44.

CAMPOS, Francimar A. **Hermenêutica da significação**. In: CAPALDO, Creusa (org.). *Fenomenologia e hermenêutica*. Rio de Janeiro: ÂMBITO Cultural, 1983. pp. 35-54.

CAPALBO, Creusa. (org.). **Fenomenologia e hermenêutica**. Rio de Janeiro: Âmbito Cultural, 1983.

CECHIN, Zenir Maria Forgiarini. **Dimensão didático-pedagógica de currículo de ensino e a formação do comunicador social**. São Bernardo do Campo, SP: Instituto Metodista de Ensino Superior, 1994. (Dissertação de Mestrado).

CHAUÍ, Marilena de Souza. **Escritos sobre a universidade**. São Paulo: UNESP, 2001.

_____. **A universidade pública sob nova perspectiva**. Conferencia de Abertura da ANPED. Poços de Caldas, 2003.

CHIZZOTTI, Antonio. **Pesquisa em ciências humanas e sociais**. São Paulo: Cortez, 1991.

CORRÊA, Tupã Gomes. **Um prefácio aos estudos da superação de conflitos, da dimensão cultural do trabalho, dos limites do mercado e da função humana do consumo**. In: CORRÊA. Tupã Gomes. FREITAS, Sidinéia Gomes. (Orgs.). *Comunicação, marketing, cultura: sentidos da administração, do trabalho e do consumo*. São Paulo: ECA/USP, 1999. pp. 11-17.

CORREIA BASTOS, Carmem. C. B. **Os projetos pedagógicos no processo de reconfiguração curricular da educação superior no Brasil: o caso da UNIOEST/PR**. Campinas: Faculdade de Educação– Unicamp, 2004. (tese de Doutorado).

DAVIS, Cláudia. OIVEIRA, Zilma de. (1993). **Psicologia na Educação**. 2ª ed. rev. São Paulo: Cortez, 1993. (série formação do professor).

DEMO, Pedro. **Pesquisa e informação qualitativa**. Campinas: Papyrus, 2001.

_____. **Metodologia científica em ciências sociais**. 2ª. Ed. São Paulo: Atlas, 1992.

DENCKER, Ada de F. Maneti. **A pesquisa e a interdisciplinaridade no ensino superior – uma experiência no curso de turismo**. São Paulo: ECA/USP, 2000. (Tese de Doutorado).

FENAJ – Federação Nacional dos Jornalistas (Org.). **Formação superior em jornalismo: uma exigência que interessa à sociedade**. Florianópolis: Imprensa da Universidade de Federal de Santa Catarina, 2002.

FORGRAD – Fórum de Pró-Reitores de Graduação das Universidades Brasileiras. **Do pessimismo da razão para o otimismo da vontade: referências para a construção dos projetos pedagógicos nas IES brasileiras**. Texto elaborado a partir da Oficina de trabalho de Curitiba, realizada de 15 a 17 de setembro de 1999. Campinas, 1999.

FORGRAD – Fórum de Pró-Reitores de Graduação das Universidades Brasileiras. **Plano nacional de graduação – um projeto em construção**. Texto apreciado e aprovado no XII Fórum nacional de Pró-reitores de graduação das universidades brasileiras realizado em Ilhéus/BA nos meses de outubro e novembro de 1998. Campinas, 1999.

FRANÇA, Fabio. **Relações Públicas: Visão 2000**. In: KUNSCH, Margarida Maria Krohling. (org.). *Obtendo resultados com relações públicas*. São Paulo: Pioneira, 1997. pp. 3-17.

FREIRE, Paulo. **Extensão ou Comunicação**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1969.

FREITAG, Bárbara. **Escola, Estado & Sociedade**. 6ª ed. São Paulo: Editora Moraes, 1986.

FURLANETTO, Ecleide Cunico. **Fonteira**. In: FAZENDA, I.C.A. (Org.). **Dicionário em construção: interdisciplinaridade**. São Paulo: Cortez, 2001. pp. 165-167.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5ª. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GÓMEZ, Guillermo Orozco. **Comunicação, Educação e Novas Tecnologias: Tríade do século XXI**. In: **Comunicação & Educação**. São Paulo (23): 57 a 70. janeiro/abril de 2002. pp. 57-70

GOODSON, Ivor F. **Currículo: teoria e prática**. 4ª ed. Petrópolis: Vozes, 2001.

GRESSLER, Lori Alice. **Introdução à pesquisa – projetos e relatórios**. São Paulo: Loyola, 2003.

GRECO, Milton. **Educação superior para a construção de projetos de vida**. São Paulo: Salesiana, 2002.

LAKATOS, Eva Maria. **Sociologia Geral**. 5ª. ed. São Paulo: Atlas, 1985.

LUDKE, M. & ANDRÉ, M. E. D. AA. **Pesquisa em educação: abordagens qualitativas**. 3.ª Reimpressão. São Paulo: EPU, 1986.

MAIA, R.L. **Dicionário de Sociologia**. Portugal: Porto Editora, 2002.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Até que ponto, de fato, nos comunicamos?** São Paulo: Paulus, 2004.

MARTINO, Luiz C. **A Interdisciplinaridade e objeto de estudo da comunicação**. IN: FRANÇA, Vera Veiga; HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz. C. **Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências**. Petrópolis: Vozes, 2001, pp. 27-38.

MELO, Ana Maria Andrade de. **A Influência do Governo Fernando Henrique Cardoso na Construção e Disseminação da Hegemonia do Estado e seus Reflexos na Elaboração e Avaliação dos Projetos Pedagógicos dos Cursos de Comunicação Social**. São Paulo: ECA/USP, 2004. (Tese de Doutorado).

MELO, José Marques de. **Comunicação Social – Teoria e Pesquisa**. 6ª. ed. Petrópolis: Vozes, 1978.

_____. **Teoria da Comunicação: paradigmas latino-americanos.** Petrópolis: Vozes, 1998.

_____. **Poder, Universidade e Escolas de Comunicação.** In: FADUL, Anamaria; SILVA, Carlos Eduardo Lins da; MELO, José Marques de. (Orgs.), 1979.

_____. **Ideologia e poder no ensino de comunicação.** São Paulo: Cortez & Moraes: Intercom, 1979. pp. 31-41.

_____. **Contribuições para uma pedagogia da comunicação.** São Paulo: ed. Paulinas, 1974.

_____. **Comunicação: direito à informação.** Campinas: Papyrus, 1986.

MORAN, José Manuel. **Novas tecnologias no ensino de comunicação.** In: PERUZZO, Cicília M. K; SILVA, Robson B. da. (orgs.). Retrato do ensino em comunicação no Brasil. São Paulo: Intercom, Taubaté: UNITAU, 2003. pp. 101-117.

MOREIRA, Antonio F. SILVA, Tomaz T. da. (orgs.). **Currículo, cultura e sociedade.** 2ª ed. São Paulo: Cortez, 1995.

MOTTER, Maria Lourdes. **Universidade e sociedade: encontro necessário.** In: BACCEGA, Maria Aparecida (org.). Comunicação e Cultura: um novo profissional. 2º.ed. São Paulo: CCA/ECA/USP, 2000. p. 10-13.

MOURA, C. Peixoto de. **A Comunicação Social na Legislação de Ensino Brasileira: do Currículo Mínimo às Novas Diretrizes Curriculares.** São Paulo: ECA/USP, 2000. (Tese de Doutorado).

NUZZI, Erasmo de Freitas. **História da faculdade de comunicação social Cásper Líbero.** São Paulo: Fundação Cásper Líbero, s/d.

PALMER, Richard E. **Hermenêutica.** Lisboa: Edições 70, s/d.

PEREIRA, Elisabete Monteiro de A. **Pós-modernidade: desafios à universidade.** In: FILHO, José C. dos S. MORAES, Silvia E. (orgs). Escola e universidade na pós-modernidade. Campinas, SP: Mercado das Letras, 2000.

PINTO, Virgílio Noya. **Comunicação e Cultura Brasileira.** São Paulo: Ática, 1986.

RIBEIRO JR, João. **Fenomenologia.** São Paulo: Pancat, 1991.

RICHARDDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. 3ª. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

RICOEUR, Paul. **A idéia da universidade**. In: DRÈZE, Jacques e DEBELLE, Jean. *Concepções da Universidade*. Fortaleza: Edições Universidade Federal do Ceará, 1983. p. 11-24.

ROSSI, Vera Lúcia Sabongi de. **Gestão do Projeto Político-Pedagógico: entre corações e mentes**. 1ª ed. São Paulo: Moderna, 2004.

SANTOS, Boaventura de Sousa (org.). **Democratizar a Democracia: os caminhos da democracia participativa**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002.

_____, Boaventura de Souza. **Introdução a uma ciência pós-moderna**. 3ª ed. Rio de Janeiro: Graal, 2000.

SANTOS, Roberto ,E. dos. **As teorias da comunicação – da fala à internet**. São Paulo: Paulinas, 2003.

SCHWARTZ, Gilson. **Capitalismo midiático e economia política da inovação**. In: RIBEIRO, Renato Janine (org.). *Humanidades – um novo curso na USP*. São Paulo: Edusp, 2001. p. 133-155.

SILVA, Carlos Eduardo Lins da. **A política educacional brasileira e os currículos de comunicação**. In: FADUL, Anamaria; MELO, José M. de; SILVA, Carlos Eduardo Lins da. (Orgs.). *Ideologia e poder no ensino de comunicação*. São Paulo: Cortez & Moraes: Intercom, 1979. p. 19-30.

TEIXEIRA, Anísio. **A Universidade de ontem e de hoje**. *Coleção Universidade*. Rio de Janeiro: editora da UERJ, 1998.

THOMAZI, Maria Stella. **Contribuição da Associação Brasileira de Relações Públicas para a profissão de Relações Públicas no Brasil**. In: ANDRADE, Teobaldo de Souza (org.). *Guia Brasileiro de Relações Públicas*. 7ª.ed. Novo Hamburgo: Faculdade de Comunicação Social – FEEVALE, 1997. pp. 13-36.

TRINDADE, Eneus. **A publicidade e a modernidade-mundo: as representações de pessoa, espaço e tempo**. In: BARBOSA, Ivan Santo (org.). *Os sentidos da publicidade: estudos interdisciplinares*. São Paulo: Thomson, 2005. pp. 81-95.

TRINDADE, Hélio. (org.). **Universidade em ruínas na república dos professores**. Petrópolis: Vozes, 1999.

TRIVIÑOS, Augusto N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 1995.

VEIGA, Ilma P. A. **Projeto político-pedagógico: continuidade ou transgressão para acertar?** 2ª ed. In: CASTANHO, Sérgio. CASTANHO, Maria Eugênia L.M. (orgs.). **O que há de novo na educação superior – do projeto pedagógico à prática transformadora**. Campinas: Papirus, 2004.

VOLPI, Marina Tazón. **A universidade e sua responsabilidade social**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 1996. (coleção Universidade – 4)

INTERNET:

Sites:

Ministério da Educação (MEC) – Secretaria de Ensino Superior (SESU). Site:

Fonte: <http://www.mec.gov.br/sesu/>

Data do acesso: 01/07/2005.

Fonte: <http://www.mec.gov.br/sesu/ftp/pareceres/136301FHGSICBAM.doc>

Data do acesso: 08/04/2005.

Fonte: <http://www.mec.gov.br/sesu/ftp/pareceres/49201FHGSCCLBAM.doc>

Data do acesso: 08/04/2005.

Fonte: <http://www.mec.gov.br/sesu/ftp/resolucao/1602comsocial.doc>

Data do acesso: 08/04/2005.

Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO). Site: www.unesco.org.br. Data do acesso: 05/04/2005.

Núcleo de Apoio aos Estudos de graduação – NAEG – USP. Site:

Fonte: : <http://naeg.prg.usp.br/numeros/>

http://naeg.prg.usp.br/numeros/curso.phtml?id_curso=27011

Data do acesso: 27/06/2005.

Departamento de Jornalismo e Editoração – ECA – USP. Site:

Fonte: Site: www.eca.usp.br/organiza/departam/
www.eca.usp.br/departam/cje/cursos/grad/frbachjo.htm

Data do acesso: 23/06/2005

Departamento de Reações Públicas, Propaganda e Turismo – Eca – USP. Site:

Fonte: : www.eca.usp.br/graduaca/cursos/

Data do acesso: 23/06/2005

Benjamim Bloom

<http://www.webquest.futuro.usp.br/recursos/bloom.html>

Data do acesso: 02/09/2005

ANEXO I

DIRETRIZES CURRICULARES PARA OS CURSOS
DE GRADUAÇÃO – SESU

Diretrizes Curriculares para os Cursos de Graduação

Princípios

Assegurar às instituições de ensino superior ampla liberdade na composição da carga horária a ser cumprida para a integralização dos currículos, assim como na especificação das unidades de estudos a serem ministradas;

Indicar os tópicos ou campos de estudo e demais experiências de ensino-aprendizagem que comporão os currículos, evitando ao máximo a fixação de conteúdos específicos com cargas horárias pré-determinadas, as quais não poderão exceder 50% da carga horária total dos cursos;

Evitar o prolongamento desnecessário da duração dos cursos de graduação;

Incentivar uma sólida formação geral, necessária para que o futuro graduado possa vir a superar os desafios de renovadas condições de exercício profissional e de produção do conhecimento, permitindo variados tipos de formação e habilitações diferenciadas em um mesmo programa;

Estimular práticas de estudo independente, visando a uma progressiva autonomia profissional e intelectual do aluno;

Encorajar o aproveitamento do conhecimento, habilidades e competências adquiridas fora do ambiente escolar, inclusive as que se referiram à experiência profissional julgada relevante para a área de formação considerada;

Fortalecer a articulação da teoria com a prática, valorizando a pesquisa individual e coletiva, assim como os estágios e a participação em atividades de extensão, as quais poderão ser incluídas como parte da carga horária;

Incluir orientações para a condução de avaliações periódicas que utilizem instrumentos variados e sirvam para informar a docentes e a discentes acerca do desenvolvimento das atividades didáticas.

Objetivos e Metas

Conferir maior autonomia às IES na definição dos currículos de seus cursos, a partir da explicitação das competências e as habilidades que se deseja desenvolver, através da organização de um modelo pedagógico capaz de adaptar-se à dinâmica das demandas da sociedade, em que a graduação passa a constituir-se numa etapa de formação inicial no processo contínuo de educação permanente;

Propor uma carga horária mínima em horas que permita a flexibilização do tempo de duração do curso de acordo com a disponibilidade e esforço do aluno;

Otimizar a estruturação modular dos cursos com vistas a permitir um melhor aproveitamento dos conteúdos ministrados, bem como, a ampliação da diversidade da

organização de cursos, integrando a oferta de cursos seqüenciais, previstos no inciso I do artigo 44 da LDB;

Contemplar orientações para as atividades de estágio e demais atividades que integrem o saber acadêmico à prática profissional, incentivando o reconhecimento de habilidades e competências adquiridas fora do ambiente escolar;

Contribuir para a inovação e a qualidade do projeto pedagógico do ensino de graduação, norteando os instrumentos de avaliação.

Histórico

O processo de discussão iniciou com a publicação do Edital n.º 4/97, convocando as IES a apresentarem propostas para as diretrizes curriculares dos cursos de graduação, a serem sistematizadas pelas Comissões de Especialistas de Ensino de cada área. A discussão das diretrizes curriculares mobilizou uma ampla parcela da comunidade interessada, com o objetivo de conferir legitimidade ao processo. Foram encaminhadas aproximadamente 1200 propostas, provenientes de universidades, de faculdades, de organizações profissionais, de organizações docentes e discentes. A maioria das propostas é oriunda da própria comunidade acadêmica. Convém destacar a ampla participação tanto do setor público quanto do setor privado na organização de seminários e encontros para debate, com a presença da SESu/MEC. O Fórum Nacional de Pró-Reitores de Graduação - ForGrad - desempenhou papel importante na discussão e na sistematização das propostas de diretrizes curriculares encaminhadas pelas universidades.

Esgotado o prazo estabelecido pelo Edital n.º 4/97, as Comissões de Especialistas de Ensino - CEEs foram convocadas para sistematizarem as sugestões apresentadas e produzirem as propostas a serem encaminhadas ao Conselho Nacional de Educação. A partir de dezembro de 1998, as primeiras propostas sistematizadas foram divulgadas na Internet, com o objetivo de suscitar sugestões e críticas ao documento inicial. Além do debate eletrônico, a maioria das áreas promoveu encontros e seminários em todo o país, para consolidação das propostas. A SESu/MEC recebeu as sugestões e as críticas sobre os documentos sistematizados para que fossem agregadas à versão final a ser divulgada na Internet e posteriormente encaminhada ao CNE. Este processo estendeu-se por, aproximadamente, dois meses em cada uma das áreas.

A SESu encaminhou o relato, a partir da configuração das diretrizes gerais, em separado da discussão dos conteúdos de cada curso, com o objetivo de facilitar a análise pelo Conselho Nacional de Educação.

As propostas foram agrupadas por blocos de carreiras, considerando o critério utilizado pela CAPES:

CIÊNCIAS BIOLÓGICAS E SAÚDE

Biomedicina, Ciências Biológicas, Economia Doméstica, Educação Física, Enfermagem, Farmácia, Fisioterapia, Fonoaudiologia, Medicina, Nutrição, Odontologia e Terapia Ocupacional.

CIÊNCIAS EXATAS E DA TERRA

Ciências Agrárias, Estatística, Física, Geologia, Matemática, Medicina Veterinária,

Oceanografia e Química.

CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS

Artes Cênicas, Artes Visuais, Ciências Sociais, Direito, Filosofia, Geografia, História, Letras, Música, Pedagogia e Psicologia.

CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS

Administração, Ciências Contábeis, Ciências Econômicas, Ciências da Informação, Comunicação Social, Hotelaria, Serviço Social, Secretariado Executivo e Turismo.

ENGENHARIAS E TECNOLOGIAS

Arquitetura e Urbanismo, Computação e Informática, Design, Engenharias e Meteorologia.

LICENCIATURAS

No que se refere às licenciaturas, a SESu vem desenvolvendo propostas que serão encaminhadas posteriormente, uma vez que detectou-se a necessidade de promover articulações entre as diferentes áreas que oferecem essa formação. Tais articulações devem configurar diretrizes gerais para as licenciaturas, com o objetivo de fortalecer a efetiva profissionalização do professor por meio de um eixo comum, representado pelo desenvolvimento de competências básicas que abranjam a especificidade do trabalho de professores.

Esse processo iniciou-se com a constituição, pela SESu, de um grupo-tarefa, composto por especialistas na questão da formação de professores, que aceitaram a incumbência de formular a parte do documento que se refere às orientações que possam caracterizar as licenciaturas como uma formação profissional com identidade própria, superando, assim, sua condição atual, que em geral, não tem passado de um apêndice do bacharelado.

O passo seguinte, ora em andamento, é a aproximação da proposta desse grupo-tarefa com as propostas das diferentes comissões de especialistas que assessoram a SESu na elaboração das propostas de diretrizes para os cursos de graduação que oferecem licenciaturas. Portanto, o intuito é de contar com o conjunto das contribuições, tanto dos profissionais que dominam os conhecimentos sobre os diferentes campos do saber que se constituem em conteúdos escolares, quanto dos profissionais que dominam os conhecimentos sobre a questão pedagógica, que se constituem na especificidade da tarefa do ensino.

As 38 Comissões de Especialistas de Ensino, nomeadas pela Portaria 146/97, sistematizaram a proposta de Diretrizes Curriculares para suas respectivas áreas. Algumas áreas incluem mais de um curso, neste caso, a proposta específica às particularidades de cada curso. As Comissões de Especialistas que se inserem nesta situação são:

Áreas com abrangência de múltiplos cursos

Comissão Cursos

Administração

Administração /Turismo/Hotelaria/Secretariado Executivo

Artes Cênicas
Dança/Teatro

Ciências Agrárias
Agronomia/ Engenharia Florestal/Engenharia de Pesca/Zootecnia

Ciências da Informação
Biblioteconomia/Arquivologia/Museologia

Computação e Informática
Sistemas de Informação/Ciência da Computação/Licenciatura em Computação/ Engenharia da Computação

Matemática / Estatística
Matemática, Estatística

O processo de sistematização das propostas foi realizado em duas etapas, tendo sido antecedido pela elaboração de um Modelo de Enquadramento pela SESu e pelo ForGrad a partir dos debates e sugestões das universidades e comunidade acadêmica.

O processo consistiu na análise das propostas recebidas e na identificação dos aspectos diferenciadores e comuns a elas. A partir daí uma primeira versão do documento de diretrizes foi organizado e colocado em debate junto às universidades via Internet, com a participação do ForGrad, que orientou o acesso das universidades ao texto e da própria SESu.

As reações das universidades e da comunidade acadêmica ao documento das comissões de especialistas foram incorporadas no processo de sistematização dando origem a um novo documento que também foi colocado em debate via Internet, em processo análogo à etapa anterior.

Após esta segunda consulta feita à comunidade acadêmica e profissional, os documentos referentes às diretrizes foram finalizados e novamente divulgados pelo ForGrad e pela SESu junto às instituições.

As propostas de diretrizes consolidadas pelas comissões de especialistas de ensino foram, por decisão da SESu, submetidas à apreciação de consultores *ad hoc* de notáveis especialistas em cada área.

A Secretaria de Educação Superior, SESu-MEC, coordenou o processo de elaboração das propostas de Diretrizes Curriculares pelas universidades brasileiras em articulação com o Fórum Nacional de Pró-Reitores de Graduação – ForGrad.

Diretrizes Curriculares

"As diretrizes curriculares já aprovadas no CNE encontram-se nos pareceres listados abaixo."

Curso/Área

Em exame no CNE

Aprovadas
Parecer CNE

Homologadas

Resolução

Administração

CES146/2002
09/5/2002

Agronomia

Arquivologia

CES 492/2001

04/7/2001

CES 20/2002

CES 1363/2001
25/01/2002

Arquitetura e Urbanismo

Artes Cênicas

CES146/2002

09/5/2002

Artes Visuais

Biblioteconomia

CES 492/2001

04/7/2001

CES 19/2002

CES 1363/2001
25/01/2002

Biomedicina

CES 104/2002

09/04/2002

Ciências Biológicas

CES 1301/2001

04/12/2001

CES 07/2002

Ciências Contábeis

CES146/2002

09/5/2002

Ciências Econômicas

CES146/2002

09/5/2002

Ciências Sociais

CES 492/2001

04/7/2001

CES 17/2002

CES 1363/2001

25/01/2002

Ciência da Computação

Comunicação Social

CES 492/2001

04/7/2001

CES 16/2002

CES 1363/2001

25/01/2002

Dança
CES146/2002
09/5/2002

Direito
CES146/2002
09/5/2002

Design
CES146/2002
09/5/2002

Economia Doméstica

Educação Física
CES 138/2002
25/4/2002

Enfermagem
CES 1133/2001
1º/10/2001
CES 03/2001

Engenharia
CES 1362/2001
22/02/2002
CES 11/2002

Engenharia Agrícola

Engenharia da Computação

Engenharia Florestal

Engenharia de Pesca

Estatística

Farmácia
CES 1300/2001
04/12/2001
CES 02/2002

Filosofia
CES 492/2001
04/7/2001

CES 12/2002

CES 1363/2001

25/01/2002

Física

CES 1304/2001

04/12/2001

CES 09/2002

Fisioterapia

CES 1210/2001

07/12/2001

CES 04/2002

Fonoaudiologia

CES 1210/2001

07/12/2001

CES 05/2002

Geografia

CES 492/2001

04/7/2001

CES 14/2002

CES 1363/2001

25/01/2002

História

CES 492/2001

04/7/2001

CES 13/2002

CES 1363/2001

25/01/2002

Hotelaria

CES146/2002

09/5/2002

Letras

CES 492/2001

04/7/2001

CES 18/2002

CES 1363/2001

25/01/2002

Licenciatura (formação de professores)

CP 9/2001

17/01/2002

CP 01/2002

CP 21/2001

000

CP 27/2001

17/01/2002

CP 28/2001

17/01/2002

Licenciatura em Computação

Matemática

CES 1302/2001

21/11/2001

Medicina

CES 1133/2001

1º/10/2001

CES 04/2001

Medicina Veterinária

CES 105/2002

09/4/2002

Meteorologia

Música

CES146/2002

09/5/2002

Museologia

CES 492/2001

04/7/2001

CES 21/2002

CES 1363/2001

25/01/2002

Nutrição

CES 1133/2001

1º/10/2001

CES 05/2001

Oceanografia e Geologia

Odontologia

CES 1300/2001

04/12/2001

CES 03/2002

Pedagogia

Psicologia

CES1314/2001

CES 72/2002

Química

CES 1303/2001

04/12/2001

CES 08/2002

Serviço Social

CES 492/2001

04/7/2001

CES 15/2002

CES 1363/2001

25/01/2002

Secretariado Executivo

CES146/2002

09/5/2002

Sistemas de Informação

Teatro

CES146/2002

09/5/2002

Terapia Ocupacional

CES 1210/2001

07/12/2001

CES 06/2002

Turismo

CES146/2002

09/5/2002

Zootecnia

CES 337/2004

11/11/2004

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

Data do acesso: 01/07/2005.

ANEXO II

DIRETRIZES CURRICULARES PARA A
ÁREA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - 2001

**CONSELHO NACIONAL DE EDUCAÇÃO
CÂMARA DE EDUCAÇÃO SUPERIOR**

RESOLUÇÃO CNE/CES 16, DE 13 DE MARÇO DE 2002.^(*)

Estabelece as Diretrizes Curriculares para a área de
Comunicação Social e suas habilitações.

O Presidente Câmara de Educação Superior, no uso de suas atribuições legais e tendo em vista o disposto na Lei 9.131, de 25 de novembro de 1995, e ainda o Parecer CNE/CES 492/2001, homologado pelo Senhor Ministro de Estado da Educação em 9 de julho de 2001, e o Parecer CNE/CES 1.363/2001, homologado em 25 de janeiro de 2002, resolve:

Art. 1º As Diretrizes Curriculares para a área de Comunicação Social e suas habilitações, integrantes dos Pareceres CNE/CES 492/2001 e 1.363/2001, deverão orientar a formulação do projeto pedagógico do referido curso.

Art. 2º O projeto pedagógico de formação profissional na área de Comunicação Social e suas habilitações deverá explicitar:

- a) o perfil comum e os perfis específicos por habilitação;
- b) as competências e habilidades gerais e específicas por habilitação a serem desenvolvidas, durante o período de formação;
- c) os conteúdos básicos relacionados à parte comum e às diferentes habilitações e os conteúdos específicos escolhidos pela instituição para organizar seu currículo pleno;
- d) as características dos estágios;
- e) as atividades complementares e respectiva carga horária;
- f) a estrutura do curso;
- g) as formas de acompanhamento e avaliação da formação ministrada.

Art. 3º A carga horária do curso de Comunicação Social e respectivas habilitações deverá obedecer ao determinado em Resolução própria que normatiza a oferta de cursos de bacharelado.

Art. 4º Esta Resolução entra em vigor na data de sua publicação, revogadas as disposições em contrário.

ARTHUR ROQUETE DE MACEDO
Presidente da Câmara de Educação Superior

Fonte: <http://portal.mec.gov.br/sesu/>
Data do acesso: 08/04/2005.

^(*) CNE. Resolução CNE/CES 16/2002. Diário Oficial da União, Brasília, 9 de abril de 2002. Seção 1, p. 34.

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
CONSELHO NACIONAL DE EDUCAÇÃO

INTERESSADO: Conselho Nacional de Educação/Câmara Superior de Educação		UF: DF
ASSUNTO: Retificação do Parecer CNE/CES 492/2001, que trata da aprovação das Diretrizes Curriculares Nacionais dos Cursos de Filosofia, História, Geografia, Serviço Social, Comunicação Social, Ciências Sociais, Letras, Biblioteconomia, Arquivologia e Museologia.		
RELATOR(A): Silke Weber		
PROCESSO(S) N.º(S): 23001.000126/2001-69		
PARECER N.º: CNE/CES 1363/2001	COLEGIADO: CES	APROVADO EM: 12/12/2001

I – RELATÓRIO E VOTO DO(A) RELATOR(A)

Com objetivo de cumprir o disposto no Inciso III do Art. 18 do Regimento Interno do Conselho Nacional de Educação, que estabelece ser a Resolução ato decorrente de Parecer, destinado a estabelecer normas a serem observadas pelos sistemas de ensino, a Câmara de Educação Superior formulou projeto de Resolução específico para as Diretrizes Curriculares de cada um dos cursos de graduação a serem por elas regidas.

Brasília(DF), 12 de dezembro de 2001.

Conselheiro(a) Silke Weber – Relator(a)

III – DECISÃO DA CÂMARA

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

Sala das Sessões, em 12 de dezembro de 2001.

Conselheiro Arthur Roquete de Macedo – Presidente

Conselheiro José Carlos Almeida da Silva – Vice-Presidente

PROJETO DE RESOLUÇÃO ...N.º... , DE... DE DE

Estabelece as Diretrizes Curriculares para a área de Comunicação Social e suas habilitações

O Presidente Câmara de Educação Superior, no uso de suas atribuições legais e tendo em vista o disposto na Lei 9.131, de 25 de novembro de 1995, e ainda o Parecer CNE/CES 492, de 3 de abril de 2001, homologado pelo Senhor Ministro de Estado da Educação em 9 de julho de 2001, e o Parecer CNE/CES 1.363/2001, homologado em.....

RESOLVE:

Art. 1º As diretrizes Curriculares para a área de Comunicação Social e as suas habilitações, integrantes do Parecer CNE/CES 492/2001 deverão orientar a formação do projeto pedagógico do referido curso.

Art. 2º O projeto pedagógico de formação profissional na área de Comunicação Social e suas habilitações deverá explicitar:

- h) o perfil comum e os perfis específicos por habilitação;
- i) as competências e habilidades gerais e específicas por habilitação a serem desenvolvidas, durante o período de formação;
- j) os conteúdos básicos relacionados à parte comum e às diferentes habilitações e os conteúdos específicos escolhidos pela instituição para organizar seu currículo pleno;
- k) as características dos estágios;
- l) as atividades complementares e respectiva carga horária;
- m) a estrutura do curso;
- n) as formas de acompanhamento e avaliação da formação ministrada.

Art. 3º A carga horária do curso de Comunicação Social e respectivas habilitações deverá obedecer ao determinado em Resolução própria que normatiza a oferta de cursos de bacharelado.

Art. 4º Esta Resolução entra em vigor na data de sua publicação, revogadas as disposições em contrário.

Presidente da Câmara de Educação Superior

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

Data do acesso: 08/04/2005.

Parecer CNE/CES 1.363/2001 – Homologado

Despacho do Ministro em 25/01/2002, Publicado no Diário Oficial da União de 29/1/2002, Seção 1, p.60.

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 A ÁREA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL E SUAS HABILITAÇÕES

Introdução

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

- 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 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 aos 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:

- 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.

Fonte: <http://www.mec.gov.Br/sesu/ftp/pareceres/49201fhgscclbam.doc>

Data do acesso: 08/04/2005.

Parecer CNE/CES 492/2001 – homologado

Despacho do Ministro em 04/07/2001, publicado no Diário Oficial da União de 09/07/2001, seção 1, p. 50

ANEXO III

PROJETOS PEDAGÓGICOS E GRADES CURRICULARES DOS CURSOS DE JORNALISMO,
PUBLICIDADE E PROPAGANDA E RELAÇÕES PÚBLICAS DA ESCOLA DE COMUNICAÇÃO E
ARTES DA UNIVERSIDADE DE
SÃO PAULO – ECA/USP

1. DO CURSO

1.1. *Bacharelado em Comunicação Social*

1.1.1. Habilitação em Jornalismo

1.1.2. Vagas existentes: 60 (sessenta)

1.1.3. Períodos: matutino e noturno

1.1.4. Duração: Mínima: 4 anos Máxima: 7 anos

1.2. *Natureza do Curso:*

1.2.1. Concepção

O Brasil está em busca de novos caminhos e enfrenta desafios para a modernização de sua infra-estrutura, estabilização política e econômica, justiça e inclusão social, além de engendrar caminhos que modernizem a democracia nacional. Essa procura passa necessariamente por uma política que torne a sociedade cônica de seus direitos e obrigações, elementos indispensáveis para a construção da cidadania, principalmente quando se observa a tendência de atribuir responsabilidades às comunidades locais e regionais. Essas responsabilidades incluem desde o planejamento regional até a aplicação de recursos públicos que possam atender às necessidades urbanas e rurais das micro-regiões administrativas. Em última instância, no Brasil se busca um tecido social que caminha para a valorização política, administrativa e econômica com fundamento nas características das comunidades e do espaço ambiente onde elas estão inseridas.

Não é por acaso que se fala em voto distrital, que renasçam as organizações de desenvolvimento de regiões com perfis geográficos próprios ou se criam associações reunindo comunidades com características similares.

Antecedendo essa nova textura social, os meios de comunicação se organizam regionalmente e serão a um só tempo alavanca que impulsionará o surgimento dessas comunidades, bem como o interstício para mantê-las unidas em seus propósitos e o porta-voz de suas histórias e reivindicações.

Entretanto, ao lado desse projeto comunitário, permanece o desejo e a prática de tornar perene a aldeia global e globalizada. Por esses motivos, os projetos de estruturas curriculares devem ser tão abrangentes quanto possível para permitir que o aluno tenha a opção de construir o seu próprio percurso profissional.

Nilson José Machado (2000, 15) referindo-se ao educador que se dedica ao planejamento educacional, reconhece que o projeto deve ser associado a “procedimentos que visem à implementação das ações em busca das metas antecipadas, bem como de provê-los de instrumentos de avaliação e trajetórias emergentes, em busca de novas metas”. Isto é, um projeto de estrutura acadêmica deve reconhecer a dinâmica da sociedade e do conhecimento, deixando aberturas para a incorporação dessas mutações. Machado recomenda ainda que “é preciso estabelecer metas intermediárias, articular objetivos parciais, eventualmente em certo encadeamento, conceber indicadores relativos ao cumprimento das metas”. O projeto que está sendo apresentado ao Departamento de Jornalismo e Editoração procura contemplar essas metas apontadas pelo autor, principalmente porque procura integrar os conteúdos a matérias que estão sendo estudadas por grupos de professores nos Núcleos de Estudo do Departamento.

A constatação de que alguns núcleos, pelos mais variados motivos, precisam ser reestruturados e carecem de injeção de mais componentes, não invalida o projeto. Os núcleos poderão ser restaurados com a incorporação de novos professores recém-contratados e, se necessário, com a reformulação de seus objetivos, finalidades e linhas de pesquisa. O importante é que professores e alunos de pós-graduação e graduação tenham um fórum permanente para discutir os fenômenos comunicacionais e incorporá-los ao conteúdo programático do curso quanto entenderem que tais conhecimentos têm maturidade científica para tanto.

Essa atitude pedagógica interacionista pode ser implementada tanto do ponto de vista do construtivismo de Piaget como do sociointeracionismo de Vigotsky e Wallon. Vera Maria Nigro de Souza Placco (2001, 48) a esse propósito afirma que “o homem tem, historicamente, estabelecido suas relações com o mundo físico, e explicada ainda a apropriação de experiências e conhecimentos dos e sobre outros homens, podemos refletir e tomar decisões sobre quais ações e a partir de que atitudes devemos trabalhar em nossas salas de aula, com nossos alunos: como podemos promover o provocar o processo de ensino e aprendizagem”. Esse comportamento docente, que reconhece as individualidades e, desta forma, as diferenças, é que vai ditar a relação professor/aluno nos projetos e na carreira que cada estudante pode trilhar dentro da grade curricular.

1.2.2. Expectativa em relação ao perfil dos jornalistas formados no curso

1.2.2.1. Conjunto de aptidões esperadas dos egressos

Não há como negar o papel da mídia como elemento imprescindível e natural, nos dias de hoje, para a formação da opinião pública e como fórum de discussão de temas que fundamentam, constroem e retificam a sociedade moderna.

As várias formas de atuação da mídia, cada uma a seu modo, exercem inegável atração sobre as pessoas e essa sedução transfere aos produtores das notícias o papel de serem os articuladores desse fórum responsável pela construção da cidadania. Portanto, a primeira aptidão a ser desenvolvida no aluno de jornalismo é o seu reconhecimento que, para ser jornalista, ele tem de incorporar o seu caráter de cidadão, com os mesmos direitos e obrigações daqueles que irão consumir a sua produção informativa.

Esse cidadão é privilegiado porque trabalha com a notícia, que, segundo Manuel Carlos Chaparro, é o produto mais abundante das relações humanas globalizadas. E essa conjunção de responsabilidade social e acesso ao produto notícia requer que o jornalista tenha clara a dimensão do interesse público que é subjacente à sua atuação como membro de uma comunidade.

A criação de uma agenda pautada pelo interesse público não é resultado de um conjunto de regras legislativas, mas, principalmente, de um processo de incorporação de valores sociais e comportamentais representados pela ética profissional, que está contida na ética do próprio cidadão.

Desta forma, a primeira preocupação da estrutura curricular proposta é permitir que os alunos e os professores tenham condições de erigir e praticar a consciência de alguns valores inerentes à sociedade moderna, democrática e justa.

Mas para praticar esses valores será necessário que o responsável pela apuração e depuração dos fatos jornalísticos, que são veiculados pela mídia, seja levado a internalizar conceitos e procedimentos adquiridos pela observação e prática da crítica do fazer jornalístico. O exercício consciente desse instrumento levará o futuro profissional a estar alerta sobre as mudanças sociais e tecnológicas que movimentam o mundo contemporâneo desde que faça parte de um ambiente que facilite a sua emancipação intelectual que lhe permita observar o mundo como uma entidade em contínua renovação. Essa emancipação deverá “convencer” o aluno sobre a necessidade de praticar alguma forma de educação continuada, isto é de persistente busca de atualização e reciclagem de conhecimentos.

Erguida sobre esses objetivos, a estrutura curricular poderá cumprir e até ampliar as metas constantes das Diretrizes Curriculares do campo da Comunicação em geral e do Jornalismo, em particular. E essa possibilidade é concreta porque tem a formação do homem como objetivo e a formação do profissional como finalidade.

1.2.2.2. O perfil do profissional subjacente na estrutura curricular deverá oferecer ao mercado jornalistas que:

1. tenham capacidade de criar, produzir, distribuir e receber informações nas várias mídias, usando linguagens adequadas e formas de captação e depuração condizentes com o meio;

2. possam fazer análise crítica das mídias e das práticas profissionais relacionando-as às realidades cultural, política e econômica da sociedade;

3. estejam aptos para, como preconiza o texto das Diretrizes, “refletir a variedade e mutabilidade de demandas sociais e profissionais da área, adequando-se à complexidade e velocidade do mundo contemporâneo”;

4. tenham visão integradora, mas que consigam reconhecer as partes integradas para entender o fenômeno comunicacional e as relações sociais decorrentes;

5. saibam utilizar as ferramentas de práticas jornalísticas ministradas no curso para construir produtos de bom nível estético;

6. sejam capazes de relacionar os conhecimentos teóricos para avaliar e re-organizar os produtos jornalísticos editados;

7. consigam decifrar e interpretar pesquisas, infografias, gráficos e mapas relacionados com os fatos jornalísticos;

8. entendam o alcance da veiculação de matérias e as conseqüências que elas podem acarretar aos atores dos fatos veiculados;

9. possam traduzir o senso comum na veiculação das notícias de forma a não causarem desequilíbrio ou comoção social;

10. respeitem preceitos políticos, religiosos, estéticos e morais de minorias sociais;

11. não usem os meios de comunicação como instrumento de manipulação e dominação;

12. sejam agentes da cidadania, que possam ser defensores intransigentes dos direitos e deveres do cidadão por serem indivíduos com reconhecida integridade profissional.

1.3. *Classes de problemas que estão capacitados a resolver*

A estrutura de um curso superior de jornalismo deve estar atrelada a algumas premissas básicas que dêem aos formandos a capacidade de enfrentar os desafios do mercado profissional. Essas premissas são basicamente de fundamentação lingüística porque ela é o principal instrumento da comunicação. As bases semânticas das palavras são importantes para que o profissional tenha conhecimento das mudanças e transladações sofridas pela significação das palavras no tempo e no espaço. A construção sintática do pensamento deve ir além da mera correlação gramatical das palavras. Ela deve estar preocupada com o discurso e as relações que ele tem com a história do momento do fato jornalístico. Longe de ser um estudo de gramática, a sintaxe deve ser entendida na acepção mais rica das ciências da linguagem. Os aspectos pragmáticos da linguagem devem ser estudados além das relações de uso das palavras pelos integrantes da sociedade onde as relações de comunicação acontecem.

Além dessa linguagem codificada, a estrutura deve contemplar, também, outras linguagens, talvez mais universais do que as línguas faladas e escritas, representadas pelas formas de comunicação não verbal que, não raro, são a porta de entrada que levam à mensagem escrita.

A concepção do curso visa a oferecer ao mercado profissional à sociedade, jornalistas capazes de:

- 1.3.1. registrar fatos jornalísticos, apurando, interpretando, editando e transformando-o em notícias e reportagens obedecendo aos princípios da ética profissional;
- 1.3.2. interpretar, explicar e contextualizar informações;
- 1.3.3. investigar informações, produzir texto e mensagens jornalísticas com clareza e correção e editá-los em espaço e período de tempo limitados tecnicamente;
- 1.3.4. formular pautas e planejar coberturas jornalísticas contextualizando os fatos jornalísticos;
- 1.3.5. formular questões e conduzir entrevistas levando em conta os interesses dos leitores e o respeito às fontes;
- 1.3.6. relacionar-se com fontes de informação de qualquer natureza, respeitando as minorias e as diversidades raciais e religiosas;
- 1.3.7. trabalhar em equipe com profissionais da área;
- 1.3.8. compreender e saber sistematizar e organizar os processos de produção jornalística;
- 1.3.9. desenvolver, planejar, propor, executar e avaliar projetos na área de comunicação jornalística;
- 1.3.10. avaliar criticamente produtos, práticas e empreendimentos jornalísticos;
- 1.3.11. compreender os processos envolvidos na recepção de mensagens jornalísticas e seus impactos sobre os diversos setores da sociedade;
- 1.3.12. buscar a verdade jornalística, com postura ética e compromisso com a cidadania;
- 1.3.13. dominar a língua nacional e as estruturas narrativas e expositivas aplicáveis às mensagens jornalísticas, abrangendo-se leitura, compreensão, interpretação e redação;
- 1.3.14. dominar as linguagens jornalísticas apropriadas aos diferentes meios e modalidades tecnológicas de comunicação.

1.4. *Objetivos Pedagógicos*

Com base nos pressupostos descritos e nas competências e habilidades que se pretende transmitir aos alunos do curso, a estrutura pedagógica da habilitação aponta para os seguintes objetivos educacionais:

- 1.4.1. Cognitivos: para oferecer aos alunos amplo conhecimento da cultura brasileira e regional e da enunciação científica extra, intra e interpares;
- 1.4.2. Afetivos: para desenvolver nos estudantes profundos princípios éticos e valorizar o respeito à profissão;
- 1.4.3. Psicomotores: objetivando dar condições para que os futuros jornalistas estejam sempre atualizados com as mais modernas técnicas de comunicação;
- 1.4.4. Empresariais: para ampliar no estudante o conhecimento das características das empresas regionais e sua extensão nos mercados internacionais globalizados;
- 1.4.5. Criatividade: despertando nos futuros profissionais o desejo de crescimento e investigação;
- 1.4.6. Comunicacionais: dar aos profissionais egressos do curso o domínio da língua pátria e conceitos seguros sobre a captação e disseminação dos fatos jornalísticos tanto do ponto de vista legal como das suas consequência junto aos receptores da comunicação.

2. FORMAÇÃO

Para atingir os objetivos pedagógicos e cumprir as finalidades a que se propõe a habilitação de Jornalismo, a estrutura curricular foi concebida com a combinação dos seguintes conceitos:

2.1. Natureza disciplinar

Por natureza das disciplinas o projeto faz a distinção entre quatro grandes grupos:

2.1.1. Disciplinas de Fundamentação, que visam a dar aos alunos um conjunto de saberes sobre os princípios comunicacionais e comportamentais;

2.1.2. Disciplinas profissionalizantes, organizadas de forma de constituir uma carreira para o aluno obter habilidade pela progressão e acumulação de técnicas de comunicação;

2.1.3. Disciplinas de linguagem correspondentes à matéria que reúne conhecimentos, práticas e análise da construção linguística;

2.1.4. Disciplinas optativas, relacionadas ao conjunto de saberes que serão indicados pelos alunos como valores agregados aos saberes adquiridos pela parte obrigatória da grade curricular.

A descrição cetera dos pressupostos pedagógicos desta estrutura disciplinar é objeto de capítulo próprio.

2.2 Taxionomia dos objetivos cognitivos.

Optou-se por classificar as disciplinas de acordo com a taxionomia de Bloom e ordená-las dentro do processo de aprendizado em grupos de prevalência de conteúdo como segue:

2.2.1. Conhecimento;

2.2.2. Compreensão;

2.2.3. Aplicação;

2.2.4. Análise;

2.2.5. Síntese;

2.2.6. Avaliação;

2.2.7. Comunicação.

Como no item anterior, haverá um capítulo que sintetizará a taxionomia das disciplinas que será obedecida na estrutura curricular e na confecção do conteúdo de cada uma delas.

2.3. Aprender por projetos

Outra marca pedagógica que está presente na organização do processo ensino-aprendizagem da habilitação de Jornalismo é o conceito de aprendizagem por projetos perenes. Isto significa, como pode ser constatado no item pertinente, que as disciplinas práticas e os laboratórios devem funcionar como uma escola-empresa, onde toda a produção seja conseqüente e esteja voltada para a construção de produtos também perenes. Por este conceito, todos os veículos laboratoriais, descritos em capítulo próprio, serão de pleno conhecimento dos alunos, que farão uma carreira na seqüência laboratorial que pressupõe a evolução de conhecimentos e funções, levando-os dos mais simples aos completos e dando-lhes uma visão do conjunto dos fazeres e funções profissionais.

2.4. Interdisciplinaridade

A comunicação é uma área interdisciplinar. A estrutura curricular de jornalismo privilegia essa conjunção de disciplinas afins, de tal forma que o aluno possa integrar os vários saberes para armar arcabouços teóricos e práticos que lhe serão úteis na profissão. A oferta de optativas isoladas ou seqüenciais visam a criação de vetores que propiciem ao estudante o atendimento de suas expectativas profissionais e se vale da vocação institucional de ofertar outros cursos e habilitações que carregam em suas estruturas, disciplinas que têm afinidade com a comunicação social.

2.5. Especialização

Outro marco a ser enfatizado na concepção curricular é o espaço destinado à especialização profissional. Existem dois espaços importantes que permitem ao estudante a escolha de seu futuro como especialista, se este for o seu desejo. O primeiro, Seminários de Atualidade Brasileira, poderá desvendar as áreas emergentes que necessitam de especialistas ou até mesmo, dependendo dos assuntos elencados, os nichos existentes na imprensa tradicional. O

segundo será o Trabalho de Conclusão de Curso, onde o aluno deverá revelar o seu aprendizado e criatividade, como corolário de sua vida acadêmica e seu desejo de profissionalização.

2.6. Lei de Diretrizes e Bases

A possibilidade de o aluno comprovar a sua proficiência em determinados saberes nas provas de início de semestre, sabiamente prevista pela nova LDB, permitirá ao estudante novos horários para que amplie e atenda o seu desejo de incorporar novos conhecimentos. Desta forma, as classes ficarão mais homogêneas e os professores terão condições de preparar aulas que possam atender grupos com níveis de entendimento e conhecimento semelhantes.

2.7. Visão totalizante

A existência de projetos com níveis crescentes de aplicação técnica e complexidade de realização permitirá que o aluno, desde o primeiro semestre, tenha condições de prever o seu percurso na carreira discente organizada para o seu aprendizado. Da mesma forma, como os projetos e disciplinas técnicas estão interconectados, os estudantes se sentirão participantes dos trabalhos práticos mais complexos, como jornais laboratório, jornal on-line etc.

2.8. Campos de atuação e mercado profissional

2.8.1. Generalista: em geral o aluno espera trabalhar na grande imprensa, quer seja ela impressa ou eletrônica. Para essa clientela o curso oferece amplas condições de formação e análise. O instrumental técnico planejado dará condições aos egressos de jornalismo fácil adaptação aos vários modelos organizacionais e projetos editoriais da grande imprensa.

2.8.2. Especializada: no campo da especialização o aluno encontrará na habilitação Jornalismo grande conjunto de saberes que o habilitarão ao mercado profissional de atividades específicas, como jornalista fotográfico, diagramador, repórter, editor etc, bem como de veículos especializados como jornal de empresa, assessoria de imprensa etc. Além dessa especialização profissional o aluno poderá atender aos seus anseios de conhecimento como se dedicar à cobertura científica, econômica, política etc.

2.9. Atividades Profissionais

Desta forma, os jornalistas formados pela ECA estarão aptos a desempenhar as mais diversas funções no campo profissional como servidores de empresas especializadas de atuação jornalística de instituições privadas ou públicas e até mesmo montar o seu próprio estabelecimento editorial, pois terá competência para planejar os mais diversos tipos de veículos jornalísticos, captar e redigir notícias, editar e diagramar matérias jornalísticas, conceber projetos editoriais e gráficos, administrar e contratar serviços de comunicação jornalística nos meios impressos, em emissoras de rádio, em emissoras de televisão e na internet.

2.10 Habilidades requeridas

Para que essas atividades sejam possíveis, o curso procurará despertar a criatividade como fator imprescindível para o exercício profissional; ampliará a sua visão de mundo, sem desprezar o microcosmo da comunidade em que vive; incorporará ao repertório de valores os princípios da ética profissional e exercitará a capacidade de análise do mundo globalizado. As disciplinas optativas, oferecidas pelo próprio corpo docente do curso e por outras unidades permitirão que o aluno consiga estar atualizado com o seu tempo.

Jornalismo – Currículo - diurno **Disciplinas Obrigatórias**

- 1º Semestre
- CJE0497 Lógica e Práticas Discursivas Jornalísticas

O curso, de caráter eminentemente prático, tem por objetivo evidenciar na prática jornalística (discursos) os procedimentos lógicos determinantes de sua organização. Situa-se em continuidade das disciplinas de Ciências da Linguagem estabelecendo a relação entre a linguagem e seu fazer.

- CJE0502 Legislação e Deontologia do Jornalismo
Familiarizar os alunos com elementos da filosofia do Direito, com a natureza, classificação e hierarquia das normas jurídicas e com a tradição brasileira. permitir a compreensão da Legislação em geral, o conhecimento da Constituição Federal e a apreensão do significado das leis relativas à informação e à comunicação.
- CJE0508 Teoria da Comunicação
Apresentação e discussão dos processos de comunicação através de suas vertentes teóricas mais recentes, levando em consideração os eventuais desenvolvimentos das tecnologias de comunicação.
- CJE0510 Fundamentos Teóricos da História
Visão da História enquanto processo de construção da realidade e como processo de produção de conhecimentos cientificamente organizados.
- CJE0518 Pensamento Filosófico
Fornecer aos alunos de Jornalismo e Editoração o quadro histórico das principais correntes do pensamento filosófico que influenciaram nossa contemporaneidade, com ênfase nas reflexões sobre o conhecimento e a percepção.
- CJE0522 Técnicas Gráficas em Jornalismo
Dar ao aluno noções fundamentais das técnicas gráficas disponíveis no mercado e introduzi-lo nas técnicas de diagramação e editoração eletrônica.
- CJE0585 Ciências da Linguagem – Fundamentos das Práticas Midiáticas I
O curso tem por objetivo a apresentação do domínio aberto à investigação científica pela intersecção da teoria lingüística, antropologia e psicanálise, visando o desenvolvimento de um referencial necessário aos estudos da comunicação (jornalismo) a partir do conhecimento do sistema da língua e de seu funcionamento em várias situações dadas, enfatizando-se o domínio profissional do jornalismo.
- CJE0587 Laboratório de Iniciação ao Jornalismo
Iniciar os estudantes ingressantes no domínio das técnicas e dos conceitos do jornalismo, utilizando como espaço laboratorial o jornal "Notícias do Jardim São Remo", de edição quinzenal, distribuído na comunidade do Jardim São Remo; propiciar reflexões e debates sobre as razões éticas das ações jornalísticas; desenvolver nos estudantes virtudes profissionais como: senso de responsabilidade; sendo se crítica e auto-crítica; respeito às fontes e aos leitores; rigor ético nas decisões; rigor técnico nos procedimentos e criatividade na expressão verbal, não-verbal e para-verbal das mensagens.
 - 2º Semestre
- CJE0506 Fundamentos de Economia
Proporcionar aos estudantes de jornalismo e editoração conhecimentos de Economia para o desempenho de suas futuras atividades profissionais.
- CJE0517 História das Doutrinas Políticas
Fornecer aos alunos de Jornalismo e de Editoração a evolução histórica das principais doutrinas políticas, com ênfase nas reflexões sobre cidadania e opinião pública.
- CJE0559 Sociologia da Era Virtual
A Sociologia na Era Virtual pretende discutir os atuais desenvolvimentos das tecnologias de comunicação e informação, considerando transformações provocadas pelo virtual, o numérico, o recombinante e o sistêmico no âmbito das sociedades, das culturas, do pensamento e da ação. Ela coloca-se como disciplina de renovação dos equipamentos teóricos e de conhecimento voltados para dar ao aluno uma radiografia abrangente dos processos sócio-tecnológicos atuais e tendências futuras. Preocupa-se, por fim, em recompor seu instrumental analítico e crítico, propiciando, mais além, bases para a ponderação ético-moral das novas práticas da cibercultura.
- CJE0586 Ciências da Linguagem – Fundamentos das Práticas Midiáticas II
O curso objetiva o conhecimento das narrativas e dos discursos jornalísticos retomando os estudos iniciados na disciplina "Ciências da Linguagem: fundamentos das práticas midiáticas I (jornalismo)". O desenvolvimento proposto tem em vista o ato jornalístico tal como se verifica na contemporaneidade.

- CJE0600 Jornalismo no Rádio e na TV
Discutir o papel político e social desempenhado pelo rádio e pela televisão na sociedade brasileira contemporânea. Analisar a evolução histórica desses meios de comunicação no Brasil e sua relação com o Estado e a sociedade civil. Comparar criticamente o modelo institucional de rádio e televisão adotado no país com aqueles desenvolvidos no exterior. Permitir uma melhor compreensão do modelo brasileiro e do jornalismo eletrônico como mercado de trabalho.
- CJE0615 Ética
O curso tem por objetivo introduzir os alunos aos princípios da ética, demonstrando a sua universalidade e a impossibilidade de fragmentá-la em regiões particulares.
 - 3º Semestre
- CJE0432 Gerenciamento de Empresas Jornalísticas
Proporcionar aos alunos um conjunto de conhecimentos que os capacite a atuar como profissionais em empresas jornalísticas, instrumentalizando-os para a compreensão e por vezes o desempenho de funções/atividades nas quais o gerenciamento é parte inerente do fazer jornalístico.
- CJE0469 História do Jornalismo I (geral)
Mostra a ação do jornalista na história, ressaltando as mutações do jornalismo, num processo em que o trabalho jornalístico aparece vinculado às transformações materiais e ideológicas da sociedade capitalista. Analisar os condicionamentos enfrentados pelos jornalistas e as opções adotadas por eles nas diversas conjunturas a partir da invenção da imprensa. Explicar as condições estruturais da produção jornalística, relacionando o presente ao passado, destacando-se o trabalho dos jornalistas.
- CJE0589 Elementos de Fotojornalismo
Oferecer aos estudantes de jornalismo, elementos de reflexão, de visualização e prático da linguagem fotojornalística.
- CJE0590 Laboratório de Jornalismo Impresso I
Desenvolver nos alunos a habilidade prática e crítica para tarefas jornalísticas em agências noticiosas e outros meios impressos, promover o exercício da reflexão crítica a partir da prática jornalística.
 - 4º Semestre
- CJE0442 História do Jornalismo II (Brasil)
Mostrar a ação do jornalista na história brasileira. Analisar os condicionamentos impostos à atividade jornalística, vista enquanto parte de um processo de mudanças e permanências das estruturas econômicas, políticas e sociais do país. Avaliar as opções adotadas pelos jornalistas na diversas conjunturas históricas.
- CJE0563 Conceitos e Gêneros do Jornalismo
Proporcionar um aprofundamento no estudo e na compreensão do jornalismo, enquanto discurso com características particulares; conceituar e discutir os gêneros desse discurso, a partir de uma visão pragmática; exercitar técnicas de estruturação das várias espécies de textos jornalísticos.
- CJE0602 Laboratório de Jornalismo Impresso II
Desenvolver nos alunos a habilidade prática para tarefas de edição e produção de jornal impresso.
 - 5º Semestre
- CJE0524 Laboratório de Jornalismo Impresso III
Proporcionar aos alunos atividades práticas de pautas, reportagens, cobertura de noticiário e matérias analíticas sobre temas diversos do jornalismo diário. Reflexões sobre o fazer jornalístico e avaliação das matérias e da edição jornalística. O instrumento básico do fazer e da prática jornalística será o Jornal Laboratório, de preferência semanal ou, no mínimo, quinzenal.
- CJE0526 Telejornalismo
O Curso visa revelar as particularidades do jornalismo televisado. Propõe também, aprofundar os conceitos sobre as possibilidades de expressão da linguagem cinética jornalística, suas formas de comunicação e métodos de produção. O objetivo é de ainda proporcionar experiência concreta na realização de reportagens, edições e apresentações de telejornais no circuito interno de TV do Departamento.

- CJE0597 Especialização em Jornalismo: Livro-Reportagem
Sensibilizar no produtor de sentidos da atualidade para a leitura cultural, profunda e sutil, das situações imediatas que comparecem à pauta jornalística, estimular a racionalidade analítica no sentido da competência sistematizadora das informações e sobretudo no sentido da capacidade de armar os nexos de tempo e espaço do fato jornalístico, desenvolver estratégias de reportagem tanto no domínio da observação e observação participante, quanto no domínio das formas de pesquisa dos antecedentes da pauta, quanto no Domínio das formas dialógicas com os protagonistas da ação social, motivar uma oficina permanente de construção de estilo capaz de dar conta do relato humanizado da atualidade.
- CJE0603 Radiojornalismo
A disciplina tem como finalidade estudar e avaliar as manifestações jornalísticas no rádio, preparando os alunos para a utilização das técnicas de elaboração de programas jornalísticos, desenvolvendo o conhecimento das potencialidades do meio, aliado ao estudo crítico do jornalismo praticado no rádio atual.
 - 6º Semestre
- CJE0532 Projetos em Rádio
Os alunos deverão produzir programas experimentando diferentes formatos do radiojornalismo. A disciplina tem como objetivo fornecer ao aluno a oportunidade de produzir programas que possam ser veiculados visando a desenvolver maior conhecimento e domínio das especificidades do meio radiofônico como divulgador de notícias.
- CJE0533 Projetos em Televisão
O curso tem como objetivo proporcionar ao aluno a oportunidade de se desenvolver no domínio das técnicas de Telejornalismo e de assimilar conceitos modernos da disciplina, tendo em vista as especificidades do veículo (Televisão) e sua importância nos processos difusores de notícias. Os alunos devem produzir reportagens e programas de Telejornalismo, com notícias sobre as atividades da Universidade de São Paulo e seus centros de pesquisa.
- CJE0599 Jornalismo Online – Paradigmas e Conteúdos
Proporcionar aos alunos do curso de jornalismo conhecimentos teóricos e práticos sobre a mídia Internet. Mapear sua inserção com conteúdos informativos e as oportunidades de trabalho para jornalistas nos sites portais da rede mundial de computadores.
 - 7º Semestre
- CJE0601 Laboratório de Jornalismo Impresso – Revista
A disciplina pretende consolidar a capacitação do aluno para o uso das linguagens mais sofisticadas do Jornalismo impresso, com particular valorização das exigências técnicas, estéticas, éticas e intelectuais das atividades de edição, redação e criação visual, tendo como instrumento laboratorial uma revista.
- CJE0604 Documentários em Vídeo
Realizar programas jornalísticos em vídeo, a partir de roteiros discutidos e elaborados em grupo.
 - 8º Semestre
- CJE0411 Projeto Experimental em Jornalismo
Dar ao aluno oportunidade para realizar trabalho de conclusão de curso, teórico ou prático, ligado ao seu campo de interesse de especialização, sob a orientação de professores, dentro de uma das áreas de pesquisa do Departamento.

Departamento de Jornalismo e Editoração

Jornalismo – Currículo - Noturno Disciplinas Obrigatórias

- 1º Semestre
- CJE0497 Lógica e Práticas Discursivas Jornalísticas

O curso, de caráter eminentemente prático, tem por objetivo evidenciar na prática jornalística (discursos) os procedimentos lógicos determinantes de sua organização. Situa-se em continuidade das disciplinas de Ciências da Linguagem estabelecendo a relação entre a linguagem e seu fazer.

- CJE0502 Legislação e Deontologia do Jornalismo
Familiarizar os alunos com elementos da filosofia do Direito, com a natureza, classificação e hierarquia das normas jurídicas e com a tradição brasileira. permitir a compreensão da Legislação em geral, o conhecimento da Constituição Federal e a apreensão do significado das leis relativas à informação e à comunicação.
- CJE0510 Fundamentos Teóricos da História
Visão da História enquanto processo de construção da realidade e como processo de produção de conhecimentos cientificamente organizados.
- CJE0518 Pensamento Filosófico
Fornecer aos alunos de Jornalismo e Editoração o quadro histórico das principais correntes do pensamento filosófico que influenciaram nossa contemporaneidade, com ênfase nas reflexões sobre o conhecimento e a percepção.
- CJE0585 Ciências da Linguagem – Fundamentos das Práticas Midiáticas I
O curso tem por objetivo a apresentação do domínio aberto à investigação científica pela intersecção da teoria lingüística, antropologia e psicanálise, visando o desenvolvimento de um referencial necessário aos estudos da comunicação (jornalismo) a partir do conhecimento do sistema da língua e de seu funcionamento em várias situações dadas, enfatizando-se o domínio profissional do jornalismo.
- CJE0600 Jornalismo no Rádio e na TV
Discutir o papel político e social desempenhado pelo rádio e pela televisão na sociedade brasileira contemporânea. Analisar a evolução histórica desses meios de comunicação no Brasil e sua relação com o Estado e a sociedade civil. Comparar criticamente o modelo institucional de rádio e televisão adotado no país com aqueles desenvolvidos no exterior. Permitir uma melhor compreensão do modelo brasileiro e do jornalismo eletrônico como mercado de trabalho.

- 2º Semestre

- CJE0517 História das Doutrinas Políticas
Fornecer aos alunos de Jornalismo e de Editoração a evolução histórica das principais doutrinas políticas, com ênfase nas reflexões sobre cidadania e opinião pública.
- CJE0522 Técnicas Gráficas em Jornalismo
Dar ao aluno noções fundamentais das técnicas gráficas disponíveis no mercado e introduzi-lo nas técnicas de diagramação e editoração eletrônica.
- CJE0559 Sociologia da Era Virtual
A Sociologia na Era Virtual pretende discutir os atuais desenvolvimentos das tecnologias de comunicação e informação, considerando transformações provocadas pelo virtual, o numérico, o recombinante e o sistêmico no âmbito das sociedades, das culturas, do pensamento e da ação. Ela coloca-se como disciplina de renovação dos equipamentos teóricos e de conhecimento voltados para dar ao aluno uma radiografia abrangente dos processos sócio-tecnológicos atuais e tendências futuras. Preocupa-se, por fim, em recompor seu instrumental analítico e crítico, propiciando, mais além, bases para a ponderação ético-moral das novas práticas da cibercultura.
- CJE0586 Ciências da Linguagem – Fundamentos das Práticas Midiáticas II
O curso objetiva o conhecimento das narrativas e dos discursos jornalísticos retomando os estudos iniciados na disciplina "Ciências da Linguagem: fundamentos das práticas midiáticas I (jornalismo)". O desenvolvimento proposto tem em vista o ato jornalístico tal como se verifica na contemporaneidade.
- CJE0587 Laboratório de Iniciação ao Jornalismo
Iniciar os estudantes ingressantes no domínio das técnicas e dos conceitos do jornalismo, utilizando como espaço laboratorial o jornal "Notícias do Jardim São Remo", de edição quinzenal, distribuído na comunidade do Jardim São Remo; propiciar reflexões e debates sobre as razões éticas das ações jornalísticas; desenvolver nos estudantes virtudes profissionais como: senso de responsabilidade; sendo se crítica e auto-crítica; respeito às fontes e aos leitores; rigor ético nas decisões; rigor técnico nos procedimentos e criatividade na expressão verbal, não-verbal e para-verbal das mensagens.

- CJE0615 Ética
O curso tem por objetivo introduzir os alunos aos princípios da ética, demonstrando a sua universalidade e a impossibilidade de fragmentá-la em regiões particulares.
 - 3º Semestre
- CJE0469 História do Jornalismo I (geral)
Mostra a ação do jornalista na história, ressaltando as mutações do jornalismo, num processo em que o trabalho jornalístico aparece vinculado às transformações materiais e ideológicas da sociedade capitalista. Analisar os condicionamentos enfrentados pelos jornalistas e as opções adotadas por eles nas diversas conjunturas a partir da invenção da imprensa. Explicar as condições estruturais da produção jornalística, relacionando o presente ao passado, destacando-se o trabalho dos jornalistas.
- CJE0506 Fundamentos de Economia
Proporcionar aos estudantes de jornalismo e editoração conhecimentos de Economia para o desempenho de suas futuras atividades profissionais.
- CJE0508 Teoria da Comunicação
Apresentação e discussão dos processos de comunicação através de suas vertentes teóricas mais recentes, levando em consideração os eventuais desenvolvimentos das tecnologias de comunicação.
- CJE0563 Conceitos e Gêneros do Jornalismo
Proporcionar um aprofundamento no estudo e na compreensão do jornalismo, enquanto discurso com características particulares; conceituar e discutir os gêneros desse discurso, a partir de uma visão pragmática; exercitar técnicas de estruturação das várias espécies de textos jornalísticos.
 - 4º Semestre
- CJE0432 Gerenciamento de Empresas Jornalísticas
Proporcionar aos alunos um conjunto de conhecimentos que os capacite a atuar como profissionais em empresas jornalísticas, instrumentalizando-os para a compreensão e por vezes o desempenho de funções/atividades nas quais o gerenciamento é parte inerente do fazer jornalístico.
- CJE0442 História do Jornalismo II (Brasil)
Mostrar a ação do jornalista na história brasileira. Analisar os condicionamentos impostos à atividade jornalística, vista enquanto parte de um processo de mudanças e permanências das estruturas econômicas, políticas e sociais do país. Avaliar as opções adotadas pelos jornalistas na diversas conjunturas históricas.
- CJE0589 Elementos de Fotojornalismo
Oferecer aos estudantes de jornalismo, elementos de reflexão, de visualização e prático da linguagem fotojornalística.
- CJE0590 Laboratório de Jornalismo Impresso I
Desenvolver nos alunos a habilidade prática e crítica para tarefas jornalísticas em agências noticiosas e outros meios impressos, promover o exercício da reflexão crítica a partir da prática jornalística.
 - 5º Semestre
- CJE0602 Laboratório de Jornalismo Impresso II
Desenvolver nos alunos a habilidade prática para tarefas de edição e produção de jornal impresso.
 - 6º Semestre
- CJE0524 Laboratório de Jornalismo Impresso III
Proporcionar aos alunos atividades práticas de pautas, reportagens, cobertura de noticiário e matérias analíticas sobre temas diversos do jornalismo diário. Reflexões sobre o fazer jornalístico e avaliação das matérias e da edição jornalística. O instrumento básico do fazer e da prática jornalística será o Jornal Laboratório, de preferência semanal ou, no mínimo, quinzenal.
- CJE0526 Telejornalismo
O Curso visa revelar as particularidades do jornalismo televisado. Propõe também, aprofundar os conceitos sobre as possibilidades de expressão da linguagem cinética jornalística, suas formas de comunicação e

métodos de produção. O objetivo é de ainda proporcionar experiência concreta na realização de reportagens, edições e apresentações de telejornais no circuito interno de TV do Departamento.

- CJE0603 Radiojornalismo

A disciplina tem como finalidade estudar e avaliar as manifestações jornalísticas no rádio, preparando os alunos para a utilização das técnicas de elaboração de programas jornalísticos, desenvolvendo o conhecimento das potencialidades do meio, aliado ao estudo crítico do jornalismo praticado no rádio atual.

- 7º Semestre

- CJE0532 Projetos em Rádio

Os alunos deverão produzir programas experimentando diferentes formatos do radiojornalismo. A disciplina tem como objetivo fornecer ao aluno a oportunidade de produzir programas que possam ser veiculados visando a desenvolver maior conhecimento e domínio das especificidades do meio radiofônico como divulgador de notícias.

- CJE0533 Projetos em Televisão

O curso tem como objetivo proporcionar ao aluno a oportunidade de se desenvolver no domínio das técnicas de Telejornalismo e de assimilar conceitos modernos da disciplina, tendo em vista as especificidades do veículo (Televisão) e sua importância nos processos difusores de notícias. Os alunos devem produzir reportagens e programas de Telejornalismo, com notícias sobre as atividades da Universidade de São Paulo e seus centros de pesquisa.

- CJE0599 Jornalismo Online – Paradigmas e Conteúdos

Proporcionar aos alunos do curso de jornalismo conhecimentos teóricos e práticos sobre a mídia Internet. Mapear sua inserção com conteúdos informativos e as oportunidades de trabalho para jornalistas nos sites portais da rede mundial de computadores.

- 8º Semestre

- CJE0597 Especialização em Jornalismo: Livro-Reportagem

Sensibilizar no produtor de sentidos da atualidade para a leitura cultural, profunda e sutil, das situações imediatas que compõem a pauta jornalística, estimular a racionalidade analítica no sentido da competência sistematizadora das informações e sobretudo no sentido da capacidade de armar os nexos de tempo e espaço do fato jornalístico, desenvolver estratégias de reportagem tanto no domínio da observação e observação participante, quanto no domínio das formas de pesquisa dos antecedentes da pauta, quanto no Domínio das formas dialógicas com os protagonistas da ação social, motivar uma oficina permanente de construção de estilo capaz de dar conta do relato humanizado da atualidade.

- CJE0601 Laboratório de Jornalismo Impresso – Revista

A disciplina pretende consolidar a capacitação do aluno para o uso das linguagens mais sofisticadas do Jornalismo impresso, com particular valorização das exigências técnicas, estéticas, éticas e intelectuais das atividades de edição, redação e criação visual, tendo como instrumento laboratorial uma revista.

- CJE0604 Documentários em Vídeo

Realizar programas jornalísticos em vídeo, a partir de roteiros discutidos e elaborados em grupo.

- 9º Semestre

- CJE0411 Projeto Experimental em Jornalismo

Dar ao aluno oportunidade para realizar trabalho de conclusão de curso, teórico ou prático, ligado ao seu campo de interesse de especialização, sob a orientação de professores, dentro de uma das áreas de pesquisa do Departamento.

Departamento de Jornalismo e Editoração

Projeto Pedagógico:

HABILITAÇÃO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA

De modo geral, o curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda propõe-se atender a dois objetivos básicos: habilitar os estudantes para a inserção no mercado de trabalho (agências de propaganda; departamentos de comunicação ou de marketing de empresas anunciantes; agências de promoção e de merchandising, produtoras, fornecedores...) e para a iniciação científica (pesquisa e administração da informação).

Em relação ao primeiro objetivo (inserção no mercado profissional), esperamos que os alunos desenvolvam habilidades e competências relativas às três fases do processo comunicativo (gestão, produção e difusão da comunicação), a saber :

a) Gestão da comunicação

- Levantar informações; organizá-las e fazer um diagnóstico de problemas e oportunidades de comunicação para o anunciante;

- estabelecer e/ou implementar políticas e estratégias de comunicação mercadológica, mediante a utilização de planejamento estratégico e táticas de operação;

- avaliar necessidade e recomendar a realização de pesquisas que subsidiem as decisões estratégicas;

- conceber meios de avaliar e corrigir resultados de programas estabelecidos.

b) Produção da Comunicação

- Criar e/ou avaliar a criação de campanhas e de peças promocionais, entendendo-se por "criação", os aspectos relativos à redação, à direção de arte e à produção gráfica, eletrônica e digital das mesmas;

- distinguir as diferenças de linguagem próprias de cada meio (TV, internet, rádio, mídia exterior, revista, jornal...) e de cada ferramenta de comunicação promocional (publicidade, promoção de vendas, merchandising, venda pessoal);

- saber contratar e acompanhar serviços de fornecedores e de produtores especializados.

c) Difusão da comunicação

- Definir estratégias de mídia segundo pesquisas e tecnologias próprias da atividade;

- Executar e/ou orientar o planejamento de mídia, incluindo análise de pesquisas, seleção de veículos, programação e controle de veiculação;

- Identificar e avaliar o comportamento consumidor em relação às mensagens veiculadas pela mídia.

- identificar a responsabilidade social da profissão, compreendendo e assegurando o aperfeiçoamento da ética dentro do exercício da profissão.

Em relação ao segundo objetivo (iniciação científica), pretendemos que os estudantes adquiram e pratiquem, ao longo do curso, a metodologia do trabalho científico, para a investigação de novos problemas ou para a sistematização de conhecimentos assimilados. Para tanto, destacamos as seguintes competências:

- assimilar criticamente os conceitos que permitam a apreensão de teorias;
- aplicar os conceitos e teorias em análises críticas da realidade;
- posicionar-se segundo pontos de vista ético - políticos;
- refletir sobre as práticas profissionais no campo da Comunicação;
- desenvolver habilidades no uso da língua portuguesa para expressão e interpretação de textos gerais e especializados na área de atuação profissional.

2- Mercado de trabalho alvo

O principal mercado de trabalho para os formados na habilitação Publicidade e Propaganda são as agências de propaganda / publicidade, empresas especializadas na técnica e na arte da comunicação persuasiva e estruturadas em departamentos com funções específicas (atendimento, planejamento, criação, produção, mídia). Segundo dados do Anuário Brasileiro de Propaganda, editado pela M&M em 1999, o país conta com cerca de 2000 agências catalogadas, das quais 30%, aproximadamente, situam-se na cidade de São Paulo.

Além de atuar em agências, o profissional de Publicidade e Propaganda pode também trabalhar em empresas ou instituições anunciantes, em algum nível de sua estrutura operacional destinada a planejar, coordenar e supervisionar o trabalho realizado pela agência contratada. Dependendo do tamanho e da complexidade da empresa anunciante, o profissional de propaganda pode desempenhar funções de supervisor, gerente, chefe, encarregado ou auxiliar de propaganda.

Junto aos veículos de comunicação (emissoras de TV, estações de rádio, empresas jornalísticas off-line e on-line, empresas especializadas em mídia exterior, etc.) o profissional pode trabalhar como um corretor de espaço e de tempo, estabelecendo o contato entre o veículo e a agência contratante e auxiliando esta última a rentabilizar a verba do cliente - anunciante.

São bem variadas, igualmente, as possibilidades de empregabilidade em fornecedores e em produtoras - empresas especializadas na produção de peças de propaganda (anúncios, cartazes, filmes publicitários, fonogramas, sites e home-pages etc.). Neste caso, os profissionais precisam ter, além da formação genérica do ensino superior, algum treinamento adicional na habilidade específica requerida.

Merecem, também, destaque como mercado de trabalho em expansão, agências e empresas que desenvolvem atividades de comunicação integrada à publicidade, tais como as agências de promoção de vendas, de merchandising e embalagem; as empresas de marketing direto, de marketing de incentivo, de telemarketing; os institutos de pesquisa de mercado e os estúdios de design.

Além disso, os formados podem exercer o magistério em cursos técnicos e superiores da área.

3- Papel do profissional na sociedade

As principais tarefas da publicidade / propaganda são a divulgação e promoção das empresas e das marcas que a patrocinam, com os objetivos de criar, expandir, consolidar e manter mercados.

Pela divulgação de uma marca, as características de ofertas tornam-se conhecidas; os mercados são

movimentados; hábitos de consumo são desenvolvidos e a economia pode ser mantida em níveis aceitáveis ou crescentes de produtividade.

A publicidade movimenta bilhões de reais por ano, facilitando as trocas comerciais entre a oferta e a demanda e gerando negócios e empregos em muitos setores da sociedade. Tecnicamente, ela é um dos quatro elementos controláveis do sistema mercadológico, mais conhecido como marketing mix (produto, preço, praça e promoção). Ela é a responsável pela ativação simbólica do mercado. Em sua essência, a propaganda é promoção por mídia de massa e, dessa forma, é a maior força de venda do capitalismo e o meio mais eficiente de mandar informação ao mercado.

Durante muitos anos, a publicidade foi criticada por "criar necessidades ou induzir as pessoas a comprarem o que não querem", como se elas fossem destituídas da capacidade de pensar autonomamente e de exercer o seu livre-arbítrio. Após um pouco mais de 50 anos convivendo com a atividade, seus críticos reconhecem que ela faz parte de um sistema mais amplo de influências e que sua energia motivadora se manifesta em uma dimensão muito mais cultural que psicológica.

Apesar de prós e contras, a publicidade exercida dentro dos limites estabelecidos pelo código de ética e pelos padrões de auto - regulamentação profissional, exerce papel relevante na economia e cultura da nossa sociedade.

4- Parâmetros pedagógicos e organização curricular

Três parâmetros pedagógicos caracterizam os diversos cursos/ habilitações ministrados na ECA, entre os quais se situa o curso de Comunicação Social, habilitação em Publicidade e Propaganda. São eles:

a) a ECA é uma escola de vocação acadêmico - profissionalizante - As suas diversas estruturas curriculares apresentam dois tipos essenciais de formação (a crítico - acadêmica e a técnico-profissionalizante) que não são excludentes, mas que ora enfatizam o saber acadêmico, ora o saber-fazer profissional.

Esse duplo caráter está presente na habilitação Publicidade e Propaganda que, de modo ambivalente, busca capacitar os alunos para o desempenho técnico de funções típicas do mercado de trabalho representado pelas agências de propaganda, ao mesmo tempo que objetiva a reflexão crítica sobre a profissão e seu papel na sociedade.

b) A formação na ECA tem um caráter teórico-prático - Como decorrência do parâmetro anterior, as disciplinas existentes na Escola são combinações, em doses variadas, de reflexão crítica e de fazer técnico.

Na estrutura curricular de Publicidade e Propaganda, tanto as disciplinas de natureza teórica quanto as de natureza técnica ou laboratorial, buscam atingir seus objetivos de ensino por meio de ações didáticas mistas, ou seja, por meio de uma interação entre prática e teoria.

c) As estruturas curriculares combinam os princípios da formação com os da auto - formação - A obrigatoriedade de se cumprir um certo número de créditos em disciplinas previamente definidas e outro tanto em disciplinas optativas, que o aluno elege para complementar ou aprofundar conhecimentos em campos do seu próprio interesse, tem sido uma prática adotada pela maioria dos cursos oferecidos pela Escola, a partir, sobretudo, de 1993.

Na habilitação em Publicidade e Propaganda, esta prática tem sido oportuna pois não existe um perfil profissional único que caracterize a figura polivalente do publicitário. Dessa forma, as disciplinas

optativas (20 créditos) permitem que o aluno tenha a possibilidade de complementar conhecimentos ou aperfeiçoar habilidades em outros Departamentos da Escola ou em outras Unidades da Universidade.

Podemos ainda acrescentar, como uma particularidade do curso, o atendimento personalizado aos alunos, pois as turmas são pequenas (25 a 30 alunos regulares por semestre), o que permite uma relação aluno - professor muito próxima e interativa.

Guardando ainda influência do currículo mínimo determinado pela Resolução nº 2 / 84 do MEC, a estrutura curricular de Publicidade e Propaganda em vigor no ano 2000 apresenta, em sua composição, disciplinas teóricas de formação humanista distribuídas, principalmente, nos quatro primeiros semestres do curso e disciplinas teóricas, técnicas e laboratoriais mais específicas da formação profissionalizante, distribuídas ao longo de todos os oito semestres, com ênfase nos quatro últimos semestres do curso.

No eixo de formação crítico - acadêmica, a estrutura curricular de Publicidade e Propaganda inclui matérias naturais de outros campos de conhecimento como: língua portuguesa, economia, sociologia, ética, legislação, política, psicologia e ideologia, mas abordadas sob o enfoque da comunicação. Neste eixo pode-se, também, incluir o TCC- Trabalho de Conclusão de Curso (monografia individual) que tem por objetivo o incentivo à pesquisa acadêmica ou à revisão crítica de algum "fazer" próprio da prática profissional.

No eixo da formação técnico - profissional, o currículo de Publicidade e Propaganda apresenta matérias específicas das três fases do processo comunicativo (gestão, produção e difusão), a saber:

- a) gestão da comunicação - inclui matérias que tratam da conceituação básica das atividades mercadológica e publicitária e sua abordagem estratégica por meio da administração aplicada, do planejamento e da pesquisa;
- b) produção da comunicação - apresentando o maior número de disciplinas, abrange os conteúdos que tratam da criação e produção publicitárias, como: fotografia; produção em rádio, TV e cinema; redação e arte publicitárias; promoção de vendas; programação visual e projetos experimentais;
- c) difusão da comunicação - compreende matérias como mídia e comportamento consumidor, que tratam da veiculação e recepção das mensagens publicitárias.

Os quadros abaixo mostram a distribuição das disciplinas do currículo de Publicidade e Propaganda (ano 2000) pelos dois eixos pedagógicos:

FORMAÇÃO CRÍTICO - ACADÊMICA

Princípios de Economia aplicados à Comunicação

Fundamentos de Sociologia Geral e da Comunicação

Teoria da Comunicação

Realidade Sócio - econômica e Política Brasileira

Teoria e Método da Pesquisa em Comunicação

Psicologia da Comunicação

Propaganda Ideológica

Ética e Legislação Publicitária

Estudo da Defesa do Consumidor

Língua Portuguesa I, II e III

FORMAÇÃO TÉCNICO- PROFISSIONAL GESTÃO

Teoria e Técnica da Publicidade I e II

Mercadologia e Publicidade

Análise e Planejamento Mercadológico

Pesquisa em Publicidade

Administração em Publicidade

Planejamento Publicitário

PRODUÇÃO

Promoção de Vendas

Linguagem Publicitária

Redação Publicitária I, II e III

Fotografia Publicitária

Programação Visual

Arte Publicitária

Produção Gráfica

Cinema Publicitário

Produção Publicitária em Rádio I e II

Produção Publicitária em Televisão I e II

Comunicação Digital (optativa)

DIFUSÃO

Mídia I e II

Estudo do Comportamento do Consumidor I e II

DISCIPLINAS CONCLUSIVAS

Trabalho de Conclusão de Curso

Projetos Experimentais em Propaganda e Publicidade

Para o ano de 2001, algumas mudanças serão introduzidas no currículo com a finalidade de adequar os requerimentos de aprendizagem especializada aos recursos humanos e materiais disponíveis no Departamento.

Dessa forma, as disciplinas de produção Cinema Publicitário, Produção Publicitária em Rádio I e II, Produção em Televisão I e II serão fundidas em duas : Produção Audiovisual em Publicidade I e II que, no entanto, terão carga horária equivalente. O mesmo acontecerá com Mídia I e II, que passará a ser dada em apenas um semestre, mas mantendo a carga horária total.

No eixo das disciplinas crítico - acadêmicas, serão introduzidas as disciplinas Estética em Publicidade (obrigatória), Imagem da fotografia e do cinema na publicidade (obrigatória) e Fundamentos da arte moderna na publicidade (optativa complementar).

Os créditos em disciplinas optativas passarão de 20 para 16 e serão alocados na estrutura curricular a partir do 3º semestre, quando então o aluno já terá tido um mínimo de conhecimento da Escola e da Universidade para poder escolher, segundo seus interesses particulares, as disciplinas complementares à sua formação.

4.1- As disciplinas conclusivas

O Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo foi o primeiro a adotar, de forma sistemática e regimental, o TCC - Trabalho de Conclusão de Curso, a partir da Resolução CRP 1/82, posteriormente atualizada e revista pela Resolução CRP 1/93 de 26 de janeiro de 1993.

Em linhas gerais, o TCC consiste em um estudo aprofundado, em nível de graduação, sobre tema vinculado ao conteúdo do curso e apresentado, individualmente, em forma de monografia ou dissertação escrita. O trabalho é orientado por um professor - orientador escolhido pelo aluno pelas afinidades temáticas e avaliado por uma banca examinadora composta pelo orientador e mais dois professores indicados.

Em 1984, a Resolução MEC 2/84 de 24 de janeiro de 1984, introduziu oficialmente a obrigatoriedade de 270 créditos em Projetos Experimentais no último semestre do currículo mínimo de Comunicação Social - habilitação Publicidade e Propaganda, como condição à conclusão do curso.

Assim, de 1984 a 1988, o TCC que havia sido instituído dois anos antes passou a cumprir a função dos projetos experimentais. Porém, a partir de 1989, sentimos a necessidade de desmembrar os créditos conclusivos em duas atividades distintas: o TCC, propriamente dito, e a execução de um trabalho mais prático, em equipes de alunos, mais voltado à formação profissionalizante.

Dessa forma, foi criada pela Resolução CRP 3/89, de 1989, a disciplina Projetos Experimentais em Publicidade e Propaganda (180 créditos) que passou a ser ministrada no último semestre do curso, paralelamente, à disciplina Trabalho de Conclusão de Curso (90 créditos).

Os Projetos Experimentais consistem na execução, em nível de projeto, de campanhas publicitárias para produtos ou serviços reais, existentes no mercado. As campanhas são desenvolvidas em equipes de alunos sob a supervisão do professor responsável pela disciplina e são apresentadas, para julgamento e avaliação, a uma banca composta por profissionais do mercado especialmente convidados para esta finalidade.

Essas duas disciplinas, ministradas como requisitos à conclusão do curso, complementam-se mutuamente e satisfazem os objetivos de formação crítica - acadêmica e técnica - profissionalizante.

Convém também ressaltar que a estrutura de Publicidade e Propaganda nunca incluiu em seu currículo a obrigatoriedade de estágio supervisionado, por acreditar que o envolvimento não voluntário de terceiros (empresas de comunicação, agências de propaganda...) na relação ensino- aprendizagem está além de nossa competência pedagógica.

Projeto Pedagógico:

HABILITAÇÃO EM RELAÇÕES PÚBLICAS

1. Objetivos do curso, habilidades e competências

O curso de Comunicação Social, com habilitação em Relações Públicas, ministrado na Escola de Comunicações e Artes de São Paulo tem como missão principal formar profissionais capazes de atuar no campo da Comunicação Organizacional, numa perspectiva integrada, com visão crítica e com habilidades suficientes para gerenciar a comunicação das organizações com seus diferentes públicos, por meio da utilização de técnicas e de instrumentos específicos da prática profissional.

a) Objetivos:

São seguintes os objetivos gerais e específicos que permeiam toda a formação que se pretende dar ao aluno do curso de Relações Públicas durante os quatro anos de sua permanência na Universidade.

Objetivos gerais:

1. Formar cidadãos conscientes de seu papel na sociedade de contribuir para que, mediante a comunicação, as organizações prestem contas a seus públicos de sua responsabilidade social.
2. Formar profissionais na perspectiva da comunicação integrada nas organizações, com visão estratégica de negócios numa sociedade globalizada e complexa.
3. Formar gestores dos processos comunicacionais das organizações, mediante a incorporação de conhecimentos teóricos e práticos de comunicação e Relações Públicas.
4. Conscientizar os futuros profissionais de sua responsabilidade para com a sociedade como egresso de uma universidade pública.

b) Objetivos específicos

1. Proporcionar aos futuros profissionais uma formação geral e humanística capaz de conscientizá-los de seu papel como cidadão e profissional na sociedade contemporânea.
2. Formar o futuro profissional para as atividades que este exercerá em empresas de relações públicas, assessorias de comunicação e departamentos próprios da área nas organizações públicas, privadas e do

terceiro setor.

3. Preparar gestores e ombudsmen para a área de Comunicação Organizacional de empresas e instituições públicas e privadas, assim como das entidades do terceiro setor.

4. Formar empreendedores na prestação de serviços de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas para atender as demandas sociais da sociedade brasileira e internacional.

5. Permitir com os projetos experimentais de Relações Públicas que o formando tenha contato com o mercado de trabalho na realização de pesquisas de opinião pública e de elaboração de projetos de comunicação para organizações em geral

6. Possibilitar ao aluno, por meio da produção do TCC – Trabalho de Conclusão de Curso, seu ingresso à pesquisa e à produção científica no campo das Ciências da Comunicação e especificamente em Comunicação Organizacional e Relações Públicas, dando assim a oportunidade para que o formando se posicione intelectualmente frente a um tema escolhido para monografia final.

2. Habilidades e competências

a) Habilidades requeridas

1. Profissionais

Como gestor de comunicação organizacional, o profissional de relações públicas deve encontrar instrumentos adequados para promover relacionamentos favoráveis entre as organizações e seus públicos. Para tanto, necessita de racionalidade, visão estratégica, capacidade administrativa, dom de articulação política e, sobretudo, elevado grau de comunicabilidade. Ele deve ter:

Cultura geral e humanística

Domínio das técnicas e dos instrumentos de relações públicas

Conhecimentos especializados de administração, marketing, publicidade e jornalismo

Visão estratégica de negócios

Capacidade administrativa e de articulação política

Domínio da língua portuguesa

Conhecimento de idioma estrangeiro

2. Pessoais

O Profissional de relações públicas realiza um trabalho complexo, ao lidar com questões que dizem respeito a administração e à consolidação da identidade das organizações. Cabe-lhe pesquisar e planejar as melhores estratégias comunicacionais, dentro da dinâmica social. Interagindo com atitudes e comportamentos, é preciso que tenha criatividade, equilíbrio emocional e princípios éticos sólidos. Ele deve ter:

Criatividade

Ética profissional

Equilíbrio emocional

Liderança

Capacidade para planejar e administrar

b) Competências do profissional de relações públicas

As atividades que o profissional de relações públicas desenvolve são todas inerentes ao campo da comunicação organizacional, dentro da especificidade da comunicação institucional e da comunicação

interna, devendo ele estar apto a administrar toda comunicação entre uma organização e seus diferentes públicos. A Comissão de Especialistas em Comunicação do Ministério da Educação esboçou como competências e habilidades do profissional de relações públicas as seguintes:

Desenvolver pesquisas e auditorias de opinião e imagem

Realizar diagnósticos com base em pesquisa e auditorias de opinião e imagem

Elaborar planejamentos estratégicos de comunicação institucional

Fazer pesquisas de cenário institucional

Estabelecer programas que caracterizem a comunicação estratégica para criação e manutenção do relacionamento das instituições com seus públicos de interesse.

Planejar, coordenar e executar programas de interesse comunitário, de informação à opinião pública, de comunicação dirigida, de utilização de tecnologias de informação aplicadas à opinião pública, assim como de esclarecimento de grupos, autoridades e opinião pública sobre os interesses das organizações.

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.

Acompanhar os desenvolvimentos de programas e avaliar os resultados obtidos na administração dos processos de relacionamento das entidades com seus públicos.

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, repercutindo-os sobre sua prática profissional.

Ter as demais competências e habilidades que caracterizam o trabalho nas circunstâncias em que o profissional de Relações Públicas é normalmente inserido.

3. Mercado de trabalho alvo

O profissional de relações públicas tem um amplo campo de trabalho, que abrange empresas, instituições e entidades públicas e privadas, cabendo-lhe basicamente ser um gestor da comunicação organizacional.

Atuar em departamento de comunicação social, em íntima vinculação com o marketing e a área de recursos humanos, é uma opção. Entre suas muitas atividades estão o planejamento de programas de comunicação estratégica, além de pesquisas de opinião.

Um seguimento em expansão é o das assessorias de serviços integrados de relações públicas, imprensa, propaganda institucional e publicações. Além das agências de certo porte, são boas as perspectivas para micro-empresas.

Ele pode ainda desempenhar-se como profissional autônomo, sobretudo na consultoria a entidades do terceiro setor, uma área aberta à sua frente.

Concretamente, as oportunidades estão em empresas comerciais e prestadoras de serviços, industriais em geral, áreas governamentais, sindicatos, ONGs – associação patronais e de trabalhadores, universidades, escolas, agências de propaganda, hospitais, clínicas médicas, hotéis, empresas de turismo, restaurantes, emissoras de rádio e televisão, empresas jornalísticas, editoras, assessorias de comunicação, empresas de relações públicas, promotoras de eventos, micro-empresas e consultoria autônoma.

O ex-aluno da ECA-USP, graças a sua formação privilegiada e por dominar mais idiomas tem tido muitas oportunidades de trabalho em empresas multinacionais e assessorias internacionais de comunicação e

relações públicas.

4. Papel do profissional na sociedade

Numa sociedade marcada pela globalização e pela revolução tecnológica da informação, novas exigências se colocam para as organizações, que devem deixar o isolamento e ser transparentes e responsáveis socialmente, tendo em vista os públicos estratégicos, que estão mudando radicalmente seu discurso.

Nesse contexto, a comunicação torna-se imprescindível para a obtenção de resultados em todos os processos da gestão organizacional. Não se pode mais pensar numa comunicação restrita apenas à consolidação do conceito de uma organização, limitada à assessoria de imprensa ou voltada tão somente para a propaganda institucional e mercadológica. A preocupação deve ser com um trabalho mais global, que se desenvolve de forma sinérgica, numa parceria entre as diversas áreas da comunicação institucional, da comunicação mercadológica e da comunicação interna.

Surgem daí novos desafios para o profissional da comunicação. Ele deve deixar de ser reativo, procurando ser muito mais proativo. Ter a capacidade de aprender e reaprender como membro de uma organização que deve ser, ela mesma, de forma permanente, uma “learning organization”. Saber lidar com as ambiguidades, num contexto de mudança e de culturas profundamente arraigadas. E ter como princípio o pensamento estratégico, aprendendo a trabalhar de maneira sistêmica.

A universidade, as entidades de classe e as organizações têm uma responsabilidade muito grande quanto à formação desse profissional, conscientizando-o do seu papel na sociedade contemporânea.

Para tanto o egresso do curso de Relações Públicas da ECA-USP deve ter uma ampla formação geral, humanística e específica, postura e ética, e um perfil técnico que o capacite a ter uma visão estratégica e integrada da comunicação, ajudando às organizações a se posicionarem frente à sociedade, a opinião pública e ao mercado. Deverá estar apto a gerar negócios no campo da comunicação, criar e desenvolver atividades específicas da área e valer-se das novas tecnologias disponíveis para um aperfeiçoar constante do fazer da atividade.

5. Parâmetros pedagógicos e organização curricular

Três parâmetros pedagógicos caracterizam os diversos cursos/habilitações ministrados na ECA, entre os quais se situa o curso de Comunicação Social, habilitação Relações Públicas. São eles:

a) a ECA é uma escola de vocação acadêmico-profissionalizante – As suas diversas estruturas curriculares apresentam dois tipos essenciais de formação (a crítico-acadêmica e a técnico-profissionalizante) que não são excludentes, mas que ora enfatizam o saber acadêmico, ora o saber-fazer profissional. Esse duplo caráter está presente na habilitação de Relações Públicas que, de modo ambivalente busca capacitar os alunos para o desempenho técnico de funções típicas do mercado de trabalho representando pelas organizações públicas, privadas e do terceiro setor, bem como das assessorias e empresas prestadoras de serviços integrados de comunicação, ao mesmo tempo que objetiva a reflexão crítica sobre a profissão e seu papel na sociedade.

b) A formação na ECA tem um caráter teórico-prático – Como decorrência do parâmetro anterior, as disciplinas existentes na Escola são combinações, em doses variadas de reflexão crítica e de fazer técnico. Na estrutura curricular de Relações Públicas, tanto as disciplinas de natureza teórica quanto as de natureza técnica ou laboratorial, buscam atingir seus objetivos de ensino por meio de ações didáticas mistas, ou seja, por meio de uma interação entre prática e teoria.

c) As estruturas curriculares combinam os princípios da formação com os da auto-formação – A obrigatoriedade de se cumprir um certo número de créditos em disciplinas previamente definidas e outro tanto em disciplinas optativas, que o aluno elege para completar ou aprofundar conhecimentos em campos do seu próprio interesse, tem sido uma prática adotada pela maioria dos cursos oferecidos pela Escola, a partir, sobretudo, de 1993.

Na habilitação em Relações Públicas, esta prática tem sido oportuna pois possibilita formar um profissional com um perfil mais generalista. Dessa forma, as disciplinas optativas (20 créditos) permitem que o aluno tenha a possibilidade de complementar conhecimentos ou aperfeiçoar habilidades em outros Departamentos da Escola ou em outras Unidades da Universidade.

Guardando ainda influência do currículo mínimo determinado pela Resolução no. 2/84 do MEC, mas sobretudo levando em conta a nova LDB – Lei de Diretrizes Bases da Educação Superior (Lei no. 9.394/96) e as orientações básicas sobre as diretrizes curriculares da Comissão de Especialistas em Comunicação Social do Ministério de Educação e do Desporto, a estrutura curricular de Relações Públicas em vigor no ano 2000 e 2001 apresenta, em sua composição disciplinas teóricas de formação humanística distribuídas, principalmente, nos primeiros semestres do curso e disciplinas teóricas, técnicas e laboratoriais mais específicas da formação profissionalizante, distribuídas ao longo de todos os oito semestres, com ênfase e maior carga horária nos três últimos semestres.

No eixo de formação crítico – acadêmica, a estrutura curricular de Relações Públicas, inclui matérias naturais de outros campos de conhecimento como: Administração Língua Portuguesa, Economia, Sociologia, Ética, Legislação, Filosofia, Política, Psicologia e Estatística, mas abordadas sob o enfoque da comunicação. Neste eixo pode-se, também, incluir o TCC – Trabalho de Conclusão de Curso (monografia individual) que tem por objetivo o incentivo à pesquisa acadêmica ou à revisão crítica de algum “fazer” próprio da prática profissional.

As disciplinas desses campos de conhecimento têm como objetivo principal dar ao profissional uma formação geral e humanística, que lhe permitam ter uma visão crítica sobre o que fazer e como fazer e porquê fazer profissional, bem como uma percepção maior da dinâmica da sociedade e da responsabilidade social das organizações.

No eixo da formação técnico-profissional, o currículo de Relações Públicas apresenta matérias específicas que contemplam os aspectos teóricos, técnicos e laboratoriais. Essas disciplinas têm como objetivo formar profissional na sua especialidade, isto é, formar gestores da comunicação nas organizações em consonância com os aspectos legais e éticos, com os fundamentos essenciais que dão a base conceitual a área de Relações Públicas e da Comunicação Organizacional.

O TCC – Trabalho de Conclusão de Curso e os Projetos Experimentais de Relações Públicas são regidos por regulamentos específicos que noteiam todos os procedimentos metodológicos e os formatos de elaboração.

Os quadros abaixo mostram a distribuição das disciplinas do currículo de Relações Públicas (ano 2000) pelos dois eixos pedagógicos:

Formação Crítico-Acadêmico

- CCA218 – Língua Portuguesa-Redação e Expressão Oral I
- CCA258 – Fundamentos de Sociologia Geral da Comunicação
- CCA269 – Antropologia Cultural
- CCA219 – Língua Portuguesa-Redação e Expressão Oral II
- CCA255 – Teoria da Comunicação
- CCA220 – Língua Portuguesa-Redação e Expressão Oral III
- CCA280 – Filosofia da Comunicação
- CCA278 – Psicologia da Comunicação
- CCA277 – Teoria e Método de Pesquisa em Comunicação

Formação Técnico-Profissional

- CRP385 – Administração Geral I
- CRP391 – Teoria e História das Relações Públicas
- CRP387 – Comunicação Organizacional
- CRP388 – Administração Geral II
- CRP395 – Técnicas de Comunicação Dirigida e Eventos
- CRP305 – Administração e Assessoria de Relações Públicas
- CRP389 – Teoria da Opinião Pública
- CRP398 – Marketing
- CRP418 – Redação em Relações Públicas I: Técnicas de Divulgação Jornalística
- CRP357 – Produção Gráfica
- CRP394 – Pesquisa de Opinião Pública
- CRP419 – Redação em Relações Públicas II: Produção de Periódicos Institucionais
- CRP403 – Comunicação Pública: Marketing Político
- CRP415 – Redação em Relações Públicas III: Produção Audiovisual
- CRP417 – Ética e Legislação em Comunicação Social e Relações Públicas
- CRP396 – Planejamento de Relações Públicas
- CRP402 – Estudo do Comportamento do Consumidor
- CRP416 – Redação em Relações Públicas IV – Produção Publicitária
- CRP428 – Comunicação Digital e as Novas Mídias
- Disciplinas Conclusivas - CRP291 – Trabalho de Conclusão de Curso
- CRP330 – Projetos Experimentais em Relações Públicas

Relação da Grade Curricular

Curso 27011 Comunicação Social
 504 Habilitação em Publicidade e Propaganda
 Currículo 270110504041 (Ativo)

Disciplinas em Sequência Aconselhada	Disciplina Requisito	Disciplina Conjunto	Créditos			Carga Horária	Pré-Id
			Aula	Trab.	Tot.		
Obrigatórias							
CCA0218(2)	Lingua Portuguesa - Redação e Expressão Oral I		4	0	4	60	1
CCA0258(2)	Fundamentos de Sociologia Geral e da Comunicacao		4	0	4	60	1
CRP0292(2)	Estudo da Defesa do Consumidor		2	1	3	60	1
CRP0349(1)	Teoria e Tecnica da Publicidade I		4	1	5	90	1
CRP0350(2)	Principios da Economia Aplicados a Comunicacao		2	0	2	30	1
CRP0421(1)	Estética em Publicidade		2	0	2	30	1
Subtotal:			18	2	20	330	
CCA0219(1)	Lingua Portuguesa-Redação e Expressão Oral II		4	0	4	60	2
	CCA0218(2) Lingua Portuguesa - Redação e Expressão Oral I						
GCA0255(3)	Teoria da Comunicacao		4	2	6	120	2
CRP0322(1)	Etica e Legislacao Publicitaria		2	0	2	30	2
CRP0426(1)	Teoria e Tecnica da Publicidade II		4	1	5	90	2
	CRP0349(1) Teoria e Tecnica da Publicidade I						
CRP0435(1)	Mercadologia e Publicidade		4	0	4	60	2
Subtotal:			18	3	21	360	
CCA0220(1)	Lingua Portuguesa - Redação e Expressão Oral III		4	0	4	60	3
	CCA0219(1) Lingua Portuguesa-Redação e Expressão Oral II						
CCA0277(1)	Teoria e Método de Pesquisa em Comunicação		4	0	4	60	3
CRP0168(4)	Promocao de Vendas		4	1	5	90	3
CRP0171(3)	Propaganda Ideológica		2	0	2	30	3
CRP0297(2)	Análise e Planejamento Mercadológico		4	1	5	90	3
	CRP0435(1) Mercadologia e Publicidade						
Subtotal:			18	2	20	330	
CCA0278(1)	Psicologia da Comunicacao		4	2	6	120	4
CRP0285(5)	Pesquisa Em Publicidade		4	1	5	90	4

Relação da Grade Curricular

Curso 27011 Comunicação Social
504 Habilitação em Publicidade e Propaganda

Currículo 270110504041 (Ativo)

Disciplinas em Sequência Aconselhada	Disciplina Requisito	Disciplina Conjunto	Créditos			Carga Horária	Per Ide.
			Aula	Trab.	Tot.		
Obrigatórias							
CRP0314(2)	Lingua Portuguesa IV (linguagem Publicitaria)		4	1	5	90	4
CRP0422(1)	A Imagem da Fotografia e do Cinema em Publicidade		4	0	4	60	4
Subtotal:			16	4	20	360	
CRP0323(2)	Programacao Visual		4	1	5	90	5
CRP0325(3)	Redação Publicitária I		4	1	5	90	5
CRP0357(1)	Produção Gráfica		4	1	5	90	5
CRP0425(1)	Mídia		4	0	4	60	5
Subtotal:			16	3	19	330	
CRP0326(3)	Redacao Publicitaria II	CRP0325(3) Redação Publicitária I	4	1	5	90	6
CRP0335(2)	Arte Publicitaria	CRP0323(2) Programacao Visual	4	1	5	90	6
CRP0354(1)	Administracao Em Publicidade		2	1	3	60	6
CRP0359(1)	Estudo do Comportamento do Consumidor I		2	1	3	60	6
CRP0423(1)	Produção Audiovisual em Publicidade I		4	1	5	90	6
Subtotal:			16	5	21	390	
CRP0327(1)	Redação Publicitária III	CRP0326(3) Redacao Publicitaria II	4	0	4	60	7
CRP0353(1)	Planejamento Publicitário		4	1	5	90	7
CRP0360(1)	Estudo do Comportamento do Consumidor II		2	1	3	60	7
CRP0424(1)	Produção Audiovisual em Publicidade II	CRP0423(1) Produção Audiovisual em Publicidade I	4	1	5	90	7
Subtotal:			14	3	17	300	
CRP0317(3)	Projetos Experimentais Em Propaganda e Publicidade		4	4	8	180	8
		CRP0168(4) Promocao de Vendas					
		CRP0171(3) Propaganda Ideológica					
		CRP0285(5) Pesquisa Em Publicidade					
		CRP0292(2) Estudo da Defesa do Consumidor					
		CRP0297(2) Análise e Planejamento Mercadológico					
		CRP0314(2) Lingua Portuguesa IV (linguagem Publicitaria)					

Relação da Grade Curricular

Curso 27011 Comunicação Social
 504 Habilitação em Publicidade e Propaganda
 Currículo 270110504041 (Ativo)

Disciplinas em Sequência Aconselhada	Disciplina Requisito	Disciplina Conjunto	Créditos			Carga Horária	Per. Ideal
			Aula	Trab.	Tot.		
CRP0317(3) <i>Projetos Experimentais Em Propaganda e Publicidade</i>			4	4	8	180	8
	CRP0322(1)	Etica e Legislacao Publicitaria					
	CRP0323(2)	Programacao Visual					
	CRP0325(3)	Redação Publicitária I					
	CRP0326(3)	Redacao Publicitaria II					
	CRP0327(1)	Redação Publicitária III					
	CRP0335(2)	Arte Publicitaria					
	CRP0349(1)	Teoria e Tecnica da Publicidade I					
	CRP0350(2)	Princípios da Economia Aplicados a Comunicacao					
	CRP0353(1)	Planejamento Publicitário					
	CRP0354(1)	Administracao Em Publicidade					
	CRP0357(1)	Produção Gráfica					
	CRP0359(1)	Estudo do Comportamento do Consumidor I					
	CRP0360(1)	Estudo do Comportamento do Consumidor II					
	CRP0421(1)	Estética em Publicidade					
	CRP0422(1)	Fotografia Digital					
	CRP0423(1)	Produção Audiovisual em Publicidade I					
	CRP0424(1)	Produção Audiovisual em Publicidade II					
	CRP0425(1)	Mídia					
	CRP0426(1)	Teoria e Tecnica da Publicidade II					
	CRP0435(1)	Mercadologia e Publicidade					
CRP0440(1) <i>Trabalho de Conclusão de Curso</i>			2	2	4	90	8
	CRP0168(4)	Promocao de Vendas					
	CRP0171(3)	Propaganda Ideológica					
	CRP0285(5)	Pesquisa Em Publicidade					
	CRP0292(2)	Estudo da Defesa do Consumidor					
	CRP0297(2)	Análise e Planejamento Mercadológico					
	CRP0314(2)	Lingua Portuguesa IV (linguagem Publicitaria)					
	CRP0322(1)	Etica e Legislacao Publicitaria					
	CRP0323(2)	Programacao Visual					
	CRP0325(3)	Redação Publicitária I					
	CRP0326(3)	Redacao Publicitaria II					
	CRP0327(1)	Redação Publicitária III					
	CRP0335(2)	Arte Publicitaria					
	CRP0349(1)	Teoria e Tecnica da Publicidade I					
	CRP0350(2)	Princípios da Economia Aplicados a Comunicacao					
	CRP0353(1)	Planejamento Publicitário					
	CRP0354(1)	Administracao Em Publicidade					
	CRP0357(1)	Produção Gráfica					
	CRP0359(1)	Estudo do Comportamento do Consumidor I					
	CRP0360(1)	Estudo do Comportamento do Consumidor II					
	CRP0421(1)	Estética em Publicidade					
	CRP0422(1)	Fotografia Digital					
	CRP0423(1)	Produção Audiovisual em Publicidade I					
	CRP0424(1)	Produção Audiovisual em Publicidade II					
	CRP0425(1)	Mídia					
	CRP0426(1)	Teoria e Tecnica da Publicidade II					
	CRP0435(1)	Mercadologia e Publicidade					
			Subtotal:	6	6	12	270
			Total:	122	28	150	2670

Relação da Grade Curricular

Curso 27011 Comunicação Social
504 Habilitação em Publicidade e Propaganda

Currículo 270110504041 (Ativo)

Informações Básicas do Currículo (Informações retiradas da Tela Curso/Currículo)

DATA	Início 01/01/2004	DURAÇÃO	Ideal	8 semestres
	Fim		Mínima	8 semestres
			Máxima	16 semestres

CARGA HORÁRIA

Obrigatória		Optativa Eletiva		Optativa Livre		
Aula	Trabalho	Aula	Trabalho	Aula	Trabalho	Total Geral:
1830	840			240		2910 horas
<hr/>		<hr/>		<hr/>		
Subtotal	2670 horas	Subtotal	0 horas	Subtotal	240 horas	

Informações Específicas

- 1) Os ingressantes de 1993 e 1994 deverão cursar CRP0314.
- 2) Os ingressantes de 1998 deverão cursar CRP0423.
- 3) O requisito CRP0421 das disciplinas CRP0291 e CRP0317 é exigido para os ingressantes a partir de 2003.
- 4) Os ingressantes até 2002 deverão cursar 20 c/a em disciplinas optativas livres.
- 5) Os ingressantes a partir de 2003 deverão cursar 16 c/a em disciplinas optativas livres.
- 6) Os alunos poderão cursar qualquer disciplina optativa, oferecida pela ECA ou por outras Unidades da USP.
- 7) EPB I e II integradas em CRP0292 e CCA0257, respectivamente.

Relação da Grade Curricular

Curso 27011 Comunicação Social
 702 Habilitação em Relações Públicas
 Currículo 270110702051 (Ativo)

Disciplinas em Sequência Aconselhada	Disciplina Requisito	Disciplina Conjunto	Créditos			Carga Horária	Per. Ideal
			Aula	Trab.	Tot.		
Obrigatórias							
CCA0218(2)	Língua Portuguesa - Redação e Expressão Oral I		4	0	4	60	1
CCA0258(2)	Fundamentos de Sociologia Geral e da Comunicação		4	0	4	60	1
CCA0269(1)	Antropologia Cultural		4	0	4	60	1
CRP0385(3)	Teoria Geral da Administração		4	1	5	90	1
CRP0391(2)	Teoria e História das Relações Públicas		4	1	5	90	1
		Subtotal:	20	2	22	360	
CCA0219(1)	Língua Portuguesa-Redação e Expressão Oral II	CCA0218(2) Língua Portuguesa - Redação e Expressão Oral I	4	0	4	60	2
CCA0255(3)	Teoria da Comunicação		4	2	6	120	2
CRP0387(2)	Comunicação Organizacional		4	1	5	90	2
CRP0388(2)	Administração de Recursos Humanos	CRP0385(3) Teoria Geral da Administração	4	1	5	90	2
CRP0443(1)	Técnicas e Instrumentos de Comunicação Dirigida em Relações Públicas		4	0	4	60	2
		Subtotal:	20	4	24	420	
CCA0220(1)	Língua Portuguesa - Redação e Expressão Oral III	CCA0219(1) Língua Portuguesa-Redação e Expressão Oral II	4	0	4	60	3
CCA0280(2)	Filosofia da Comunicação		4	0	4	60	3
CRP0396(2)	Planejamento de Relações Públicas	CRP0391(2) Teoria e História das Relações Públicas CRP0443(1) Técnicas e Instrumentos de Comunicação Dirigida em Relações Públicas	4	1	5	90	3
CRP0442(1)	Estratégias de Relacionamento com a Mídia		4	0	4	60	3
MAE0116(2)	Noções de Estatística		4	0	4	60	3
		Subtotal:	20	1	21	330	
CCA0278(1)	Psicologia da Comunicação		4	2	6	120	4
CRP0357(1)	Produção Gráfica		4	1	5	90	4

Relação da Grade Curricular

Curso 27011 Comunicação Social
702 Habilitação em Relações Públicas

Currículo 270110702051 (Ativo)

Disciplinas em Sequência Aconselhada	Disciplina Requisito	Disciplina Conjunto	Créditos			Carga Horária	Per. Ideal
			Aula	Trab.	Tot.		
Obrigatórias							
CRP0398(1)	Marketing		4	1	5	90	4
CRP0428(1)	Comunicação Digital e as Novas Mídias		4	1	5	90	4
CRP0429(2)	Relações Públicas Comunitárias e Terceiro Setor		2	0	2	30	4
Subtotal:			18	5	23	420	
CCA0277(1)	Teoria e Método de Pesquisa em Comunicação		4	0	4	60	5
CRP0389(2)	Teoria da Opinião Pública		4	1	5	90	5
CRP0419(3)	Produção de Periódicos Institucionais	CRP0357(1) Produção Gráfica	4	1	5	90	5
CRP0444(1)	Ciência Política		4	0	4	60	5
CRP0446(1)	Publicidade e Propaganda: Conceitos e Estratégias		2	0	2	30	5
Subtotal:			18	2	20	330	
CRP0305(3)	Empreendedorismo e Assessoria de Relações Públicas	CRP0396(2) Planejamento de Relações Públicas CRP0443(1) Técnicas e Instrumentos de Comunicação Dirigida em Relações Públicas	4	0	4	60	6
CRP0394(1)	Pesquisa de Opinião Pública	CRP0389(2) Teoria da Opinião Pública MAE0116(2) Noções de Estatística	4	1	5	90	6
CRP0415(3)	Produção Audiovisual		4	1	5	90	6
CRP0417(2)	Ética e Legislação em Comunicação Social e Relações Públicas		4	0	4	60	6
Subtotal:			16	2	18	300	
CRP0430(2)	Relações Públicas Internacionais		2	0	2	30	7
CRP0441(1)	Relações Públicas Governamentais		4	1	5	90	7
CRP0445(1)	Gestão Estratégica de Projetos de Relações Públicas	CRP0305(3) Empreendedorismo e Assessoria de Relações Públicas CRP0387(2) Comunicação Organizacional CRP0389(2) Teoria da Opinião Pública CRP0391(2) Teoria e História das Relações Públicas CRP0394(1) Pesquisa de Opinião Pública CRP0396(2) Planejamento de Relações Públicas CRP0443(1) Técnicas e Instrumentos de Comunicação Dirigida em Relações Públicas	4	2	6	120	7

Relação da Grade Curricular

Curso 27011 Comunicação Social
702 Habilitação em Relações Públicas

Currículo 270110702051 (Ativo)

Disciplinas em Sequência Aconselhada	Disciplina Requisito	Disciplina Conjunto	Créditos			Carga Horária	Per. Ideal
			Aula	Trab.	Tot.		
Obrigatórias							
CRP0447(1)	Pensamento Econômico Contemporâneo		2	0	2	30	7
Subtotal:			12	3	15	270	
CRP0330(3)	Projetos Experimentais em Relações Públicas		4	7	11	270	8
	CRP0305(3)	Empreendedorismo e Assessoria de Relações Públicas					
	CRP0357(1)	Produção Gráfica					
	CRP0387(2)	Comunicação Organizacional					
	CRP0389(2)	Teoria da Opinião Pública					
	CRP0391(2)	Teoria e História das Relações Públicas					
	CRP0394(1)	Pesquisa de Opinião Pública					
	CRP0396(2)	Planejamento de Relações Públicas					
	CRP0398(1)	Marketing					
	CRP0417(2)	Ética e Legislação em Comunicação Social e Relações Públicas					
	CRP0419(3)	Produção de Periódicos Institucionais					
	CRP0428(1)	Comunicação Digital e as Novas Mídias					
	CRP0442(1)	Estratégias de Relacionamento com a Mídia					
	CRP0443(1)	Técnicas e Instrumentos de Comunicação Dirigida em Relações Públicas					
CRP0440(1)	Trabalho de Conclusão de Curso		2	2	4	90	8
	CCA0277(1)	Teoria e Método de Pesquisa em Comunicação					
	CRP0305(3)	Empreendedorismo e Assessoria de Relações Públicas					
	CRP0357(1)	Produção Gráfica					
	CRP0387(2)	Comunicação Organizacional					
	CRP0389(2)	Teoria da Opinião Pública					
	CRP0391(2)	Teoria e História das Relações Públicas					
	CRP0394(1)	Pesquisa de Opinião Pública					
	CRP0396(2)	Planejamento de Relações Públicas					
	CRP0398(1)	Marketing					
	CRP0415(3)	Produção Audiovisual					
	CRP0417(2)	Ética e Legislação em Comunicação Social e Relações Públicas					
	CRP0419(3)	Produção de Periódicos Institucionais					
	CRP0428(1)	Comunicação Digital e as Novas Mídias					
	CRP0443(1)	Técnicas e Instrumentos de Comunicação Dirigida em Relações Públicas					
	CRP0445(1)	Gestão Estratégica de Projetos de Relações Públicas					
Subtotal:			6	9	15	360	
Total:			130	28	158	2790	

Relação da Grade Curricular

Curso 27011 Comunicação Social
702 Habilitação em Relações Públicas

Currículo 270110702051 (Ativo)

Informações Básicas do Currículo (Informações retiradas da Tela Curso/Currículo.)

DATA	Início 01/01/2005	DURAÇÃO	Ideal	8 semestres
	Fim		Mínima	8 semestres
CARGA HORÁRIA			Máxima	14 semestres
Obrigatória		Optativa Eletiva	Optativa Livre	
Aula	1950 horas	Aula	Aula	240 horas
Trabalho	840 horas	Trabalho	Trabalho	
Estágio				
Subtotal	2790 horas	Subtotal	0 horas	Subtotal 240 horas
				Total Geral: 3030 horas

Informações Específicas

- 1) Os ingressantes até 2003 que não cursaram a disciplina CRP0402 Comportamento e Defesa do Consumidor, deverão cursar como equivalência a disciplina CRP0292 Estudo da Defesa do Consumidor, ministrada no curso de Publicidade e Propaganda.
- 2) As disciplinas CRP0396 e CRP0428 são obrigatórias, também, para ingressantes de 2001 e 2002.
- 3) A disciplina CRP0446 é obrigatória para ingressantes a partir de 2001.
- 4) As disciplinas CRP0430, CRP0441 e CRP0444 são obrigatórias para ingressantes a partir de 2002.
- 5) A disciplina CRP0357 é obrigatória, também, para ingressantes de 2002.
- 6) As disciplinas CRP0429 e CRP0445 são obrigatórias para ingressantes a partir de 2003.
- 7) Todos os alunos estão desobrigados de cursar a disciplina CRP0432.
- 8) Os ingressantes a partir de 1998 deverão cursar 240 horas aula em disciplinas optativas. Alteração efetuada em 2001, protocolado 2000.5.178.27.5.
- 9) Os alunos poderão cursar qualquer disciplina optativa, oferecida pela ECA ou por outras Unidades da USP.
- 10) EPB I e II integradas em CRP0389 e CCA0257, respectivamente, para ingressantes até 1999 ou CRP0389 e CRP0385, respectivamente, para ingressantes a partir de 2000.

ANEXO IV

ROTEIRO DA ENTREVISTA

Roteiro de Perguntas.

As entrevistas foram gravadas e os depoimentos foram autorizados pelos entrevistados no uso do trabalho.

1 – Dados pessoais e titulação.

2 – Tempo de Docência nos cursos de comunicação social e na ECA.

3 – De um modo geral, como o sr. (a) vê a atual fase da universidade brasileira quanto a sua identidade, missão e função?

4 – O sr. (a) poderia apontar quais as principais fases da formação do comunicador social da ECA antes da LDB/96? Houve autonomia da ECA?

5 – Após a LDB/96 e as diretrizes curriculares para a área de comunicação, a ECA procurou reformular as estruturas curriculares dos cursos. Como foi este processo (no jornalismo, relações públicas e publicidade e propaganda, conforme o coordenador)? Quais os sujeitos e entidades foram ouvidos?

6 – Quais as influências das Diretrizes Curriculares para a área de comunicação de 2001 na construção do projeto pedagógico da ECA?

7 – Há flexibilidade (ou possibilidade de flexibilizar) curricular? Como?

8 – Apesar das particularidades de cada habilitação, Há alguma preocupação na distinção entre o comunicador social e a habilitação (jornalismo, relações públicas e publicidade e propaganda, conforme o coordenador)?

9 – Quais as principais características ou elementos fundamentais que o sr. (a) considera na formação do comunicador social; do jornalista; do relações públicas e do publicitário?

10 – Errôneo ou não, sempre há discussões sobre a dualidade (ou ênfase) no tipo de formação do comunicador social, humanista ou tecnicista; conceitual, preparando o discente para a vida acadêmica ou profissionalizante, preparando-o para o mercado de trabalho. O sr. (a) ainda vê esta preocupação nos cursos de comunicação? E o da ECA em particular?