

Belo Horizonte, 30 de setembro de 2010.

Ao

Comitê Estruturador das Diretrizes Curriculares Nacionais
de Relações Públicas

O curso de Relações Públicas da Universidade Federal de Minas Gerais vem acompanhando de perto as discussões sobre as novas diretrizes curriculares dos cursos de graduação na área. Nossos alunos e todos os professores foram estimulados a participar da consulta pública via internet. Entretanto, para dar maior solidez à nossa mobilização, elaboramos o presente documento, feito a várias mãos e muitas vezes, calcado na experiência de docentes e discentes, como forma de contribuição. Vale dizer que o exercício de pensar a formação em Relações Públicas nos fez rever e reencontrar várias dos problemas que rondam nossa área de atuação: a dicotomia entre o pensar e o fazer comunicacional e a necessidade de equilíbrio e diálogo entre a formação mercadológica e a formação científica e humanística; a oposição entre o normativismo e a autonomia de pensamento; o papel central da interação, colaboração e participação no âmbito das relações na contemporaneidade *vis-a-vis* a necessidade de controle e centralização presentes na maior parte das culturas organizacionais. Do exercício coletivo de reflexão sobre tais questões é que emergiram as sugestões abaixo.

1. ESTRUTURA LABORATORIAL DESEJÁVEL

Objetivos:

- Dar suporte aos alunos de Relações Públicas mediante a disponibilização de infra-estrutura necessária à realização de práticas acadêmicas relacionadas com a elaboração de diagnósticos e planejamento de comunicação.
- Instrumentalizar alunos e professores com materiais de pesquisa que abordem a história e a atualidade da comunicação organizacional, fazendo a mediação entre o curso de Relações Públicas e a comunidade numa estratégia de interação necessária à adequação e ao desenvolvimento da habilitação de Relações Públicas, face às necessidades sociais.
- Estimular o desenvolvimento de metodologias de pesquisa para diagnósticos de comunicação nas organizações através da efetiva intervenção do corpo discente no

cenário mercadológico, fornecendo subsídios necessários para a articulação teórico-prática do ensino do curso de Relações Públicas.

Descrição da infra-estrutura

- Espaço físico dotado de infra-estrutura material e logística (computadores com conexão à internet, dotados de softwares de produção visual-gráfica, softwares de pesquisa, assinaturas de jornais e revistas especializadas), obedecendo a regra de 1 aluno por máquina.
- Equipe docente multidisciplinar para a supervisão dos projetos.

2. TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

Os trabalhos de conclusão de curso intitulados *Projetos Experimentais* são atividades conclusivas do curso de Relações Públicas, não se configurando como estágio e são elementares como sustentação à formação do egresso. O seu desenvolvimento confere aos alunos um perfil profissional que, além de qualificado tecnicamente para o atendimento das necessidades demandadas pela sociedade, é capaz de refletir criticamente sobre o seu universo de atuação profissional. Poderá ser desenvolvido tanto na dimensão teórica quanto prática. O resultado poderá ser apresentado em forma de produtos comunicacionais, monografia, ensaios, projetos ou campanhas. As orientações para o desenvolvimento dos trabalhos conclusivos prescritos como Projetos Experimentais deverão ser flexíveis o suficiente para permitir a criatividade, inovação e experimentação de propostas, criação de modelos ou pilotos e geração de tecnologias comunicacionais.

3. COMPETÊNCIAS, CONHECIMENTOS, HABILIDADES, ATITUDES E VALORES A SEREM DESENVOLVIDOS

Gerais

- Refletir sobre a comunicação organizacional e intermediar com ética a relação organização/sociedade no campo da comunicação.
- Analisar os cenários conjunturais em que atuam as organizações, sua cultura e suas relações com a sociedade.
- Intermediar o diálogo entre grupos sociais, a partir da premissa de que o homem é o principal elemento de transformação das ações nas organizações sociais.
- Comprometer-se com a construção da cidadania, através da implementação de ações de comunicação direcionadas para a responsabilidade social, como um modelo de gestão das organizações contemporâneas.

Específicas

- Realizar pesquisas e diagnósticos da comunicação em organizações de qualquer natureza, identificando e caracterizando os públicos, problematizando o relacionamento que estabelece com os diversos grupos de interesse, desenvolvendo

pesquisas e auditorias de opinião e de imagem, realizando levantamentos sobre a *performance* comunicacional das organizações e realizando prospecções acerca de ações estratégicas de comunicação.

- Identificar as questões políticas envolvidas no relacionamento com os diversos públicos da organização.
- Elaborar planos e programas de ação estratégica com os públicos.
- Identificar as necessidades de atuação socialmente responsável das organizações e formular políticas de comunicação direcionadas para a responsabilidade social.
- Conhecer os meios de comunicação, suas características, dinâmicas, interrelações e linguagens próprias.
- Executar ações de relacionamento próprias da atividade de relações públicas.
- Conceber e realizar avaliações sobre as ações planejadas e executadas.
- Coordenar equipes envolvidas com planejamento e execução de atividades de relações públicas.

4. CONTEÚDOS CURRICULARES

Formação Geral: Antropologia Cultural, Filosofia e Ética, Psicologia Organizacional, Sociologia das Organizações, Sociologia do Trabalho, Ciência Política (discussão do Estado, Democracia e Cidadania), Teorias da Administração, Economia (fundamentos de micro e macroeconomia), Relações Internacionais, Geopolítica, Direito, Formação de Repertórios (história das organizações, história das elites empresariais, história do associativismo e dos movimentos sociais, história do pensamento social brasileiro, cultura brasileira).

Formação em Comunicação: Teorias da Comunicação, Teorias da Opinião Pública, Comunicação e Relações Públicas para a Mobilização Social, Planejamento da Comunicação Organizacional, Teorias de Redes.

Formação em Relações Públicas: Gestão de Marca, Cultura Organizacional, Produção de eventos, Metodologias de mensuração de ações de comunicação, Metodologias de pesquisa de mercado e de clima organizacional; Negociação e gestão de crises,

Formação complementar: Semiótica, Lingüística, Análise de Conteúdo, Análise do discurso e de conteúdo, Capital Social, Capital Humano, Língua Portuguesa, Estatística.