



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
CONSELHO NACIONAL DE EDUCAÇÃO
CÂMARA DE EDUCAÇÃO SUPERIOR

INTERESSADO: Conselho Nacional de Educação/Câmara de Educação Superior		UF: DF
ASSUNTO: Diretrizes Curriculares Nacionais para o Curso de Graduação em Relações Públicas.		
COMISSÃO: Gilberto Gonçalves Garcia (relator), Arthur Roquete de Macedo (presidente)		
PROCESSO Nº: 23000.013995/2010-54		
PARECER CNE/CES Nº: 85/2013	COLEGIADO: CES	APROVADO EM: 14/3/2013

I – RELATÓRIO

Introdução

Após uma década da elaboração das Diretrizes Curriculares Nacionais para os Cursos de Graduação em Comunicação Social (Pareceres CNE/CES n^{os} 491/2001 e 1.363/2001 e Resolução CNE/CES n^o 16/2002) e suas habilitações, veem-se os cursos correlatos, como é o caso do de Relações Públicas, diante da imperiosa necessidade de atualização de seus parâmetros básicos de organização pedagógica. De um lado, devido às intensas mudanças sociais, nas bases tecnológicas e nos próprios fazeres do campo da comunicação; de outro, devido ao desenvolvimento do campo científico da comunicação.

Notadamente no que se refere às relações públicas, evidencia-se ainda, de forma mais contundente, essa demanda. O momento atual encerra grande desafio no campo da comunicação voltada para as organizações, uma vez que os redirecionamentos precisam contemplar essa nova realidade vivida pelas organizações e também pela sociedade em geral, ou seja, a emergência de novas formas e meios de comunicação digital e exigências políticas de uma sociedade plural, democrática, fundada na diversidade. O crescimento das práticas de relações públicas, portanto, exige – sob os pontos de vista técnico, estético e ético – profissionais com novas competências.

O profissional de relações públicas está apto a atuar nas áreas de comunicação nas organizações públicas, privadas e do terceiro setor, por meio do estabelecimento de políticas, estratégias e instrumentos de comunicação e relacionamento; realiza atividades de pesquisa e análise, de assessoria e consultoria, de planejamento e de divulgação, podendo ser também um empreendedor da área para diversos segmentos.

A formação desses profissionais, no Brasil, é feita hoje por 107 cursos, estimando-se um contingente de 3.200 egressos em todo o país.¹ Desde 2006, o conjunto de cursos de Relações Públicas é avaliado pelo Exame Nacional de Desempenho dos Estudantes – Enade.

¹ Tomando por base o total de concluintes avaliados pelo Enade 2006, estimativa de alunos em curso em 2009.

1 Do processo de trabalho da comissão de especialistas

A Comissão de Especialistas, instituída pela Portaria MEC/SESu nº 595, de 24 de maio de 2010, para formular as Diretrizes Curriculares Nacionais para os Cursos de Graduação em Relações Públicas, foi formada por sete integrantes, com composição representativa em termos regionais e com atuação profissional e acadêmica reconhecidas. Nela figuraram os professores: Margarida Maria Krohling Kunsch (presidenta), Cláudia Peixoto de Moura, Esnél José Fagundes, Márcio Simeone Henriques (relator), Maria Aparecida Viviani Ferraz, Paulo Roberto Nassar de Oliveira e Ricardo Ferreira Freitas.

A Comissão estabeleceu, como estratégia, a escuta dos diversos segmentos envolvidos (estudantes, professores, profissionais, empresários e representantes da sociedade civil), realizando consulta virtual e audiências públicas em cada uma das cinco regiões brasileiras. Também contou com diversas contribuições de entidades empresariais, profissionais e de ensino, cujas manifestações foram todas devidamente consideradas. Por fim, procedeu a levantamentos e análises sobre a situação a atividade dos cursos de graduação em Relações Públicas no Brasil e no mundo.

Com todo o processo documentado, a Comissão produziu seu relatório e o encaminhou ao Ministério da Educação em 20 de outubro de 2010. Os subsídios, à época colhidos, reforçaram a necessidade de reposicionar a formação discente, tendo em vista a grande expansão dos campos profissional e acadêmico e a patente desatualização dos parâmetros até então estabelecidos para os cursos de comunicação social (nos quais, até o momento, relações pública figura como habilitação).

1.1 Da consulta pública virtual

Através de formulário no portal do MEC, foi aberta consulta pública virtual, vigente no período de 30 de julho a 30 de setembro de 2010, para acolhida de sugestões à proposta das novas diretrizes. A Comissão propôs manifestação pública acerca das seguintes questões:

- a) O perfil desejável do profissional de relações públicas diante das transformações políticas, culturais, sociais e tecnológicas contemporâneas;
- b) As competências a serem construídas na formação superior desse profissional em termos de conhecimentos, habilidades, atitudes e valores;
- c) Mecanismos e instrumentos de formação desse profissional pela academia.

Cento e dezenove contribuições foram recebidas de todas as partes do país, discriminadas segundo o quadro abaixo:

<i>Categoria</i>	<i>N.o de contribuições</i>
Estudantes	51 (42,86%)
Profissionais de RP	50 (41,02%)
Outros profissionais	02 (1,68%)
Professores	16 (13,44%)
Total	119 (100%)

1.2 Das audiências públicas regionais

Quanto às audiências públicas, foram realizadas cinco edições regionais, conforme demonstra o quadro abaixo:

<i>Região</i>	<i>Local</i>	<i>Data</i>	<i>N.o de participantes</i>
Sul	Porto Alegre/RS	19/8/2010	71
Sudeste	São Paulo/SP	27/8/2010	76
Nordeste	Recife/PE	13/9/2010	40
Norte	Manaus/AM	14/10/2010	83
Centro-Oeste	Brasília/DF	18/10/2010	22
Total			292

As respectivas audiências tiveram como pauta norteadora das discussões as seguintes questões:

- a) Quais os objetivos para a formação em relações públicas?
- b) Qual o perfil desejado para o egresso?
- c) Quais as competências a serem desenvolvidas no curso?
- d) Quais os conteúdos curriculares orientadores para a formação em relações públicas?
- e) Que critérios podem definir padrões de qualidade para o curso?
- f) Que interfaces caracterizam a integração de relações públicas com outras áreas?

Por fim, as audiências foram registradas em gravações de áudio e em relatório executivo. Todas as informações foram sistematizadas e analisadas pela Comissão.

1.3 Das contribuições institucionais recebidas pela comissão

Além da consulta virtual e das audiências públicas, foram recebidas e consideradas outras contribuições da sociedade civil organizada. Destaco, neste aspecto, os documentos das seguintes instituições:

- a) Associação Brasileira das Empresas de Comunicação
- b) Associação Brasileira de Comunicação Empresarial (ABERJE);
- c) Conselho Federal de Profissionais de Relações Públicas (CONFERP);
- d) Coordenadores de Cursos de Relações Públicas de IES de Belo Horizonte (UNA, Newton Paiva, Anhanguera, UNI-BH e PUC-MG);
- e) Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (URGS);
- f) Fórum dos Coordenadores de Cursos de Relações Públicas do Rio Grande do Sul (FOCORP);
- g) Pontifícia Universidade Católica de Campinas (PUCCamp);
- h) Universidade Cruzeiro do Sul (UNICSUL);
- i) Universidade Estadual de Londrina (UEL);
- j) Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG);
- k) Universidade Metodista de São Paulo (UMESP).

2 Do contexto das relações públicas na sociedade contemporânea

Os processos sociais e culturais mais amplos que se instauram, na atualidade, a partir das transformações decorrentes da globalização econômica, têm colocado no centro do debate as ações da comunicação. No âmbito dessa agenda, situam-se as considerações sobre o deslocamento propiciado pela generalização da comunicação e das interações mediadas, em

suas possibilidades inerentes de produzir a compreensão, pelo consenso compartilhado, privilegiando interesses coletivos e públicos, ou de estabelecer o seu uso estratégico, para a consecução de objetivos privados e particularistas.

Os progressos técnicos da comunicação têm impactado profundamente as identidades profissionais e sociais do campo da comunicação, pressionando suas práticas a um constante processo de reflexão e renovação. Antes marcadas por procedimentos consagrados e invariantes, as rotinas produtivas destes profissionais se veem tensionadas por um conjunto de relações flexíveis e de inovações crescentes, instauradas pelo mercado de trabalho. Assim, estabelecer a importância das relações públicas na sociedade contemporânea requer a compreensão das configurações sociais, econômicas, tecnológicas, políticas e culturais, que emergem da globalização econômica, em suas conexões e enfrentamentos. Exige, ainda, o reconhecimento de espaços de sociabilidade, afetividade e associativismo, permeados por processos comunicativos, hoje essenciais à institucionalização desses emergentes atores sociais, que apresentam novas agendas de atuação política, em esferas públicas e privadas, em termos locais, regionais e globais. Nesse panorama, associado à precarização do trabalho, o consumo assume importância jamais vivida pelo cidadão, obrigando-o a viver em permanente estado de mudança. Mudança de objetos, de trabalho, de espaço, além de prejuízos à preservação da memória individual e social.

Diante da globalização (econômica) e da mundialização (cultural), as diversas variáveis de relações que se estabelecem nas esferas públicas e privadas – por conta dos processos, imbricados e complexos, típicos da realidade contemporânea – apresentam possibilidades e oportunidades à atuação dos profissionais de relações públicas. Este profissional é especialmente necessário no terreno das vinculações, articulações, mediações e trânsitos, em que novas instâncias de poder desenvolvem programas e projetos em busca de uma outra ordem institucional.

Neste cenário, importa destacar o papel da sociedade civil organizada em torno das questões políticas da regulação e do exercício da cidadania, instauradas pelos processos de democratização das relações humanas e sociais e de produção de conteúdos. O desempenho das organizações privadas, cujo envolvimento em projetos e programas de responsabilidade corporativa tem promovido a generalização de objetivos sociais, ambientais e culturais, transforma, de modo idêntico, as políticas empresariais nas bases dessa nova ordem institucional, rompendo as articulações ainda permeadas de contradições e conflitos entre empresas e comunidades.

Neste caso, a sinergia entre as relações públicas e inúmeras áreas do conhecimento, operada pela comunicação organizacional integrada, ao se pautar “por políticas que privilegiem o estabelecimento de canais efetivos de diálogo” e promover “a abertura das fontes e a transparência de suas ações”, é fundamental à instrumentalização de propostas de acessibilidade a projetos institucionais.² Impõe-se ainda a compreensão da comunicação como um processo que se generaliza, por conta das transformações operadas pelas recentes tecnologias de informação, tornando-se constitutiva da contemporaneidade, ao caracterizar o cenário dos debates e controvérsias em torno das questões sociais, econômicas, ambientais, tecnológicas, culturais e políticas do nosso século.

Neste sentido, os desafios que se apresentam aos profissionais de relações públicas envolvem o entendimento da atividade como forma de ação política e institucional, por seu engajamento profissional no campo dos debates que se travam atualmente em torno das

² KUNSCH, Margarida M. Krohling. Perspectivas e desafios para as profissões de comunicação no terceiro milênio. In: KUNSCH, Margarida M. Krohling. (Org.). **Ensino de comunicação: qualidade na formação acadêmico-profissional**. São Paulo: ECA/USP; Intercom, 2007. p. 97.

representações e articulações dos interesses em jogo nas esferas públicas e privadas. É fundamental compreendê-la também como um fenômeno inerente à comunicação, tendo em vista que “aquele que se comunica, seja indivíduo ou grupo, envolve-se em relações públicas, pois a comunicação, enquanto compartilhamento de sentidos e de experiências, é o ato de tornar público algo que até então era privado”.³

Atuando necessariamente como um dos articuladores de políticas de comunicação de empresas e instituições, trabalhando de forma integrada principalmente com profissionais oriundos de outros campos, os profissionais de relações públicas, em sentido lato, constituem-se em agentes de mudança, pelo desenvolvimento, planejado e contínuo, da mobilização de indivíduos e grupos.

Ao descrever a gama de atividades dos profissionais de relações públicas, em nível global, Nassar⁴ destaca entre suas principais habilidades “[...] a análise do ambiente organizacional nas dimensões do passado, presente e futuro (tendências) e as necessidades – planejamento, coordenação, ação, controle e aconselhamento – da gestão relacional e comunicacional da empresa ou instituição frente às demandas da sociedade e das redes de públicos, entre eles os empregados, a comunidade, a imprensa, os acionistas, as organizações não governamentais, os investidores e os governos”. Internacionalmente, [...] essas habilidades se expressam em uma extensa gama de atividades e papéis que envolvem itens como assuntos públicos e *lobbying*, comunicação digital e redes sociais e especialidades como a comunicação interna, estratégia de comunicação, *branding* e comunicação de *marketing*, gestão de crises, gestão da reputação organizacional, gestão da sustentabilidade, relacionamento com a mídia, gestão de eventos. Neste ambiente, devem ser enfrentadas as possibilidades de compreensão da comunicação, em sua dimensão ética, ao considerarmos que os atributos necessários à mobilização social estão na possibilidade de se efetivar uma comunicação “dialógica, libertadora e educativa”.⁵

As relações públicas se situam no âmbito das interfaces público-privado, sendo fundamentais no estabelecimento de consenso em torno das demandas de interesse público e no desenvolvimento de políticas de comunicação integrada, que norteiam o relacionamento sistemático com variados públicos e grupos. Trata-se de processo de mediação e de produção de sentido, que focaliza a constituição relacional destas duas instâncias – o público e o privado – problematizadas na atualidade pela emergência de uma nova esfera pública, em que múltiplos atores buscam respostas às questões apresentadas pela globalização econômica.

A concepção de esfera pública, por exemplo, vem sendo resgatada, tendo em vista tornar manifestos os projetos, opiniões, valores e princípios, que são defendidos pelos diversos atores sociais que constituem uma sociedade civil, ainda plural e multifacetada. Novas formas de associativismo vêm sendo praticadas, constituindo o terceiro setor uma esfera de representação dos interesses de amplas e diversas redes de relacionamento. Assim, no contexto das ações ali desenvolvidas, surge uma nova concepção de públicos, como “agrupamentos em forma de rede, essencialmente flexíveis, que precisam ser compreendidos como complexos sistemas de relacionamento”.⁶

³ FEARING, Franklin. A comunicação humana. In: COHN, Gabriel. **Comunicação e indústria cultural: leituras de análise dos meios de comunicação na sociedade contemporânea e das manifestações de massa**. São Paulo: Cia Editora Nacional; Edusp, 1971. p. 59-60.

⁴ NASSAR, Paulo. O profissional de Relações Públicas no ambiente corporativo global. São Paulo: ABERJE, 2010.

⁵ HENRIQUES, Márcio Simeone. Introdução. In: HENRIQUES, Márcio Simeone. (Org.). **Comunicação e estratégias de mobilização social**. Belo Horizonte: Autêntica, 2004. p. 25.

⁶ HENRIQUES, Márcio Simeone. Introdução. In: HENRIQUES, Márcio Simeone. (Org.). **Comunicação e estratégias de mobilização social**. Belo Horizonte: Autêntica, 2004. p. 12.

A necessidade de compartilhar interesses entre agentes coletivos diversificados tem revolucionado, nas relações públicas, a concepção de públicos, gerando tipologias mais flexíveis e adequadas ao protagonismo social, mesmo que se possa estratificá-los também como segmentos de mercado. Assim, embora o mercado tenha-se transformado em uma das principais matrizes estruturadoras da vida social e política, sobrepujando fronteiras e identidades nacionais, sua influência se exerce em um “universo aberto”. No mundo contemporâneo, as definições em torno das identidades ainda permanecem, pois, ao mesmo tempo em que se engajam na globalização, os atores sociais também buscam afirmar suas raízes.⁷

Todo este processo coloca em cena a articulação inédita entre o público e o privado, que se manifesta em uma nova coletividade, gerada em sociedade estruturada e ambientada pela comunicação, reafirmando, sobretudo, a atualidade da questão democrática. A comunicação, como observa Wolton, é elemento essencial do jogo democrático, pois, assim como exige reciprocidade, “necessita do reconhecimento do outro”.⁸ Neste sentido, a esfera pública é algo que se constitui enquanto espaço que sustenta a diversidade humana e que introduz as noções de transparência e *accountability*, encontrando, no diálogo e na ação comunicativa, a expressão ideal típica da dialética das relações público-privado.⁹

Na dimensão social, ainda que a nova ordem internacional tenha-se nutrido da exclusão social e da degradação ambiental, há tensão constante entre o processo de globalização – que norteia a política dos Estados nacionais, pelo agravamento da crise social – e o surgimento de grupos marginalizados e apartados nestes territórios. A pressão das questões sociais, notadamente ligadas aos direitos humanos, bem como das questões ambientais, vem gradualmente acentuando a necessidade de democratização das mídias, de modo que se construa de uma agenda plural, que reflita a polarização presente na sociedade e na opinião pública.

Ao compreendermos a globalização em seus aspectos plurais, observamos que há também internacionalização das demandas sociais, no sentido de superação de ações particularistas, sejam de governos ou empresas transnacionais, fundamentadas em orientação que expresse necessidades irreversíveis do gênero humano. Democratização e universalização dos direitos, solidariedade internacional, maior cooperação e regulação mundial, são as novas palavras de ordem. O tema dos direitos ganha destaque, como construção histórica direcionada ao aprimoramento político da convivência coletiva, apontando para o reconhecimento de que “direitos do homem, democracia e paz são os três momentos necessários do mesmo movimento histórico”.¹⁰

Na sociedade da comunicação generalizada, há a necessidade crescente de políticas de comunicação e de visibilidade pública, que envolvam as organizações de todo tipo em confronto com o significado social de suas ações e, portanto, com as questões públicas, ou seja, aquelas negociadas em torno do interesse público. Surge, assim, como uma necessidade ética da profissão, o exercício compatível com a prevalência do interesse público.¹¹ Na gestão do processo de relacionamento público-privado, as relações públicas inserem-se nos diversos formatos de organização social, em suas relações com a sociedade e públicos de interesse, analisando conflitos e controvérsias e objetivando a legitimação das demandas ou ações desses grupos organizados.

⁷ WOLTON, Dominique. **É preciso salvar a comunicação**. São Paulo: Paulus, 2006.

⁸ WOLTON, Dominique. **É preciso salvar a comunicação**. São Paulo: Paulus, 2006. p. 219.

⁹ JOVCHELOVITCH, Sandra. **Representações sociais e esfera pública**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.

¹⁰ BOBBIO, Norberto. **A era dos direitos**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

¹¹ ANDRADE, Candido Teobaldo de Souza. **Psicossociologia das Relações Públicas**. São Paulo: Loyola, 1989.

Como observa Thompson, instaura-se novo “regime de visibilidade mediada”¹², criado por crescente sistema de comunicação globalizado, que, embora estruturado pelas organizações midiáticas, representa significativo desenvolvimento histórico, ao colocar em cena os problemas da administração e da legitimação do poder e das relações públicas.

Assim, no contexto contemporâneo, como atividade e profissão, as relações públicas é importante fator de desenvolvimento econômico e social, pelas possibilidades que apresentam de agregar valor, seja aos processos educativos para a mobilização social, seja às formas de institucionalização da empresa cidadã: as duas faces da nova moeda que circula pelo mundo globalizado. Tanto vinculando-se aos objetivos de grupos e associações, que privilegiam o interesse público, quanto desenvolvendo ações legitimadoras de organizações empresariais, as relações públicas são importante fator de potencialização dos atores sociais, dos públicos e do almejado reconhecimento social das entidades empresariais, para além do modelo publicitário ou mercadológico.

Nesta rede, formada pelo público e privado, também atuam diversos atores sociais, criando espaços de solidariedade plurais, sejam de construção de identidades ou de atuação conjugada em projetos sociais, em conexões que passam a fazer parte do cotidiano de milhares de indivíduos, grupos e organizações. Segundo Peruzzo¹³, esta nova realidade vem constituindo “comunidades virtuais” e operando mutações significativas no conceito tradicional de comunidades, pelo necessário trânsito entre o ciberespaço e a realidade concreta de seus agentes e atores. A emergência dessas novas formas de ação social transformadora tem apresentado novas agendas públicas, centradas nos temas da democratização, da cidadania e dos direitos humanos e sociais, a partir de iniciativas dinâmicas, que podem, apesar de sua dispersão geográfica, desenvolver rapidamente propostas e objetivos comuns no plano internacional.

As relações públicas já têm assegurado o seu reconhecimento social¹⁴, tendo em vista que “a comunicação desempenha um papel-chave”, na atualidade, pois “é uma dimensão de todos os setores, um vetor intensamente ramificado de transformação social”¹⁵. Como destaca Moura, a trajetória da formação superior em relações públicas, no Brasil, está associada às diversas estruturas curriculares delineadas há cinco décadas¹⁶, cujas normas foram estabelecidas há mais de quatro décadas”. Na atualidade, as fortes mudanças sociais, econômicas, culturais, políticas e tecnológicas pedem o estabelecimento de novas diretrizes curriculares, que consolidem as relações públicas como campo teórico e profissional atualizado com identidade fortemente definida a partir de teorias e práticas próprias e interfaces com inúmeros campos profissionais e do conhecimento.¹⁷

As relações públicas e a comunicação organizacional constituem hoje campos acadêmicos e científicos próprios, com pesquisas, teorias e literatura reconhecidas mundialmente.

¹² THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

¹³ PERUZZO, Círcia Maria Krohling. **Comunicação e movimentos populares**: quais redes? São Leopoldo, RS: Unisinos, 2002. p. 295.

¹⁴ KUNSCH, Margarida M. Krohling. Perspectivas e desafios para as profissões de comunicação no terceiro milênio. In: KUNSCH, Margarida M. Krohling. (Org.). **Ensino de comunicação**: qualidade na formação acadêmico-profissional. São Paulo: ECA/USP; Intercom, 2007. p. 87-101.

¹⁵ DOWBOR, Ladislau. Economia da comunicação. In: DOWBOR, Ladislau. et al. (Orgs.). **Desafios da comunicação**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000. p. 47-61.

¹⁶ MOURA, Cláudia Peixoto de. “O Curso de Comunicação Social no Brasil: do currículo mínimo às novas diretrizes curriculares”. Porto Alegre: Edipucrs, 2002 (Coleção Comunicação, v. 21).

¹⁷ KUNSCH, Margarida M. Krohling. Perspectivas e desafios para as profissões de comunicação no terceiro milênio. In: KUNSCH, Margarida M. Krohling. (Org.). **Ensino de comunicação**: qualidade na formação acadêmico-profissional. São Paulo: ECA/USP; Intercom, 2007. p. 87-101.

O Brasil, graças a comunidade acadêmico-científica atuante, deu um salto qualitativo e quantitativo na produção nessas duas áreas, nas duas últimas décadas. Em 2009, foram lançadas obras históricas, reunindo grande número de estudiosos, que expressam o pensamento comunicacional brasileiro sobre esses campos no País. Já no campo profissional, a constituição de assessorias e consultorias sob um escopo mais amplo de atuação, seja dentro das organizações, seja como contratações terceirizadas, acompanha o significativo desenvolvimento econômico e social pelo qual o Brasil vem passando.

Todo esse crescimento não se fez acompanhar de evolução significativa da maioria dos cursos, em grande medida por falta de referências mais concretas para a formação. As discussões apontaram que contribuiu para isso a diluição das especialidades de formação nos cursos de comunicação em suas diferentes habilitações.

3 Da justificativa das diretrizes curriculares de relações públicas

A trajetória da formação superior em relações públicas no Brasil está associada às diversas estruturas curriculares delineadas há cinco décadas¹⁸, cujas normas foram estabelecidas há mais de quarenta anos. Sua institucionalização no País se deu a partir do modelo concebido pelo Ministério de Educação e das sucessivas reformas curriculares implementadas, a partir de 1969, para formatação do curso de comunicação social, com as respectivas habilitações de jornalismo, publicidade e propaganda, relações públicas, radialismo (rádio e televisão), cinema e produção editorial/editoração. Ou seja, a formação profissional universitária de relações públicas se estabeleceu no âmbito da Comunicação Social comunicação social e em conexão com as subáreas afins.

De modo específico, as atividades de relações públicas envolvem todas as ações de uma organização de qualquer natureza, no sentido de estabelecer e manter, pela comunicação, a compreensão mútua com os públicos aos quais está direta ou indiretamente ligada. Dirigem-se primordialmente à consecução de objetivos institucionais, identificando, propondo e/ou implementando soluções para aprimorar a gestão das organizações. Constituem práticas voltadas para a gestão de relacionamentos, que se materializa pelo uso de técnicas de comunicação no ambiente organizacional, seja de organizações públicas, privadas ou do terceiro setor. Diante disso, a prática das atividades próprias de relações públicas envolve, ao mesmo tempo, duas grandes vertentes de conhecimento:

- (a) Da comunicação: compreensão das correntes teóricas do campo das ciências da comunicação, historicamente situadas e atualizadas segundo os movimentos de transformação tecnológica, social, cultural e política. É no quadro de reflexão e análise sobre os fenômenos comunicacionais que se situa a possibilidade concreta de compreender as diferentes mídias e suas linguagens e as diferentes estratégias que se configuram no espaço público pelos mais diversos atores – incluindo aí as organizações e seus públicos.
- (b) Das organizações: compreensão das formas organizacionais na sociedade, suas estratégias de gestão, sua inserção mercadológica e política e seus impactos ambientais, econômicos, sociais e culturais.

Estas duas vertentes demandam algumas características marcantes para a formação profissional, dentre as quais merecem destaque:

¹⁸ MOURA, Cláudia Peixoto de. “O Curso de Comunicação Social no Brasil: do currículo mínimo às novas diretrizes curriculares”. Porto Alegre: Edipucrs, 2002 (Coleção Comunicação, v. 21).

- a) Forte interface com várias áreas de saberes e práticas, capazes de prover tanto conhecimentos gerais como específicos;
- b) Necessidade de atualização permanente de suas articulações, diante das rápidas transformações e da consequente reconfiguração constante das práticas.

Estes dois fatores sugerem que não se devam limitar as concepções de relações públicas a estreitas fronteiras de conhecimentos específicos desta atividade. Os cursos devem ser concebidos segundo princípios dinâmicos e flexíveis, de modo que se incorporem as inovações e avanços teóricos e práticos e se insira constantemente os temas e preocupações contemporâneos.

Já há vários anos cresceu a percepção de que programas de relações públicas devem ser concebidos e implementados sob a égide de uma comunicação integrada, pela qual se aliam à dimensão institucional as modalidades administrativa, interna e mercadológica da comunicação das organizações. Por isso mesmo, a capacidade de adaptar-se às múltiplas demandas da gestão organizacional e de realizar atividades em conjunto com outros profissionais (de comunicação e de outras áreas) requer um relações-públicas com visão ampla e geral, sem abrir mão de perspectivas específicas sobre as formas de comunicação com os públicos.

Também é fundamental o conhecimento integrado das práticas jornalísticas, publicitárias, audiovisuais etc. Desta forma a autonomia do curso de Relações Públicas não significa distanciamento dos outros cursos da área da comunicação. Considera-se essencial essa inter-relação, materializada na consecução de projetos comuns de ensino, pesquisa e extensão, ou mesmo na oferta comum de atividades didáticas.

Nesta perspectiva, o desafio está em buscar a formação que contemple as possibilidades de conhecer e analisar especificamente o relacionamento entre organizações e públicos, sem, no entanto, circunscrever excessivamente o conjunto de práticas e limitar as possibilidades de atuação em campos inovadores.

A especialização na formação se concentra no conhecimento dos aspectos cruciais das relações que se dão no espaço público, na constante análise do conflito privado-público, no planejamento de comunicação para os processos de gestão organizacional, no estabelecimento de processos de negociação entre organizações e públicos e no conhecimento aplicado das mídias, tecnologias e linguagens. No entanto, é importante haver base teórico-conceitual bem mais ampla da área da comunicação, seja a da visão sobre os processos sociais contemporâneos, seja a das articulações com a cultura e a política. Ainda mais porque os estudos da comunicação são centrais para prover concepção humanística, crítica e ética sobre os processos de relações públicas, tornando este um diferencial importante em relação à concepção de outras áreas. É aí que se reconhece também a contribuição fundamental de conjuntos de conhecimentos das ciências humanas e sociais (como filosofia e sociologia, por exemplo). As evidentes interfaces com outras áreas, como a da administração, embora importantes para a atuação profissional, não podem, contudo, obscurecer a vinculação fundamental das relações públicas com os conhecimentos da área da comunicação.

A capacidade analítica e de produção de conhecimentos pelos que se dedicam à atividade de relações públicas torna singular esta prática, no sentido de requerer constante desenvolvimento científico. Não por acaso, a produção científica de relações públicas tem-se ampliado e enriquecido com o desenvolvimento exponencial nos últimos anos de estudos sobre a comunicação organizacional. Embora não se negue a necessidade de prover práticas consistentes no âmbito dos cursos, estes não devem se limitar às noções instrumentais e precisam enfrentar o desafio de conectar todo o tempo tais práticas aos fundamentos teórico-conceituais. Com isso, torna-se também essencial a articulação sólida e permanente entre a formação específica da graduação e a pós-graduação em comunicação.

O largo espectro desejável de formação, manifestado com insistência por profissionais, estudantes e professores, revela também a insuficiência dos conhecimentos apenas em nível de graduação, tornando desejável obtenção continuada em nível de pós-graduação (*lato e stricto sensu*). Desta forma, a graduação deve ser um momento privilegiado para munir os estudantes dos conhecimentos básicos específicos e também abrir os seus horizontes para o campo da comunicação em geral (teorias e práticas) e das suas áreas de interface. Deve contemplar um conjunto significativo de atividades complementares, devidamente incorporadas ao currículo, como estímulo ao estudante para uma apreensão mais livre e dinâmica de conhecimentos.

Por fim, as diretrizes curriculares nacionais para a área devem estimular as instituições de ensino a compor seus projetos pedagógicos e suas matrizes curriculares, adotando linhas de formação mais adequadas às suas vocações e às suas realidades locais e regionais. O foco em tópicos e temas específicos pode guiar a formação mais adequada ao aproveitamento dos egressos no mercado profissional, como também promover maior diversidade de enfoques na produção científica.

4 Das diretrizes nacionais do curso de Relações Públicas

4.1 Organização geral e estrutura do curso

4.1.1 Princípios gerais

- a) - **Projeto pedagógico e matriz curricular** - Os projetos pedagógicos dos cursos deverão contemplar o caráter estratégico das relações públicas na gestão dos processos de comunicação das organizações. Os aspectos sociais, culturais e relacionais serão considerados na interação com os públicos e na política, no planejamento e nas ações da comunicação organizacional. A reflexão e a crítica acompanharão os processos comunicativos, produzindo conhecimentos e práticas adequadas às mudanças e demandas, sem perder a ênfase nos interesses da sociedade. É imprescindível a preocupação com a formação humanística, crítica e ética e com a formação multidisciplinar. Dever-se-á garantir oferta de disciplinas e atividades didáticas optativas, de livre escolha do aluno.
- b) - **Linhas de formação e regionalização** - Em seus projetos pedagógicos, as instituições de ensino ofertantes poderão definir suas linhas de formação específicas, apresentando identidade mais precisa e marcada para o profissional de relações públicas. Observando as diretrizes, as instituições podem adotar linhas de formação condizentes com suas demandas sociais, sua vocação e sua inserção regional e local.
- c) - **Articulação teórico-prática** - A pesquisa será considerada elemento constitutivo e fundamental do currículo, uma vez que possibilita aos cursos buscar o equilíbrio entre a teoria e a prática e estabelecer conexão com as disciplinas que tratam da operacionalidade das funções de relações públicas, voltadas ao conhecimento e análise da prática profissional e do mercado de trabalho. Em seu desempenho, a pesquisa lança mão de mecanismos ativos no processo ensino-aprendizagem (trabalhos de campo, formação de equipes, atividades de extensão, maior exposição a situações reais) e de resoluções de situações-problema, aliando o conhecimento adquirido à capacidade do egresso de propor alternativas, isto é, de ser proativo na busca de formas inovadoras de atuação no mercado de trabalho.

- d) - **Atualização** - Os cursos deverão oferecer condições para que os alunos desenvolvam conhecimentos e práticas em mídias digitais, utilizando recursos tecnológicos sempre atualizados. Também é fundamental a constante renovação de conhecimentos teórico-práticos na área, através da capacitação permanente dos docentes e da participação destes e dos discentes em fóruns acadêmicos e profissionais. A atualização dos recursos deve estimular ainda as atividades de iniciação científica e de extensão no âmbito da graduação.
- e) **Autonomia e integração** – O curso deverá garantir a autonomia do aluno, em face de seu próprio processo de aprendizagem, produção de conhecimento e integração entre as diversas áreas profissionais da comunicação e outros campos do saber. Deverá encorajar a integração entre egressos e estudantes para a troca de experiências, assim como formas de acompanhamento e avaliação da inserção no mercado de trabalho.

4.1.2 Carga horária total

A carga horária total do curso de Relações Públicas será de 3.200 (três mil e duzentas) horas, assim distribuídas:

- a) 2.800 (duas mil e oitocentas) horas para as atividades didáticas – de cunho teórico e prático, tanto as obrigatórias como as optativas – para os quatro eixos de formação, sendo, pelo menos, 1.400 (mil e quatrocentas) horas para o eixo de formação em relações públicas – o que inclui a carga de 150 (cento e cinquenta) horas destinada ao trabalho de conclusão de curso –, e as outras 1.400 (mil e quatrocentas) horas para os eixos de formação geral, de formação em comunicação e de formação complementar.
- b) 200 (duzentas) horas para estágio supervisionado.
- c) 200 (duzentas) horas para atividades complementares.

4.1.3 Estrutura laboratorial

A instituição de educação superior deverá criar e manter laboratórios de relações públicas como local catalizador e organizador das atividades práticas do curso. Os laboratórios devem servir como elemento de integração entre as atividades de ensino, pesquisa e extensão e as práticas do mercado profissional. É fundamental que, além desta estrutura específica, o curso conte também com espaços, equipamentos e *softwares* indispensáveis para a execução de diversos produtos midiáticos destinados à realização de pesquisas quantitativas e qualitativas, garantida, obviamente, a constante atualização desses recursos tecnológicos, com o monitoramento e apoio de funcionários técnicos especializados. Deve também ser estimulada a criação de empresas juniores no âmbito das IES.

4.1.4 Estágio Supervisionado

O estágio supervisionado deverá ser atividade obrigatória de vivência profissional, executada interna ou externamente à IES, componente do currículo [200 (duzentas) horas] e regulamentado pelos colegiados acadêmicos da instituição, em consonância com a Lei n.º 11.788, de 25/9/2008. Deverá ser atividade exercida especialmente sob os seguintes critérios: (a) seja supervisionado por profissional de relações públicas da empresa concedente; e (b) tenha aplicação de mecanismos efetivos de orientação e avaliação pelas instituições de ensino e pelas entidades concedentes.

4.1.5 Atividades complementares

Os cursos deverão considerar, para efeito de complementação da carga horária, atividades complementares realizadas dentro ou fora da instituição de ensino, num total de 200 (duzentas) horas. Tais atividades, como projetos de iniciação científica e de extensão, publicações, participação em cursos, oficinas, eventos, seminários e congressos científicos e profissionais, disciplinas em outros cursos, devem prever acompanhamento, orientação e avaliação de docentes do curso, segundo critérios regulamentados no âmbito de cada instituição de ensino.

4.1.6 Trabalhos de conclusão de curso

As instituições deverão oferecer a realização do trabalho de conclusão de curso com carga horária de 150 (cento e cinquenta) horas em duas modalidades para escolha dos discentes, a saber: (a) trabalho monográfico, individual, podendo versar sobre tema específico de relações públicas ou estudos do campo da comunicação, de modo mais amplo, e/ou (b) trabalho específico de relações públicas aplicado a organizações do primeiro, segundo ou terceiro setores, elaborado individualmente ou em grupo, acompanhado de fundamentação, reflexão teórica e intervenção documentada. Em ambos os casos, o trabalho deverá ser orientado por docente do curso e avaliado por banca composta por docentes e/ou profissionais, conforme resolução específica da instituição de ensino.

4.2 Perfil do egresso

4.2.1 Geral

O egresso do curso de Relações Públicas deverá ser profissional ético, humanista, crítico e reflexivo, que revele as seguintes características pessoais:

- a) Capacidade acurada de análise conjuntural, de forma que lide quantitativa e qualitativamente com dados estatísticos, econômicos e sociais, transformando-os em indicadores para a elaboração de políticas de comunicação;
- b) Percepção das dinâmicas socioculturais, tendo em vista interpretar as demandas dos diversos tipos de organizações e dos públicos;
- c) Compreensão das problemáticas contemporâneas, decorrentes da globalização, das tecnologias de informação e da comunicação e do desenvolvimento sustentável, necessários ao planejamento de relações públicas;
- d) Entendimento do campo técnico-científico da comunicação, capaz de estabelecer visão sistêmica das políticas e estratégias de relacionamentos públicos;
- e) Capacidade de liderança, negociação, tomada de decisão e visão empreendedora.

4.2.2 Competências

4.2.2.1 Gerais

- a) Dominar as linguagens e as técnicas utilizadas no processo de comunicação e nas diversas mídias, articulando as dimensões de criação, produção e interpretação;
- b) Articular, de forma interdisciplinar, as interfaces existentes nas diferentes áreas da comunicação e de outros campos do saber, promovendo a integração teórico-prática;

c) Atuar em consonância com os princípios éticos de comunicação para a cidadania, considerando as questões contemporâneas sobre temas ligados aos direitos humanos, meio ambiente e sustentabilidade;

d) Produzir conhecimento científico no campo da comunicação e na área das relações públicas e exercer a docência.

4.2.2.2 Específicas

a) Desenvolver pesquisas, estratégias e políticas que favoreçam a interpretação qualificada da conjuntura sócio-organizacional;

b) Criar, executar e avaliar planos, programas, campanhas e projetos estratégicos de relações públicas, integrados às demandas organizacionais e da opinião pública;

c) Sistematizar os repertórios necessários à prática profissional, nos âmbitos da gestão de processos comunicacionais, da cultura organizacional e das inovações tecnológicas;

d) Utilizar técnicas e instrumentos adequados ao desenvolvimento de atividades específicas: assessoria de imprensa, organização de eventos, cerimonial e protocolo, ouvidoria, comunicação interna, pesquisa de opinião pública e de mercado;

e) Realizar serviços de auditoria, consultoria e assessoria de comunicação de empresas;

f) Atuar de forma qualificada em atividades de relações governamentais e comunicação pública;

g) Administrar crises e controvérsias, promovendo ações para a construção e preservação da imagem e da reputação das organizações.

4.3 Seleção e organização dos conteúdos

Os conteúdos curriculares do curso de Relações Públicas deverão ser organizados em quatro grandes eixos temáticos: (1) Formação Geral; (2) Formação em Comunicação; (3) Formação em Relações Públicas e (4) Formação Suplementar. Será indicado para cada eixo o conjunto de conteúdos básicos, que podem ser contemplados em diversas atividades didáticas tais como disciplinas, oficinas, atividades laboratoriais, discussões temáticas, seminários etc.

4.3.1 Formação Geral

O eixo de Formação Geral deverá contemplar conteúdos de cultura geral e de formação ética e humanística. Deverá prever disciplinas baseadas essencialmente em conhecimentos das Humanidades e das Ciências Sociais Aplicadas; da filosofia e da sociologia, com foco na ética e nas questões da sociedade contemporânea, em especial nas questões ligadas aos temas dos direitos humanos, educação ambiental e sustentabilidade. Podem ser agregados a este eixo conteúdos gerais de formação em economia, direito, antropologia, psicologia, estética e artes, ciência política, administração e de outras áreas do conhecimento, conforme o projeto de formação definido pela instituição.

4.3.2 Formação em Comunicação

O eixo de Formação em Comunicação deverá contemplar conteúdos teóricos e aplicados das ciências da comunicação, com foco naqueles que contribuem para o entendimento dos processos e práticas de relações públicas.

4.3.2.1 Fundamentos Teóricos da Comunicação

Estudos das correntes teóricas da comunicação social e da história social dos meios de comunicação; a pesquisa em comunicação; as interfaces da comunicação com a cultura e a política; os campos profissionais da comunicação; estudos sobre a legislação e a ética da comunicação.

4.3.2.2 Linguagens, Mídias e Tecnologias

Estudos da linguagem, da retórica e do discurso; estudos da organização das informações; estudos das mídias, das tecnologias de informação e de comunicação; estudos sobre a cibercultura; estudos semióticos da comunicação e estudo de línguas de contato ou de relação (língua franca).

4.3.3 Formação em Relações Públicas

O eixo da formação em relações públicas deverá contemplar conteúdos teóricos e aplicados a práticas laboratoriais que são específicos para a compreensão de relações públicas como processo e como atividade profissional.

4.3.3.1 Fundamentos Teóricos e Técnicos

O aluno deverá cursar conteúdos teóricos e técnicos que contemplem:

- a) Estudos sobre teorias das organizações e correntes teóricas da comunicação organizacional e comunicação nos processos de gestão organizacional;
- b) Estudos sobre história, princípios e fundamentos das relações públicas e sobre perspectivas teóricas e tendências do setor;
- c) Estudos sobre públicos e opinião pública e as relações públicas no contexto nacional e internacional;
- d) Estudos de comunicação pública, responsabilidade histórico-social e sustentabilidade;
- e) Estudos de políticas, planejamento e gestão estratégica da comunicação, assessorias de comunicação e estratégias de relacionamento com as mídias;
- f) Estudos de planejamento e organização de eventos, prevenção e gerenciamento de comunicação de risco e crise, comunicação governamental no terceiro setor e nos movimentos sociais;
- g) Estudos sobre a cultura organizacional, a construção da imagem e da reputação e processos de comunicação interpessoal nas organizações;
- h) Estudos sobre as relações públicas no contexto da comunicação integrada (institucional, administrativa, mercadológica e interna); estudos de mercado e de negócios e avaliação e mensuração em comunicação;

4.3.3.2 Práticas laboratoriais em relações públicas

No decorrer de sua formação, o aluno deverá cursar atividades didáticas em laboratórios especializados com objetivo de desenvolver práticas, tais como:

- a) Pesquisas de opinião e de imagem, que fundamentem a execução de projetos específicos;

- b) Diagnóstico, planejamento e gestão estratégica da comunicação;
- c) Planejamento e organização de eventos;
- d) Gerenciamento de crises, redação institucional, produção de mídias impressas, audiovisuais e digitais;
- e) Comunicação em rede;
- f) Portais corporativos, governamentais e comunitários e
- g) Realização de projetos sociais e culturais.

4.3.4 Formação Suplementar

O eixo de Formação Suplementar deverá contemplar conteúdos de domínios conexos, que são importantes, de acordo com o projeto de formação definido pela instituição, para a construção do perfil e das competências pretendidas. Dentre os quais, devem ser previstos estudos voltados para:

- a) empreendedorismo e gestão de negócios;
- b) comunicação nos processos de governança corporativa;
- c) psicologia social;
- d) estatística;
- e) relações governamentais;
- f) cerimonial e protocolo;
- g) ouvidoria.

5 Da avaliação e do acompanhamento

Além do atendimento às normas vigentes de avaliação de cursos previstas na Lei nº 10.861 (lei do Sinaes), o curso deve contemplar os seguintes parâmetros de qualidade:

- a) Perfil do corpo docente que agregue experiência prático-profissional à experiência acadêmica;
- b) Incentivo à produção científica e de publicações, contribuindo para o incremento dos indicadores de desenvolvimento da educação, da ciência e da tecnologia;
- c) Divulgação e socialização da produção científica de professores e de alunos, bem como a promoção de grupos de pesquisa em relações públicas ou áreas afins, inclusive em redes nacionais e internacionais;
- d) Investimento institucional para a qualificação dos professores, por meio de programas de capacitação em cursos de aperfeiçoamento e em programas de pós-graduação *lato e stricto sensu*;
- e) Estabelecimento de políticas de capacitação docente e de planos de carreira;
- f) Infraestrutura adequada para operação do curso em sua plenitude, compatível com a supervisão docente nas atividades didáticas;
- g) Contribuição do curso para o desenvolvimento local e social e de cidadania no contexto da instituição, bem como avaliações periódicas da absorção do egresso pelo mercado de trabalho;
- h) Manutenção e a atualização permanente dos laboratórios e equipamentos técnicos necessários à aprendizagem, com apoio de funcionários técnicos devidamente capacitados;
- i) Atividades de pesquisa e extensão que promovam o aprofundamento do conhecimento na área de relações públicas, bem como do relacionamento da IES com os vários setores da sociedade;
- j) Condições adequadas à supervisão de estágios supervisionados;

k) Suprimento permanente de títulos atualizados (livros, periódicos e mídias digitais) nas bibliotecas e acesso a bases de dados científicas.

II – VOTO DA COMISSÃO

Votamos pela aprovação das Diretrizes Curriculares Nacionais para o Curso de Graduação em Relações Públicas, na forma apresentada no Projeto de Resolução em anexo, que é parte integrante deste Parecer.

Brasília (DF), em 14 de março de 2013.

Conselheiro Arthur Roquete de Macedo – Presidente

Conselheiro Gilberto Gonçalves Garcia – Relator

III – DECISÃO DA CÂMARA

A Câmara de Educação Superior aprova, por unanimidade, o voto da Comissão.
Sala das Sessões, em 14 de março de 2013.

Conselheiro Gilberto Gonçalves Garcia – Presidente

Conselheira Ana Dayse Rezende Dorea – Vice-Presidente



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
CONSELHO NACIONAL DE EDUCAÇÃO
CÂMARA DE EDUCAÇÃO SUPERIOR**

PROJETO DE RESOLUÇÃO Nº XXX, DE XXX

Institui as Diretrizes Curriculares Nacionais do curso de graduação em Relações Públicas.

O Presidente da Câmara de Educação Superior do Conselho Nacional de Educação, no uso de suas atribuições legais, conferidas no art. 9º, § 2º, alínea “c”, da Lei nº 4.024, de 20 de dezembro de 1961, com a redação dada pela Lei nº 9.131, de 24 de novembro de 1995, tendo em vista as diretrizes e os princípios fixados pelos Pareceres CNE/CES nºs 583/2001 e 67/2003, e considerando o que consta do Parecer CNE/CES nº 85/2013, homologado pelo Senhor Ministro de Estado da Educação em xx/xx/xxxx, resolve:

Art. 1º A presente Resolução institui as Diretrizes Curriculares Nacionais para o curso de graduação em Relações Públicas, bacharelado, que serão observadas pelas Instituições de Educação Superior (IES) em sua organização curricular.

Art. 2º A organização de cursos de graduação em Relações Públicas, resguardadas as Diretrizes Curriculares Nacionais e os Pareceres desta Câmara, deverá ser elaborada com claro estabelecimento de componentes curriculares, os quais, sem prejuízo de outros aspectos, abrangerão:

- I - projeto pedagógico e matriz curricular;
- II - linhas de formação;
- III - articulação teórico-prática;
- IV - processos de atualização;
- V - carga horária total;
- VI - estrutura laboratorial;
- VII - descrição de competências gerais e específicas;
- VIII - habilidades e perfil desejado para o futuro profissional;
- IX - conteúdos curriculares;
- X - estágio curricular supervisionado;
- XI - acompanhamento e avaliação;
- XII - atividades complementares;
- XIII - trabalho de conclusão de curso.

Art. 3º O projeto pedagógico do curso de graduação em Relações Públicas, além da clara concepção do curso, com suas peculiaridades, seu currículo pleno e sua operacionalização, deverá incluir, sem prejuízos de outros, os seguintes aspectos:

- I - objetivos gerais do curso, contextualizado à sua inserção institucional, política, geográfica e social;
- II - condições objetivas de oferta e a vocação do curso;
- III - formas de realização da interdisciplinaridade;
- IV - modos de integração entre teoria e prática;

V - formas de avaliação do ensino e da aprendizagem;

VI - modos da integração entre graduação e pós-graduação, quando houver;

VII - incentivo à pesquisa, como necessário prolongamento da atividade de ensino e como instrumento para a iniciação científica;

VIII - regulamentação das atividades relacionadas com o Trabalho de Conclusão de Curso, em diferentes modalidades, atendendo às normas da instituição;

IX - concepção e composição das atividades de estágio curricular supervisionado em diferentes formas e condições de realização, observados seus respectivos regulamentos;

X - concepção e composição de atividades complementares.

§ 1º A proposta pedagógica para os cursos de graduação em Relações Públicas deverá assegurar a formação de profissionais generalistas, capazes:

I - de atuar nas áreas de comunicação nas organizações públicas, privadas e do terceiro setor, por meio do estabelecimento de políticas, estratégias e instrumentos de comunicação e relacionamento;

II - de realizar atividades de pesquisa e análise, de assessoria e consultoria, de planejamento e divulgação, podendo ser também empreendedor da área para diversos segmentos.

§ 2º O curso deverá estabelecer ações pedagógicas visando ao desenvolvimento de condutas e atitudes com responsabilidade profissional e social e terá por princípios:

I - consideração para com os aspectos sociais, culturais e relacionais na interação com os públicos, na política, no planejamento e nas ações da comunicação organizacional;

II - reflexão e crítica junto com os processos comunicativos, produzindo conhecimentos e práticas adequadas às mudanças e demandas, sem perder a ênfase nos interesses da sociedade;

III - preocupação com a formação humanística, crítica e ética e com a formação multidisciplinar;

IV - adoção de linhas de formação condizentes com as demandas sociais das instituições, sua vocação e sua inserção regional e local.

§ 3º Com base no princípio de educação continuada, as instituições de educação superior poderão incluir, no projeto pedagógico do curso, a oferta de cursos de pós-graduação *lato sensu*, de acordo com as efetivas demandas do desempenho profissional.

Art. 4º O egresso do curso de Relações Públicas deve ser profissional ético, humanista, crítico e reflexivo, com as seguintes características pessoais:

I - capacidade acurada de análise conjuntural, de forma que se lide quantitativa e qualitativamente com dados estatísticos, econômicos e sociais, transformando-os em indicadores para a elaboração de políticas de comunicação;

II - percepção das dinâmicas socioculturais, tendo em vista interpretar as demandas dos diversos tipos de organizações e dos públicos;

III - compreensão das problemáticas contemporâneas, decorrentes da globalização, das tecnologias de informação e da comunicação e do desenvolvimento sustentável necessária ao planejamento de relações públicas;

IV - entendimento do campo técnico-científico da comunicação, capaz de estabelecer visão sistêmica das políticas e estratégias de relacionamentos públicos;

V - capacidade de liderança, negociação, tomada de decisão e visão empreendedora.

Art. 5º O curso de Relações Públicas deverá possibilitar formação profissional que revele, pelo menos, as seguintes competências e habilidades:

I - Gerais:

a) domínio das linguagens e das técnicas utilizadas no processo de comunicação e nas diversas mídias, articulando as dimensões de criação, produção e interpretação;

b) capacidade de articular, de forma interdisciplinar, as interfaces existentes nas diferentes áreas da comunicação, bem como de outros campos do saber, promovendo a integração teórico-prática;

c) atuação profissional em consonância com os princípios éticos de comunicação para a cidadania, considerando as questões contemporâneas, voltadas para os direitos humanos e a sustentabilidade;

d) capacidade de produzir conhecimento científico no campo da comunicação e na área das relações públicas e de exercer a docência.

II - Específicas:

a) interesse em desenvolver pesquisas, estratégias e políticas que favoreçam a interpretação qualificada da conjuntura sócio-organizacional;

b) criatividade para gerar, executar e avaliar planos, programas, campanhas e projetos estratégicos de relações públicas, integrados às demandas organizacionais e da opinião pública;

c) habilidade para sistematizar os repertórios necessários à prática profissional, nos âmbitos da gestão de processos comunicacionais, da cultura organizacional e das inovações tecnológicas;

d) conhecimento de técnicas e instrumentos adequados ao desenvolvimento de atividades específicas: assessoria de imprensa, organização de eventos, cerimonial e protocolo, ouvidoria, comunicação interna, pesquisa de opinião pública e de mercado;

e) capacidade de realizar serviços de auditoria, consultoria e assessoria de comunicação de empresas;

f) condições de atuar de forma qualificada em atividades de relações governamentais e de comunicação pública;

g) habilidade para administrar crises e controvérsias, promovendo ações para a construção e preservação da imagem e da reputação das organizações.

Parágrafo único. O projeto pedagógico deverá demonstrar claramente como o conjunto das atividades acadêmicas previstas garantirá o desenvolvimento das competências e habilidades esperadas, tendo em vista o perfil desejado, e garantindo a coexistência de relações entre teoria e prática, como forma de fortalecer o conjunto dos elementos fundamentais para a capacidade do egresso de propor formas inovadoras de atuação no mercado de trabalho.

Art. 6º Os conteúdos curriculares do curso de graduação em Relações Públicas deverão estar organizados em quatro grandes eixos complementares entre si:

I - eixo de Formação Geral;

II - eixo de Comunicação;

III - eixo de Relações Públicas;

IV - eixo de Formação Suplementar.

§ 1º Serão indicados para cada eixo um conjunto de conteúdos básicos que podem ser contemplados em diversas atividades didáticas, tais como disciplinas, oficinas, atividades laboratoriais, discussões temáticas, seminários etc.

§ 2º O eixo de Formação Geral deverá contemplar conteúdos de cultura geral e de formação ética e humanística e prever disciplinas baseadas essencialmente em conhecimentos das Humanidades e das Ciências Sociais Aplicadas, da filosofia e da sociologia, com foco na ética e nas questões da sociedade contemporânea, em especial nas questões ligadas aos temas dos direitos humanos, educação ambiental e sustentabilidade.

§ 3º Ao eixo de Formação Geral poderão ser agregados conteúdos gerais de formação em economia, direito, antropologia, psicologia, estética e artes, ciência política, administração e de outras áreas do conhecimento, conforme o projeto de formação definido pela instituição.

§ 4º O eixo de Comunicação deverá contemplar conteúdos teóricos e aplicados das ciências da comunicação, com foco naqueles que contribuem para o entendimento dos processos e práticas de relações públicas:

I - Fundamentos teóricos da comunicação:

a) estudos das correntes teóricas da comunicação social e da história social dos meios de comunicação;

b) pesquisa em comunicação;

c) interfaces da comunicação com a cultura e a política;

d) campos profissionais da comunicação;

e) estudos sobre a legislação e a ética da comunicação.

II - Linguagens, mídias e tecnologias:

a) estudos da linguagem, da retórica e do discurso;

b) estudos da organização das informações;

c) estudos das mídias, das tecnologias de informação e de comunicação;

d) estudos sobre a cibercultura;

e) estudos semióticos da comunicação;

f) estudo de línguas de contato ou de relação (língua franca);

§ 5º O eixo de Relações Públicas deverá contemplar conteúdos teóricos aplicados a práticas laboratoriais, que são específicos para a compreensão de relações públicas como processo e como atividade profissional.

I - O aluno deverá cursar conteúdos teóricos e técnicos que contemplem:

a) estudos sobre teorias das organizações e correntes teóricas da comunicação organizacional e comunicação nos processos de gestão organizacional;

b) estudos sobre história, princípios e fundamentos das relações públicas e sobre perspectivas teóricas e tendências do setor;

c) estudos sobre públicos e opinião pública e as relações públicas no contexto nacional e internacional;

d) estudos de comunicação pública, responsabilidade histórico-social e sustentabilidade;

e) estudos de políticas, planejamento e gestão estratégica da comunicação, assessorias de comunicação e estratégias de relacionamento com as mídias;

f) estudos de planejamento e organização de eventos, prevenção e gerenciamento de comunicação de risco e crise, comunicação governamental no terceiro setor e nos movimentos sociais;

g) estudos sobre a cultura organizacional, a construção da imagem e da reputação e processos de comunicação interpessoal nas organizações;

h) estudos sobre as relações públicas no contexto da comunicação integrada (institucional, administrativa, mercadológica e interna);

i) estudos de mercado e de negócios e avaliação e mensuração em comunicação;

II - No decorrer de sua formação, o aluno deverá cursar atividades didáticas em laboratórios especializados com objetivo de desenvolver práticas tais como:

a) pesquisas de opinião e de imagem que fundamentem a execução de projetos específicos;

b) diagnóstico, planejamento e gestão estratégica da comunicação;

c) planejamento e organização de eventos;

- d) gerenciamento de crises, redação institucional, produção de mídias impressas, audiovisuais e digitais;
- e) comunicação em rede;
- f) portais corporativos, governamentais e comunitários; e
- g) realização de projetos sociais e culturais.

§ 6º O eixo de Formação Suplementar deverá contemplar conteúdos de domínios conexos que são importantes, de acordo com o projeto de formação definido pela Instituição de Educação Superior, para a construção do perfil e das competências pretendidas, devendo ser previstos estudos voltados para:

- I - empreendedorismo e gestão de negócios;
- II - comunicação nos processos de governança corporativa;
- III - psicologia social;
- IV - estatística;
- V - relações governamentais;
- VI - cerimonial e protocolo;
- VII - ouvidoria.

Art. 7º O estágio supervisionado, componente do currículo com carga horária de 200 (duzentas) horas e regulamentado pelos colegiados acadêmicos da instituição, em consonância com a Lei nº 11.788, de 25/9/2008, deverá ser atividade obrigatória de vivência profissional, executada interna ou externamente à instituição.

§ 1º Os estágios supervisionados compõem-se de conjuntos de atividades de formação, programados e diretamente supervisionados por membros do corpo docente da instituição, profissional de relações públicas, e procuram assegurar a consolidação e a articulação das competências estabelecidas.

§ 2º Os estágios supervisionados visam a assegurar o contato do formando com situações, contextos e instituições, permitindo que conhecimentos, habilidades e atitudes se concretizem em ações profissionais, sendo recomendável que suas atividades sejam distribuídas ao longo do curso.

§ 3º A IES poderá reconhecer e aproveitar atividades realizadas pelo aluno em outras instituições, desde que contribuam para o desenvolvimento das habilidades e competências previstas no projeto de curso;

§ 4º O estágio supervisionado deverá contar com medidas efetivas de orientação e avaliação tanto por parte das instituições de educação superior quanto por parte das instituições concedentes.

Art. 8º Os cursos deverão considerar, para efeito de complementação de carga horária, atividades complementares realizadas dentro ou fora da instituição de educação superior, num total de 200 (duzentas) horas.

§ 1º As atividades complementares poderão incluir:

- a) projetos de iniciação científica e de extensão;
- b) publicações;
- c) participação em cursos, oficinas, eventos, seminários e congressos científicos e profissionais.

§ 2º As disciplinas em outros cursos deverão prever acompanhamento, orientação e avaliação de docentes do curso segundo critérios regulamentados no âmbito de cada instituição de educação superior.

§ 3º As atividades complementares não poderão ser confundidas com o estágio supervisionado.

Art. 9º O Trabalho de Conclusão de Curso será componente curricular obrigatório e será realizado ao longo do último ano de estudos, centrado em determinada área

teórico-prática ou de formação profissional, como atividade de síntese e integração de conhecimento e consolidação das técnicas de pesquisa, e observará os seguintes preceitos:

I - deverá ter carga horária de 150 (cento e cinquenta) horas em duas modalidades para escolha dos discentes, a saber:

a) trabalho monográfico, individual, podendo versar sobre tema específico de relações públicas ou estudos do campo da comunicação, de modo mais amplo; e/ou

b) trabalho específico de relações públicas, aplicado a organizações do primeiro, segundo ou terceiro setores, elaborado individualmente ou em grupo, acompanhado de fundamentação, reflexão teórica e intervenção documentada.

II - deverá ser orientado, em ambos os casos, por docente do curso e avaliado por banca composta por docentes e/ou profissionais, conforme resolução específica da instituição de educação superior.

Parágrafo único. A instituição deverá constituir regulamentação própria para o Trabalho de Conclusão de Curso, aprovada pelo colegiado acadêmico competente, contendo, obrigatoriamente, critérios, procedimentos e mecanismo de avaliação, além das diretrizes e técnicas relacionadas com sua elaboração.

Art. 10. A carga horária total do curso de graduação em Relações Públicas será de 3.200 (três mil e duzentas) horas, conforme estabelecido na Resolução CNE/CES nº 2/2007, assim distribuídas:

I - 2.800 (duas mil e oitocentas) horas para as atividades didáticas – de cunho teórico e prático, tanto as obrigatórias como as optativas – para os quatro eixos de formação, sendo, pelo menos, 1.400 (mil e quatrocentas) horas para o eixo de formação em relações públicas – o que inclui a carga de 150 (cento e cinquenta) horas destinada ao Trabalho de Conclusão de Curso –, e 1.400 (mil e quatrocentas) horas para os eixos de Formação Geral, de Formação em Comunicação e de Formação Suplementar;

II - 200 (duzentas) horas para estágio supervisionado;

III - 200 (duzentas) horas para atividades complementares.

Parágrafo único. As durações mínima e máxima do curso ficarão a critério da instituição de educação superior, que levará em conta, na integralização, as diferentes possibilidades de formação específica.

Art. 11. As instituições de educação superior poderão criar mecanismos de aproveitamento de habilidades e competências extracurriculares adquiridas pelo estudante em estudos, atividades e práticas independentes, presenciais ou a distância, desde que atendidos tanto esta Resolução quanto o projeto pedagógico do curso, estabelecido pela instituição, para a conclusão do curso.

Parágrafo único. As atividades referidas no caput poderão ser desenvolvidas em forma de:

I - monitorias e estágios;

II - programas de iniciação científica;

III - estudos complementares;

IV - cursos realizados em áreas afins;

V - integração com cursos sequenciais correlatos à área.

Art. 12. As Diretrizes Curriculares Nacionais instituídas nesta Resolução deverão ser implantadas pelas Instituições de Educação Superior (IES), obrigatoriamente, no prazo máximo de 2 (dois) anos, aos alunos ingressantes, a partir da publicação desta.

Parágrafo único. As IES poderão optar pela aplicação das Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Relações Públicas aos demais alunos do período ou ano subsequente à publicação desta Resolução.

Art. 13. Esta Resolução entrará em vigor na data de sua publicação.