

## **INFORMAÇÕES E REPORTAGENS**

### **CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL E INSTITUCIONAL**

*Y. Shimizu*<sup>1</sup>

Com a aula inaugural proferida pelo jornalista e compositor Cláudio Ribeiro, presidente da União Brasileira de Escritores – Núcleo do Paraná, foram iniciadas as atividades acadêmicas do CTCEI Curso Superior de Tecnologia em Comunicação Empresarial e Institucional, o mais novo dos cursos regulares implantados na Unidade de Curitiba, do Centro Federal de Educação Tecnológica do Paraná.

O Curso, coordenado pela professora doutora Ângela M. R. Fanini e ministrado pelo Departamento Acadêmico de Comunicação e Expressão, tem um caráter inédito e inovador no País, tanto no que concerne às suas peculiaridades acadêmicas, como também pelo programa a ser desenvolvido.

#### **1. OBJETIVOS DO CURSO E PERFIL DOS EGRESSOS**

O Curso em pauta tem como objetivo disponibilizar ao mercado de trabalho profissionais de nível superior “capazes de gerir e administrar as novas exigências da comunicação empresarial e institucional frente às expectativas da comunidade externa e interna da empresa e/ou da instituição na e para a qual estejam trabalhando”.

O egresso desse curso será um profissional com competências e habilidades para:

- fixar os objetivos, identificar e definir os públicos-alvo e formular as mensagens prioritárias, na comunicação da empresa/instituição;
- estabelecer uma política de comunicação, mensurando os seus resultados dessa política;
- selecionar canais de comunicação e definir estratégias de relacionamento com a imprensa; - definir e desenvolver estratégias de relações com os públicos interno e externo e capacitar pessoas para desenvolver esse relacionamento;
- criar, organizar e editar publicações internas (jornais, informativos, manuais, boletins e murais) e externas (*folders*, cartazes, informes técnicos, jornais comemorativos e outras);

---

<sup>1</sup> Editor Executivo deste periódico.

- organizar entrevistas coletivas e individuais com órgãos da imprensa e enviar textos de divulgação (*releases, house organs e press kits*) para esses órgãos;
- desenvolver ações e projetos institucionais;
- planejar e organizar pequenos, médios e grandes eventos como: recepções, palestras, cursos, apresentações, seminários, *workshops*, feiras e congressos;
- gerenciar a comunicação em situações de crise;
- acompanhar e analisar nos noticiários local, nacional e internacional matérias referentes à empresa/instituição.

Enfim, “ao reconhecer o importante papel de agente social inerente aos processos de comunicação interna e externa como fatores indispensáveis para a conquista, tanto da competitividade, quanto da respeitabilidade social de toda e qualquer empresa/instituição”, “esses profissionais estarão aptos a entenderem tais processos como meio de democratizar a informação a fim de gerar segurança e confiabilidade nas empresas/instituições”.

Pode-se, pois, constatar que, contrariamente aos bacharelados predominantes no âmbito das Ciências da Comunicação, segmentado nas habilitações em jornalismo, relações públicas, publicidade e propaganda, rádio e televisão, edição de livros, os egressos desses cursos estarão aptos a atuar em quaisquer dessas subáreas, mas no âmbito da empresa e da instituição.

## 2. JUSTIFICATIVAS

O conhecido jornalista Manuel Carlos Chaparro, doutor em Ciências da Comunicação e docente da USP, diz que “a sociedade organizada tem necessidade vital de se manifestar. São empresas, escolas, igrejas, sindicatos, partidos políticos, grupos culturais, associações de todos os tipos, entidades e pessoas capazes de produzir fatos, atos, falas, bens, serviços e saberes que influenciam na atualidade” (in: BARROS, DUARTE e MARTINEZ, 2001, p.17).

A necessidade do ser humano de se manifestar, de partilhar experiências, vivências e conhecimentos com os seus semelhantes que integram o seu contexto social, numa abrangência cada vez maior, levou essa sociedade a distinguir os atos da comunicação.

Consoante José Marques de Melo, esses atos abrangem, de um lado a comunicação interpessoal (tradicionalmente objeto das ciências da linguagem e do comportamento) e a comunicação grupal (geralmente privilegiados pelas ciências da educação ou da administração); de outro os atos da comunicação comunitária (de teor organizacional, corporativo e institucional) e os de comunicação pública (de natureza massiva, mercadológica e a mais recente, rotulada como cibercomunicação) (MARQUES DE MELO, 2003 p. 59 e 60).

O campo acadêmico da Comunicação Social corresponde, evidentemente, a esse segundo segmento e exibe a característica da interdisciplinaridade, englobando diferentes profissões, dos quais alguns estão plenamente configurados: jornalismo, publicidade e propaganda, relações públicas e radialismo e teledifusão. Conquistaram, recentemente, uma certa legitimação a cinematografia, a videoplastia e a editoração (idem, ibidem, p. 60)

Os egressos desses cursos recebem uma formação muito compartimentada, sem uma visão mais generalista e holística do processo de comunicação, apropriada para atuação nas redações de jornais e revistas e nas agências de relações públicas ou de publicidade, mas que torna dificultosa a atuação no contexto da empresa industrial, comercial ou de instituição pública.

José Marques de Melo assevera na conclusão do seu texto: “Vivemos uma conjuntura marcada pela ascensão da sociedade de informação”, como decorrência da expansão das novas tecnologias de reprodução simbólica. A ela correspondem novas profissões ainda não plenamente configuradas. [...] Cabe aos dirigentes dos cursos de comunicação descobrir as evidências desses fenômenos e dar-lhes resposta imediata”. (idem, ibidem, p. 64).

Esse mesmo autor afirma na página anterior: “Em se tratando de um universo ocupacional em acelerado processo de mutação, como decorrência das ocupações tecnológicas, das mudanças econômicas e das transformações culturais, não justifica manter os cursos de longa duração que hoje possuem. Experiências testadas em outros países demonstram que os ofícios midiáticos podem ser ensinados/aprendidos na universidade em regime de curta duração”.

Declarações desse teor proferidas por uma das maiores autoridades do ensino da Comunicação Social no País, que conhece profundamente os cursos de comunicação dos países economicamente mais desenvolvidos, demonstra o acerto da iniciativa empreendida pela Unidade de Curitiba do CEFET-PR.

Ao lado dessas evidências de teor amplo, detectado nos pronunciamentos e nos estudos empreendidos pelas organizações de classe, as pesquisas realizadas no âmbito regional têm levantado dados significativos.

A investigação procedida pelo PROEP Programa de Expansão da Educação Profissional, no exercício de 2000, constatou que há, no Estado do Paraná, 4007 empregados na área da Comunicação Social e desses apenas 864 apresentam escolaridade de nível superior, evidenciando a necessidade de qualificação do pessoal engajado no setor.

Além disso, pesquisas realizadas junto a empresas de grande e médio porte, como também, o parecer de entidades de classe como a ABERJE Associação Brasileira de Comunicação Empresarial e a ABRACOM Associação Brasileira de Agências de Comunicação referendando o projeto do curso, serviu de poderoso incentivo para colimar a implementação do referido projeto.

### 3. ORGANIZAÇÃO CURRICULAR

“A estrutura curricular dos Cursos Superiores de Tecnologia do CEFET-PR obedece ao disposto: na Lei Federal nº 9394/96, de 20.12.1996, no Decreto Federal nº 2208, de 17.04.1997, no Parecer nº 436/01, na Resolução CNE/CP nº 03, nas Diretrizes Curriculares Nacionais Gerais para a Educação Profissional de Nível Tecnológico DCN, Parecer nº 29/02 - CNE, de 03.12.2002 e nas resoluções específicas, para cada curso, expedidas pelos órgãos competentes”.

O projeto do Curso em pauta foi elaborado pela comissão designada pela Portaria nº 067/2003 – GADIR, de 24.06.2003, integrada pelas professoras Ângela M.R. Fanini, Selma Suely Teixeira, Maria Cristina de Souza, Luciana Pereira da Silva, Noemi H. B. de Perdigão e Janete Terezinha Ferron. O projeto, protocolado no Conselho de Ensino sob nº 95/03, foi aprovado pela Resolução nº 83/03 – COENS em 14.11.2003.

Os estudos previstos a serem realizados pelos alunos “têm sua essência referenciada na pesquisa de mercado, identificando a demanda para a qualificação profissional, das características econômicas e do perfil industrial e comercial da região e do Estado do Paraná”.

Para dar atendimento à demanda do mercado de um profissional com um perfil diferenciado, não só em tecnologia, mas também voltado para o desenvolvimento social, a organização do Curso apresenta bases científicas e de gestão de nível superior dimensionadas e direcionadas à terminalidade da formação do tecnólogo.

O currículo pleno do Curso Superior de Tecnologia em Comunicação Empresarial e Institucional é integrado por cinco períodos de um semestre letivo e desenvolvido por meio de cinco Módulos de Ensino, com sete disciplinas em cada Módulo, além das atividades complementares, estágio curricular supervisionado e trabalho de diplomação.

Assim, esse currículo pleno consta de 2000 horas-aula de disciplinas, 400 horas de estágio curricular supervisionado e 200 horas de trabalho de diplomação, totalizando 2600 horas-aula de estudos, além daquelas dedicadas às atividades complementares.

Esse rol de atividades está previsto para ser cumprido com aproveitamento num período mínimo de seis e num máximo de doze semestres letivos, uma vez que o estágio curricular supervisionado poderá ser realizado concomitantemente aos módulos 03 ou 04 (ou com interrupção da frequência às aulas), e o Trabalho de Diplomação será realizado somente após a aprovação em de todas as disciplinas e atividades constantes do currículo acadêmico.

### **3.1. Distribuição das disciplinas e respectivas cargas horárias:**

Primeiro período: Módulo 01: 400 h.a.

1. Noções e Uso da Norma Culta	64 h.a.
2. História das Idéias no Brasil: Século XIX	64 h.a.
3. Ética e Comunicação	64 h.a.
4. Laboratório de Textos Empresariais e Institucionais	64 h.a.
5. Metodologia da Pesquisa Científica	32 h.a.
6. Laboratório de Expressão Oral	64 h.a.
7. Legislação e Comunicação	48 h.a.

Segundo Período: Módulo 02: 400 h.a.

8. Teorias da Comunicação	64 h.a.
9. História das Idéias no Brasil: Século XX	64 h.a.
10. Língua e Comunicação	64 h.a.
11. Laboratório de Textos Dissertativos	64 h.a.
12. Cerimonial e Protocolo de Eventos	64 h.a.
13. Tecnologia e Sociedade	32 h.a.
14. Cultura de Massa	48 h.a.

Terceiro Período: Módulo 03: 400 h.a.

15. Políticas de Comunicação Empresarial e Institucional	64 h.a.
16. Literatura e Sociedade	64 h.a.
17. Editoração Eletrônica: editoração de textos	32 h.a.
18. Laboratório de Textos Publicitários	64 h.a.
19. Análise do Discurso	64 h.a.
20. Terceiro Setor	64 h.a.
21. Empreendedorismo	48 h.a.

Quarto Período: Módulo 04: 400 h.a.

22. Laboratório de Textos Criativos	64 h.a.
23. Laboratório de Textos Jornalísticos	64 h.a.
24. Crítica Cultural	64 h.a.
25. Língua Inglesa: leitura	64 h.a.
26. Estudo Crítico dos Manuais de Redação	64 h.a.
27. Sistemas Gerenciais	32 h.a.
28. Editoração Eletrônica: editoração gráfica	48 h.a.

Quinto Período: Módulo 05: 400 h.a.

29. Laboratório de Textos de Jornalismo Científico	48 h.a.
30. Linguagem Visual	64 h.a.
31. Sistemas de Processos Integrados	32 h.a.
32. Laboratório de Textos Multimídia	64 h.a.
33. Língua Inglesa: leitura e escrita	64 h.a.
34. Psicologia da Comunicação	64 h.a.
35. Projetos Integrados	64 h.a.

### ***3.2. Atividades Complementares.***

Além de cursar as disciplinas oferecidas, o aluno realizará, em todos os semestres letivos, um conjunto de atividades de teor: social, comunitário, benéfico, cultural, esportivo ou de iniciação científica; participação em: cursos extraordinários (de extensão ou de atualização), eventos técnico-científicos (palestras, seminários, workshops, congressos), cursos de língua estrangeira moderna, projetos de iniciação científica ou tecnológica, exposições técnico-científicas, publicação de artigos técnicos, estágios opcionais, visitas técnicas e outras, dentre as oferecidas pela Instituição ou fora dela para seu enriquecimento pessoal e profissional..

### ***3.3. Estágio Supervisionado.***

Após a conclusão do segundo período letivo, o acadêmico efetuará um Estágio Curricular Supervisionado com carga horária mínima de 400 horas em empresa ou instituição, credenciada pelo CEFET-PR, em que haja um setor relacionado com sua área de formação e que apresentem condições de proporcionar experiências na área da Comunicação.

O Estágio deverá ser executado de acordo com o Plano devidamente aprovado pelo supervisor da empresa/instituição e pelo professor orientador, de modo a obter o máximo aproveitamento.

O trabalho do estagiário será acompanhado e avaliado pelo professor orientador em todas as suas etapas.

### ***3.4. Trabalho de Diplomação.***

O Trabalho de Diplomação, disposto no final do fluxograma curricular, tem como objetivo primordial a consolidação dos conhecimentos e, para isso, o estudante deverá propor ao seu professor orientador a resolução de problemas de interesse para o setor ou o desenvolvimento de um processo ou produto inovador.

Assim, o Trabalho de Diplomação tem como funções: permitir ao estudante um novo contacto com a realidade profissional, o desafio de levar adiante um projeto junto a uma empresa, consubstanciar seu conhecimento, abrir caminho profissional junto ao mercado de trabalho, aprimorar a sintonia entre as expectativas do setor produtivo e as atividades do CEFET-PR.

Esse Trabalho de Diplomação deverá ser consolidado em forma de monografia, de projeto, de relatório de estudo de caso, de desenvolvimento de softwares ou de instrumentos, de memorial descritivo de um eventual produto, de acordo com a natureza de cada trabalho, em consonância com o professor orientador. Esse produto final deverá ser apreciado, pelo método da defesa pública pelo aluno em evento específico, por uma Banca Examinadora especialmente designada, integrada pelo orientador, por um professor do Curso e por outro membro da comunidade interna ou externa.

Pela execução do Trabalho será creditada ao aluno uma carga horária de 136 horas, e mais 64 horas pelo comparecimento às sessões do Seminário de Acompanhamento, Orientação e Avaliação com o professor orientador.

#### **4. I SEMANA DE COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL E INSTITUCIONAL**

Integrando os eventos comemorativos ao transcurso do 95º aniversário da fundação desta Instituição, a Unidade de Curitiba está promovendo, entre os dias 20 a 24 de setembro de 2004, a I Semana de Tecnologia em Comunicação Empresarial e Institucional.

Coordenada pelas professoras Selma Suely Teixeira e Maria José Salata, do Departamento Acadêmico de Comunicação e Expressão, a Semana em tela tem o objetivo de definir e atualizar metas vinculadas às novas exigências a comunicação frente às expectativas da comunidade interna e externa de uma empresa ou instituição.

Assim sendo, a Semana se propõe a divulgar trabalhos, na área da Comunicação, realizados pelas diferentes empresas e instituições, bem como reforçar os conhecimentos dos profissionais atuantes nesse setor, a partir dos contactos com palestrantes e diretores de marketing de empresas de porte nacional.

O Programa, previsto para ser desenvolvido na Unidade, inclui palestras proferidas por “experts” dessa área de atuação (no turno matutino) e sessões de comunicações pelos docentes do curso (no turno a tarde).

## 5. CONCLUSÃO

Como se pode constatar, o currículo viabiliza a formação sólida na área das Ciências da Comunicação e da Linguagem como um todo, com expressiva carga-horária em aulas práticas, de modo a habilitar um profissional com domínio do instrumental lingüístico e em condições de atuar no contexto empresarial / institucional e, ainda, com capacidade de entender e buscar soluções em questões de extrema importância na atualidade como problemas ambientais, terceiro setor, empreendedorismo, sistemas de gestão e planejamento e execução de pesquisas.

Diante do apoio recebido pelas entidades especializadas, da promessa de empresas e instituições em abrir suas portas para acolher estagiários e egressos e da motivação evidenciada pelo corpo docente, o CEFET-PR ofertou, na Unidade de Curitiba, a sua primeira turma, no primeiro semestre de 2004, com 30 vagas, e, apesar da pouca divulgação junto à comunidade externa, obteve a expressiva demanda de nove candidatos por vaga no Concurso Vestibular.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARROS, A., DUARTE, J. e MARTINEZ, R. Comunicação: discursos, práticas e tendências. São Paulo: Rideel / Brasília: Uniceub, 2001.

MARQUES DE MELO, José. História do pensamento comunicacional. São Paulo: Paulus, 2003.

BRASIL. CEFET-PR. Projeto do curso superior de tecnologia em comunicação empresarial e institucional. Curitiba: Cefet-PR, 2003.