

¹Relações Públicas e Administração: uma proposta de aproximação entre os estudantes da graduação por meio de metodologias ativas

²Paula Franceschelli de Aguiar Barros
Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado – FECAP, São Paulo, SP.

³Taiguara de Freitas Langrafe
Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado – FECAP, São Paulo, SP.

Resumo

O estudo apresenta componente curricular que integra discentes dos cursos de graduação em Relações Públicas e Administração. Tem como objetivo estimular práticas pedagógicas inovadoras entre os docentes por meio de um processo de educação mais participativo e dialógico e, também, melhorar a visibilidade e esclarecimento sobre a área de Relações Públicas para com público da área de Negócios. Sustentam este estudo autores da área de educação e currículo escolar como Miguel Arroyo, José Gimeno Sacristan, Antonio Carlos Aidar Sauaia e Marcos Masetto.

Palavras-chave

Currículo, Metodologias Ativas, Relações Públicas e Administração.

Introdução

O Curso de Relações Públicas da FECAP implantou, em 2014-2, uma nova matriz curricular totalmente reformulada em função das novas diretrizes nacionais divulgada pelo MEC. Desde a primeira turma, a nova matriz tem sido objeto de constante avaliação e análise. Em todos os semestres os alunos respondem a uma pesquisa quantitativa na intranet da escola e avaliam estrutura, corpo docente, grade e coordenação do curso. Além desta, os melhores alunos de cada turma são convocados pela coordenação para uma pesquisa qualitativa, quando avaliam o corpo docente e aspectos gerais do curso e da instituição.

Nos resultados das pesquisas, entre os fatores negativos do curso, está o excesso de aulas expositivas propostas pelos professores e a falta de visibilidade da profissão. Para eles, os professores poderiam propor, a partir do conteúdo da disciplina, mais trabalhos práticos e com mais contato com situações que enfrentarão no mercado de trabalho.

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho (GT7) Teorias, metodologias e práticas de ensino das Relações Públicas e da Comunicação Organizacional, atividade integrante do XIV Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas.

² Coordenadora do Curso de Relações Públicas da Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado – FECAP.
Paula.aguiar@fecap.br

Relações Públicas é uma subárea da Comunicação Social, que por sua vez, pertence à área das Ciências Sociais Aplicadas. A grade do curso pretende preparar o aluno para pensar a sociedade e suas transformações na contemporaneidade, além de pensar e planejar a gestão estratégica da comunicação. Para isso, os alunos têm contato com disciplinas que apresentam tanto a teoria como a prática da comunicação.

A proposta deste trabalho é responder a um problema colocado pelos discentes: apresentar novas práticas pedagógicas para disciplinas do curso superior em Relações Públicas e oferecer maior visibilidade ao profissional à área. A partir deste problema, foi elaborada uma proposta de trabalho integrado entre a disciplina de Relacionamento com a Mídia, ofertada no curso de Relações Públicas, e a disciplina de Laboratório de Gestão Empresarial, ofertada no curso de Administração.

Este estudo justifica-se no âmbito educacional pois pode auxiliar os professores do ensino superior com novas práticas pedagógicas. Justifica-se também no âmbito das Relações Públicas, pois atende a uma demanda apresentada pelas novas Diretrizes Curriculares para o Curso de Relações Públicas (DCNs, 2013). De acordo com as DCNs, as grades curriculares dos cursos de graduação em Relações Públicas devem buscar:

- Articulação teórico-prática. A pesquisa é elemento constitutivo e fundamental do currículo, que possibilita aos cursos buscar o equilíbrio entre a teoria e a prática e estabelecendo uma 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. Lançam mão de mecanismos ativos no processo ensino-aprendizagem (trabalhos de campo, formação de equipes, atividades de extensão, maior exposição a situações reais) e de resolução de situações-problema, aliando o conhecimento adquirido à capacidade do egresso de propor alternativas, de ser proativo na busca de formas inovadoras de atuação no mercado de trabalho. - Atualização
- Os cursos devem 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 possibilidades de participação destes e dos discentes em fóruns acadêmicos e profissionais. Estimulam as atividades de iniciação científica e de extensão no âmbito da graduação.
- Autonomia e integração - Garantia de autonomia do sujeito, face ao seu próprio processo de aprendizagem e produção de conhecimento e de integração entre as diversas áreas profissionais da comunicação e com outros campos do saber. Deve ser encorajada a integração entre egressos e estudantes para a troca de experiências, assim como formas de acompanhamento e avaliação da inserção no mercado de trabalho.

Os resultados podem contribuir para propostas de articulação teórico-prática, melhor formação dos professores e também para a autonomia e a integração do discente no processo de aprendizagem.

³ Vice-Reitor da Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado – FECAP. taiguara@fecap.br

Sabe-se que na perspectiva construtivista, o aluno é o centro. Sim, o centro do pólo aprendizagem, pois deve estar constantemente mobilizado para pensar e construir seu conhecimento. Entretanto, isto não significa deslocar o professor a um papel secundário, como se houvesse apenas um lugar privilegiado, em sala de aula, a ser disputado. O professor é o centro do processo de ensino. É preciso lembrar que professores e alunos não estão em pé de igualdade. Cabe aos primeiros a direção, a definição dos objetivos e o controle dos rumos da ação pedagógica. (ROSA, S.1998, p. 52)

Espera-se que o estudo também contribua para um egresso mais preparado para as exigências e demandas do mercado de trabalho e com mais orgulho da profissão de Relações Públicas.

Currículo e Metodologias Ativas

No atual cenário da educação contemporânea, é comum ouvirmos de professores que os alunos andam desatentos, descomprometidos e desconectados da aula. Freire (1987) já dizia que a educação deveria evoluir para um modelo problematizador e humanista:

Desta maneira, o educador já não é o que apenas educa, mas o que, enquanto educa, é educado, e em diálogo com o educando que, ao ser educado, também se educa. Ambos, assim, se tornam sujeitos do processo em que crescem juntos e em que os “argumentos de autoridade” já, não valem. Em que, para ser-se, funcionalmente, autoridade, se necessita de estar sendo com as liberdade e não contra elas. (FREIRE, 1987, p. 39)

Arroyo (2016) diz que o currículo escolar, na maioria dos casos, está superado, tanto nos conteúdos, nas disciplinas quanto nos processos de avaliação fora do prazo de validade.

“é dever dos docentes abrir os currículos para enriquecê-los com novos conhecimentos e garantir o seu próprio direito e o dos alunos à rica, atualizada e diversa produção de conhecimentos e significados” (ARROYO, 2016, p. 37)

O processo educativo não pode estar centrado somente na figura do professor como o grande detentor do conhecimento e dos métodos de avaliação. De acordo com Arroyo, em algumas escolas, “...o currículo, os conteúdos, a sua transmissão e aprendizagem viram um território e um ritual sagrado, tudo fica intocável e inevitável” (p.46) ou seja, o currículo escolar precisa ser entendido e gerido como um processo de construção coletiva em que todos os sujeitos – professores, alunos, funcionário, comunidade – participem de forma horizontalizada e baseada em diferentes visões, vivências e experiências tornando- o uma ação conjunta e plural.

Sacristan também sugere que o currículo seja construído a partir de um processo aberto e dialogado e que seja flexível aos imprevistos: “deslocar o centro da gravidade de nossa atenção do ensinar para os que aprendem, do que se pretende para o que se consegue na realidade, das intenções declaradas para os fatos alcançados” (SACRISTAN: 2010, p.27).

Sobre o currículo no ensino superior, Masetto (2018), propõe que as instituições desta área trabalhem com o conceito de currículo inovador, abrindo-se para as mudanças necessárias e colocando todos os sujeitos na construção, implantação e gestão. Para ele, inovação é umas das trilhas necessárias às universidades e as metodologias ativas estão entre os itens necessários para este caminho.

A aprendizagem tem que ultrapassar o exercício da tarefa e desenvolver no discente o “desempenho crítico que envolve o que fazer, saber fazer, o por que fazer, o como fazer e para quem fazer e executando a intervenção necessária a fim de resolver a situação” (MASETTO, 2018, p.73).

Além disso, a sala de aula na universidade precisa ser um espaço de construção de conhecimentos significativos. Por isso, o autor relata a importância de alunos e professores estabelecerem relações horizontais assumindo, juntos, o processo de aprendizagem.

A sala de aula – vivência – funciona como um espaço aberto impregnando-se de realidade num movimento de mão dupla: recebendo a realidade, trabalhando-a e desenvolvendo-a enriquecida com o conhecimento e a ciência. (MASETTO: 2011, p. 38)

Para que essa vivência aconteça, o autor propõe alguns caminhos, tais como: tornar a sala de aula um espaço em que os alunos encontrem soluções para seus problemas pessoais, ou seja, os discentes precisam ver sentido e reconhecer a importância de aprender o conteúdo; e tornar a sala de aula um espaço de troca de conhecimentos entre todos os alunos da sala, pois para ele os alunos têm um aprendizado melhor quando interagem com todos e não só com seu grupo de colegas. Além disso, aprender com os semelhantes é mais significativo, já que esses compartilham de mesma linguagem e escrita.

Mas, para que a sala de aula seja, de fato, este espaço de vivência, é importante que o professor mude sua postura. O docente deve ser um mediador, e não o grande detentor do conhecimento, capaz de promover a boa convivência com os alunos, estimulando a independência e a autonomia. Para isso, o professor deve valorizar o aluno como sujeito no processo de ensino, incentivando a pesquisa, o senso crítico e a criatividade (MASETTO, 2011).

Sauaia (2013) apresentou conhecimento acumulado de décadas de pesquisa sobre Jogos de Empresas e uso de Simuladores Empresariais na FEA-USP, que aborda de forma completa os diferentes níveis da Taxonomia de Bloom, em sua metodologia adotada pela FECAP para a disciplina “Laboratório de Gestão Empresarial”. Trata-se de uma metodologia ativa testada por anos, na qual os estudantes desenvolvem a aprendizagem por meio de processo indutivo e simulam as operações administrativas que competem em um ambiente controlado.

Para estabelecer este ambiente favorável, com a participação e comprometimento dos alunos, é preciso que os professores do ensino universitário reconheçam que seus alunos são adultos. Esse reconhecimento eleva o espaço da sala de aula para o local onde a responsabilidade é de todos. Desta forma, docentes e discentes passam a se comprometer com as atividades, leituras e exercícios.

Proposta de Integração entre Administração e Relações Públicas

Com intuito de melhorar a prática pedagógica e a visibilidade do profissional foi elaborado um projeto de trabalho integrado entre os cursos de Relações Públicas e Administração da FECAP no período de 2018-2.

O trabalho foi proposto pela disciplina de Relacionamento com a Imprensa, no quarto semestre, cuja a ementa propõe “Estudo sobre a imprensa - e sua influência na formação da opinião dos diversos públicos - e as práticas e formas de relacionamento com jornalistas e formadores de opinião.” Nesta disciplina os alunos conhecem desde a mecânica da formação da notícia, como estratégias de relacionamentos e formação de porta-vozes. No curso de Administração os alunos tem a disciplina Laboratório de Gestão Empresarial, no último semestre, cuja a ementa propõe “desenvolver o aprendizado da Administração de forma integrativa, conciliando conhecimentos, habilidades e atitudes das área da Administração Estratégica, Finanças, Operações, Recursos Humanos, Liderança e Marketing.” Tendo em vista os objetivos das duas disciplinas, foi proposto um trabalho para integração das profissões.

Primeiramente, os professores trocaram as turmas e apresentaram suas disciplinas. Logo após, foi apresentada a Proposta de Trabalho Integrado que consiste nas seguintes etapas:

Curso de Relações Públicas	Curso de Administração
Apresentação das agências às empresas.	Apresentação das Empresas Experimentais.
Análise do briefing.	Apresentação do briefing das empresas para as agências.
Elaboração proposta de trabalho.	Escolha da agência.

Tabela 1: Etapas do Trabalho Integrado entre os cursos de Administração e Relações Públicas

Importante relatar que, para que o trabalho no curso de Administração fizesse sentido, as empresas tiveram que escolher as agências a partir de um orçamento destinado à área de comunicação. Empresas com maiores propostas teriam prioridade na escolha da agência. Tal fato criou competitividade entre os alunos do curso de Relações Públicas na elaboração das agências e, assim, algumas delas foram selecionadas por mais de uma empresa.

Após o processo de concorrência que se estabeleceu para a escolha e definições das agências e das empresas, foram entregues, pelo professores, os escopos de trabalho aos alunos das respectivas turmas participantes. As atribuições das agências, em síntese, relacionam-se à prestação de serviços que envolve a comunicação delas com a imprensa. Desta forma as agências tiveram que:

Criar release institucional da empresa.
Identificar porta-vozes e prepará-los para uma simulação de coletiva de imprensa.
Desenvolver <i>press-kit</i> para a empresa.
Organizar a coletiva de imprensa dos clientes.
Preparar e acompanhar porta-vozes durante a coletiva.
Apresentar relatório final do trabalho.

Tabela 2 – Atribuição das agências experimentais

A atribuição das empresas em relação aos serviços de comunicação e junto às agências relaciona-se à gestão do serviço terceirizado de comunicação. As empresas experimentais ficaram encarregadas de:

Passar o briefing para as agências;
Aprovar os materiais apresentados pelas agências.
Participar das atividades de media training proposta pelas agências.
Participar da simulação de coletiva de imprensa e responder questões dos jornalistas.
Entregar relatório sobre o serviço prestado pelas agências.

Tabela 3 – Atribuição das empresas experimentais

Resultados

Tanto as tarefas quanto os resultados que serão apresentados a seguir são referentes aos objetivos da disciplina de Relacionamento com a Imprensa, ofertada no Curso de Relações Públicas. O trabalho foi aplicado para uma turma de 68 alunos no segundo semestre do ano de 2018. Ao final do semestre os alunos avaliaram a proposta e destacaram, entre os pontos positivos: integração entre os cursos; sentimento de orgulho em relação a profissão; vivência de desafios da prática. Alguns alunos se sentiram entusiasmados, pois os discentes de administração os procuravam para outros serviços da área de comunicação.

Entre os pontos negativos, destacaram: falta de um cronograma de datas fechado entre os dois cursos nas etapas de entrega; dificuldade de contato com alunos menos engajados, o que prejudicou o desenvolvimento dos projetos; o desenvolvimento das disciplinas acabou não coincidindo com as demandas das entregas estipuladas pelos docentes.

A partir dos resultados é possível verificar que as metodologias ativas são avaliadas positivamente pelos alunos e pelos docentes, mas é necessário muito planejamento e esforço para dar condições do projeto ser elaborado e executado, do contrário, os alunos podem perceber como desorganização pedagógica.

Conclusão

É preciso reconhecer a importância do currículo como um instrumento capaz de promover grandes mudanças e transformações e que, neste cenário, as metodologias ativas podem ser um meio para mostrar a complexidade da profissão, despertando no aluno maior senso crítico e, assim, formando um egresso capaz compreender e refletir sobre suas competências e com mais condições de lidar com o mundo do trabalho.

O objetivo do estudo foi apresentar um componente curricular aos professores de disciplinas do eixo de Relações Públicas e tornar a sala de aula mais participativas, promovendo maior interesse dos alunos nas disciplinas e, conseqüentemente, melhorando o aprendizado. Apesar das adversidades apontadas pelos alunos, a maioria consentiu que o trabalho foi positivo, pois os alunos puderam apresentar sua profissão e as contribuições da área para estudantes de administração.

Por fim, conclui-se que as metodologias ativas nas disciplinas específicas do curso de Relações Públicas podem promover maior interesse e envolvimento dos alunos com disciplinas e o curso. E o resultado pode ser um egresso mais preparado para atender as demandas do mercado de trabalho na área.

Referências

ARROYO, Miguel G. Currículo, território em disputa. Petrópolis: Editora Vozes, 2016

FREIRE, Paulo. A Pedagogia do Oprimido. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987, 17 edição.

MASETTO, M. T. O professor na hora da verdade: a prática docente no ensino superior. São Paulo: Avercamp, 2010

MASETTO, M. T. Trilhas abertas na universidade. Inovação Curricular, Prática Pedagógicas e Formação de Professores. São Paulo: Summus, 2018.

Parecer CNE/ CES no 85/ 2013. Diretrizes Curriculares Nacionais para o Curso de Graduação em Relações Públicas. Disponível em <http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_docman&view=download&alias=14115-pces085-13&Itemid=30192> Acesso em 10 jan. 2020.

ROSA, Sanny S. Construtivismo e Mudança. São Paulo: Cortez Editora, 1998.

SACRISTAN, José Gimeno. Saberes e Incertezas sobre o Currículo. Porto Alegre: Penso, 2013.

SAUAIA, Antonio Carlos Aidar. Laboratório de Gestão: Simulador Organizacional, Jogo de Empresas e Pesquisa Aplicada. São Paulo: Manole, 2013.