

Análise das Diretrizes Curriculares Nacionais de Relações Públicas do Brasil e da Colômbia Sobre o Cenário Digital ¹

Victor Augusto Cinquini TAVARES ²

Valmor RHODEN ³

Yamile Johanna Peña POVEDA ⁴

Universidade Federal do Pampa - UNIPAMPA

Universidad Surcolombiana - USCO

RESUMO

Através de pesquisa bibliográfica e documental, busca-se compreender o que as atuais Diretrizes Curriculares Nacionais de Relações Públicas reservam para o cenário digital, que no Brasil foram criadas em 2013. Na Colômbia não há Diretrizes Curriculares, porém o Ministério da Educação orienta o conteúdo para os cursos e os mesmos podem de maneira voluntária se apresentar para qualificação, no qual o cenário digital é visto como promissor, assim como no Brasil.

PALAVRAS-CHAVE: Ensino de Relações Públicas; Diretrizes Curriculares Nacionais; Cenário digital; Brasil; Colômbia.

Breve relato sobre o Ensino de Relações Públicas no Brasil

O ensino de Comunicação Social, no Brasil, começou vinculado ao Jornalismo, devido à maioria de seus precursores terem sido, originariamente, da imprensa, mas havia uma referência às Relações Públicas. Oficialmente, o Decreto-Lei nº 5.480, do Ministério da Educação, de 13 de maio de 1943, criou o primeiro curso de Jornalismo no país (MOURA, 2002).

As discussões sobre o futuro da Comunicação e das novas tecnologias digitais são fundamentais, pois há complexidade nesse processo, especialmente quando se analisa a formação dos profissionais de Relações Públicas. Nos cursos, de uma maneira geral, o assunto está inserido nas disciplinas. Em alguns cursos há disciplinas

¹ Trabalho apresentado no DT 3 – Relações Públicas e Comunicação Organizacional do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 15 a 17 de junho de 2017.

² Acadêmico do Curso de Relações Públicas da Universidade Federal do Pampa - *Campus* São Borja e intercambista no curso de *comunicación y periodismo* na *Universidad Surcolombiana* em 2016, email: victortavares7m@gmail.com.

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Relações Públicas na Universidade Federal do Pampa – *Campus* São Borja, email: valmor@unipampa.edu.br

⁴ Orientadora do trabalho. Professora na *Facultad de Ciencias Sociales y Humanas* na *Universidad Surcolombiana*, email: yamile.pena@usco.edu.co

obrigatórias, em outros, optativas/eletivas/complementares, apresentando ementas e conteúdos variados, ou seja, ainda não há uma preocupação no sentido amplo sobre o cenário digital e seu impacto na atuação do profissional. Para Bueno e Brito (2005, p. 05), a questão necessita de um olhar mais atento dos cursos, pois não se resolve essa formação com a inserção de uma ou duas disciplinas, de maneira estanque, na grade curricular:

A estruturação se faz necessária porque não é possível pensar numa disciplina que limite a tecnologia à condição de objeto, recurso, técnica, matéria. É fundamental ampliá-la, para que, diante de um mercado, embora competitivo, os alunos tenham a possibilidade de entender que podem optar (BUENO E BRITO, 2005, p. 05).

Os autores descreveram as resistências que tratam do ensino das tecnologias na área da comunicação, pois segundo eles são vistos sob a perspectiva de subserviência ao mercado. Neste caso, entendemos que não se trata de estar a serviço exclusivamente do mercado. Castells (2001, p. 8) argumenta que as tecnologias favorecem “o desempenho de tarefas, de tomada de decisão coordenada e execução descentralizada, de expressão individualizada e comunicação global, horizontal, que fornece uma forma organizacional superior para ação humana”. Nesse sentido, a tecnologia é uma realidade em todos os seguimentos sociais e, ela se atualiza constantemente, daí a importância das instituições de ensino provocar o debate e a aprendizagem essa ferramenta.

[...] ao iniciar a investigação com graduandos de Comunicação Social sobre a temática da tecnologia, houve a necessidade de tornar a questão mais próxima da realidade profissional, já que há uma mitificação da tecnologia quando não há entendimento amplo do aluno a respeito de seus impactos sociais e ambientais (BUENO E BRITO, 2005, p. 05).

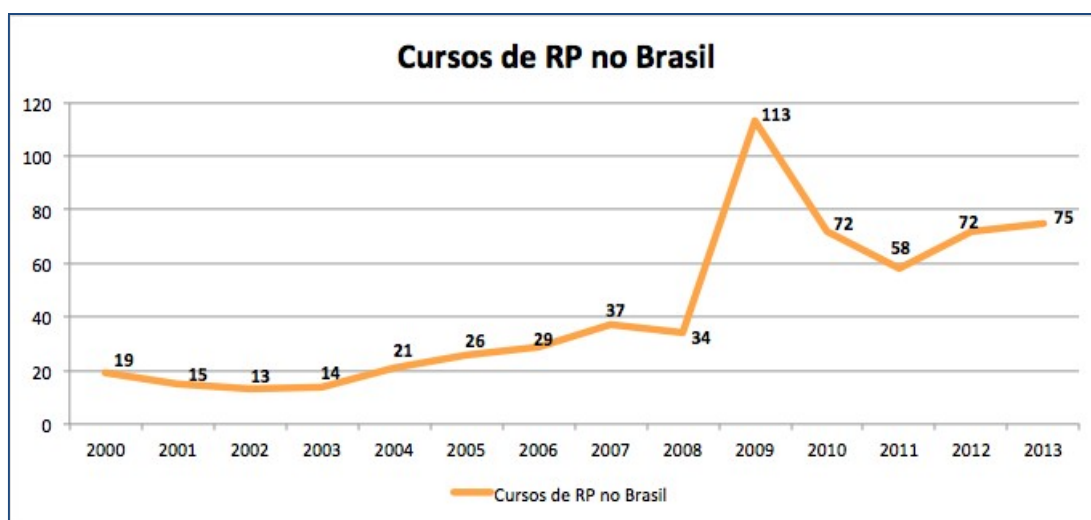
As tecnologias da informação e comunicação trouxeram novos desafios para todos os envolvidos no processo de ensino-aprendizagem: pedagogos, docentes, gestores educacionais, alunos, governos, IES, entre outros.

Este olhar amplo também é observado na formação do profissional Relações Públicas, com a incorporação de novos conhecimentos (digitais) em seu escopo. Para Oliveira (2007, p. 121), nos cursos de Relações Públicas, “a visão empresarial, de gestão, hoje muito importante para o profissional, tem sido uma das deficiências mais percebidas nos jovens profissionais que ingressam nas agências”. É justamente nessa

perspectiva que há necessidade de uma preparação do RP em relação ao cenário digital, ou seja, para aumentar a sua capacitação comunicacional, nas palavras de Castells (2001) ser flexível e saber atuar em projetos dinâmicos e descentralizados.

Dezenas de cursos de Relações Públicas foram criados no país, no decorrer dos anos 2000, tendo quase dobrado, se comparado o início com o final da referida década. E, também continuaram as discussões sobre o perfil do profissional no começo do novo milênio. As Instituições de ensino públicas e privadas credenciadas no MEC, finalizaram cerca de 38 cursos de Relações Públicas no país, de 2009 a 2013. Algumas instituições gradualmente passaram a não mais ofertar os processos seletivos de ingresso.

A evolução do número de cursos no país de 2000 a 2013 é demonstrada por Prochno (2015), que teve contribuição de dados do Inep/MEC e do Conselho Federal de Relações Públicas (CONFERP).

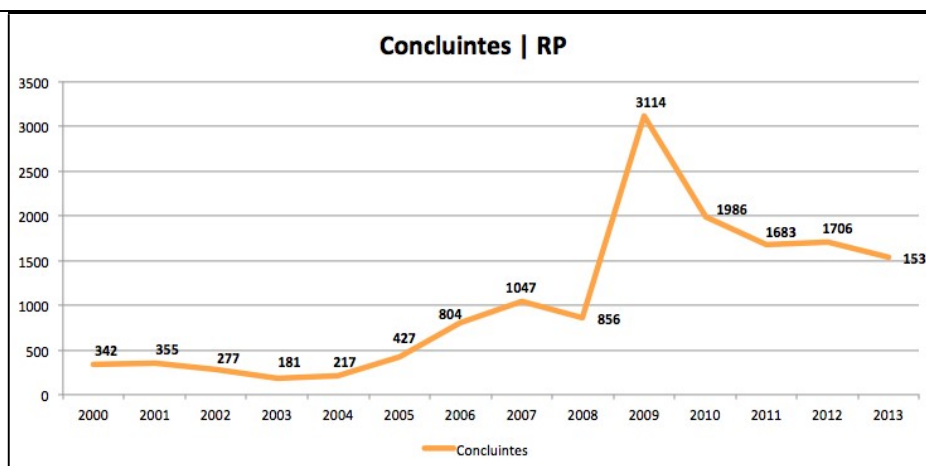


Fonte: Prochno (2015).

É possível observar que logo depois da crise de 2008 o número de cursos cresceu mais de 300%, mas em 2010 ele volta para um patamar menor e passa por um período de acomodação. Dados do Censo da Educação Superior de 2014⁵ do Inep/MEC – que são os mais recentes – confirmam estes dados de 75 cursos e mais um apenas na modalidade a distância no país, totalizando 76 em funcionamento atualmente.

Já em relação ao número de formandos, os dados de Prochno (2015), com exceção de 2009 – quando teve um aumento mais do que o dobro.

⁵ Disponível em: <<http://portal.inep.gov.br/superior-censosuperior-sinopse>>. Acesso em: 29 jun. 2016.



Fonte: Prochno (2015).

No restante do período dos 13 anos analisados, de 2000 a 2013 - houve em equilíbrio, sendo que de nos três últimos – ficou entre 1500 a 1900 profissionais formados na área no país.

As Diretrizes Curriculares Nacionais de Relações Públicas do Brasil

Consta nas Diretrizes Curriculares Nacionais de 2013 consta nos princípios gerais, quando o documento se refere à questão da atualização⁶ dos cursos, responsabilizando-os pela oferta de condições aos alunos para que desenvolvam conhecimentos e práticas em mídias digitais, com recursos tecnológicos atualizados e constantes capacitações do corpo docente.

Comparando com as Diretrizes de 2002, há três aspectos novos: a obrigatoriedade do estágio curricular; o aumento da carga horária mínima obrigatória do curso; e a apresentação da estrutura, que, de conteúdos básicos e complementares, passou a ser descrita em eixos, com quatro aspectos previstos e estudo do cenário digital. Apesar de serem poucas qualitativamente, em termos de escopo mexem muito com a estrutura atual dos cursos no país.

Em 2013, houve aumento de 500 horas/aula em relação ao número exigido para a formação nas Diretrizes de 2002. A carga horária total mínima de 3.200 horas, sendo distribuídas em: 2.800 horas para as atividades didáticas (teóricas e práticas,

⁶Atualização: 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. Estimular as atividades de iniciação científica e de extensão no âmbito da graduação.

obrigatórias e optativas) dos eixos de formação, sendo, pelo menos, 1.400 horas no eixo de formação em Relações Públicas, que inclui 150 destinadas ao trabalho de conclusão de curso e as outras 1.400 nos eixos de formação geral, em comunicação e suplementar, com 200 horas para estágio e 200 para atividades complementares.

Na sequência, é apresentado um quadro comparativo entre as Diretrizes Curriculares de 2002 e de 2013, apontando as principais diferenças entre os documentos no que se refere ao aspecto digital.

Quadro 1- Comparativo entre as Diretrizes Curriculares Nacionais de 2002 e de 2013 quanto ao aspecto digital

Aspectos analisados	Diretrizes Curriculares de 2002	Diretrizes Curriculares de 2013
Perfil comum-Comunicação Social	Nenhuma referência	Não há referência no documento, pois o curso é de RP
Perfil de Relações Públicas	Nenhuma referência	Uma referência em cinco características
Competências e habilidades gerais - Comunicação Social	Nenhuma referência	Não há esta descrição no documento, pois o curso é de RP
Competências específicas de RP para o digital	Uma referência nos sete itens	Uma referência nos sete itens
Carga horária mínima do curso	2.700 horas	3.200 horas
Estágios	Opcional	Obrigatório
Estrutura	Conteúdos: básicos e específicos	Quatro eixos: (1) Formação geral; (2) Formação em Comunicação; (3) Formação em Relações Públicas e (4) Formação suplementar.

Fonte: Os autores.

Como reflete o quadro anterior, a implantação das Diretrizes de 2013, se comparada com as Diretrizes de 2002, trouxeram um tímido avanço no que tange ao cenário digital. Entre outros fatores, provavelmente contribuíram para esse resultado a baixa⁷ participação das comunidades acadêmica e profissional no processo de discussão, tanto na consulta virtual quanto nas audiências públicas.

⁷ Foram ao todo 292 pessoas que participaram das audiências regionais realizadas e 119 contribuições virtuais.

No escopo da estrutura, que contempla os conteúdos curriculares do curso de RP está dividido em quatro eixos, conforme o quadro anterior descreve. Nestes, no item formação em comunicação, o documento prevê estudos sobre o cenário digital em dois itens: c) estudos das mídias, tecnologias de informação e de comunicação; d) estudos sobre *cibercultura*. Já na formação em Relações Públicas há dois incisos que descrevem sobre o cenário, sendo: d) gerenciamento de crises, redação institucional, produção de mídias impressas, audiovisuais e digitais; e) comunicação em rede.

As Diretrizes são genéricas em relação ao que se espera do profissional de Relações Públicas no cenário digital e no que diz respeito às suas habilidades e competências. Poderiam ser mais delineadoras, mais objetivas, principalmente no que tange às habilidades e competências específicas, fixando-as em níveis compatíveis com o preparo que o mundo do trabalho exige do profissional, após a conclusão do curso de graduação, de nível superior e específico.

Pela relevância que o digital tem na formação e na atuação profissional de RP, já mencionada ao longo deste trabalho, esses documentos não suprem a necessidade atual para a profissão, no cenário atual. Pois como sugere Recuero (2001), as tecnologias digitais passaram a ser centrais no relacionamento virtual, usando de sites e outras plataformas para exercer a dinâmica comunicacional e plenitude da informação aos mais diversos setores da sociedade.

Breve histórico das Relações Públicas na Colômbia

As Relações Públicas na Colômbia, em comparação com o resto do mundo, desenvolvem-se mais tarde.

No ano de 1948, o publicitário Lucio Dussan, trabalhou na companhia aérea Lanza e foi responsável pela imagem e publicidade da empresa, ele foi um dos pioneiros no campo das Relações Públicas na Colômbia. Sua concorrência direta foi a da também companhia aérea Avianca e a pessoa encarregada de promover as notícias positivas da empresa na mídia foi o advogado e jornalista Oliverio Perry.

Estes dois personagens competiam para obter uma boa reputação das empresas onde cada um trabalhava e também prestígio perante a sociedade, assim, iniciaram-se diferentes gestões e tarefas de Relações Públicas, em que cada um dos chefes de comunicação dessas duas companhias aéreas, começou a publicar artigos na mídia impressa, no qual falaram de suas respectivas empresas, difundiam fotos sociais dos

primeiros passageiros e propiciavam planos de relacionamento com os jornalistas e com a opinião pública, com o intuito de gerar uma boa imagem de cada organização e conquistar confiança. Para que isso pudesse ocorrer de forma mais natural, forneciam passagens aéreas de cortesia e convites de eventos, visando promover empatia com os líderes de opinião.

Naquele momento, estes tipos de estratégias e táticas não tinham uma denominação de Relações Públicas, como há atualmente. Eram atos espontâneos que nasceram da necessidade de se comunicar de forma efetiva e positiva pela empresa. Nessa mesma época, o jornalista e também advogado Andrés Samper, que é considerado outro precursor das Relações Públicas na Colômbia, escrevia em jornais reconhecidos no país, tais como, *El Tiempo*, *EL Espectador*, *Cosas Del Día*. Na ocasião, Andrés Samper assegurou que Oliverio Perry e Lucio Dussano precederam.

Lo que ocurre cuando se me califica como el padre de este oficio alude no a mi inclinación en la tarea, sino a otros motivos entre los cuales, supongo, se cuenta mi perseverancia, por física gravedad, en este arte, al hecho de que, bajo el acicate de mi terco ancestro aragonés, dediqué mi vida entera de trabajo, a partir de 1948, que fue cuando ingresé también en este campo a emprender, enseñar y promover el relacionismo en todos sus aspectos (MAYORGA; LOZANO apud SAMPER, 2010 p. 20).

Após conseguir trabalho como Secretário Fundador do *Banco Mercantil* em 1948, Andrés Samper ingressa para a empresa petrolífera *Tropical Oil Company* como auxiliar de Relações-Públicas, segundo ele. Quando começou seus trabalhos como Relações-Públicas na empresa, se deu por conta de que a empresa não tinha um planejamento, nem estratégias eficazes, devido ao fato de que ainda se iniciava o desenvolvimento da aviação comercial mundial e o transporte automotor no país.

Após o desencadeamento de uma crise na *Tropical*, também conhecida por “Troco”, pelos altos preços comerciais, surgiram comentários negativos na opinião pública, resultando em prejuízos econômicos. A empresa decidiu estruturar o departamento de relações públicas, consolidando como a primeira empresa na Colômbia com um departamento nesta área.

Dez anos mais tarde, em 1958, Samper decidiu fundar a ACORP, a Associação Colombiana de Relações Públicas, onde vários jornalistas renomados da época foram membros. Samper deu o nome de relacionistas aos que estavam envolvidos nesta profissão.

Em 1963, Samper publica um livro denominado "*Qué son y para qué sirven las Relaciones Públicas*". Em 1966 foi realizado o Congresso de chefes das relações públicas na cidade de Medellín, a fim de gerar um espaço acadêmico de conhecimento e troca de experiências.

Com a Fundação e influência da ACORP, criaram-se outras organizações e grupos de relações públicas, tais como: *Círculo de Relacionistas de Bogotá* (CIRBO), o *Centro de Relaciones Públicas* (CERP) em Medellín, a *Sociedad Colombiana de Relaciones Públicas* (SOCORP) em Cali e *Relaciones Públicas de la Costa* (RELACOSTA), em Barranquilla e com o objetivo de unir todas estas associações, criou-se o *Consejo Nacional de Relaciones Públicas* (CONAREP).

Mais tarde o CERP, passou a ser denominado *Círculo Antioqueño de Relaciones Públicas* (CARP), em 1970, *Sociedad Colombiana de Relaciones Públicas* (SOCORP DE ANTIOQUIA) e desde 1980 passou a ser *Centro Colombiano de Relaciones Públicas y Comunicación Organizacional* (CECORP), segundo o site da instituição⁸:

Es la única agremiación colombiana que desde hace casi medio siglo congrega a profesionales que ejercen la comunicación organizacional y las relaciones públicas, con el fin de propiciar el espíritu de solidaridad, unión y cooperación recíprocas, promover el reconocimiento social, académico y laboral; representar sus intereses y prestar servicios que los beneficien, interactuando con estamentos educativos, empresariales, sociales y del Estado (CECORP, 2016, p.01).

A organização tem como missão promover o desenvolvimento profissional, a atualização e o companheirismo para posicionar as Relações Públicas e as Comunicações como um dos eixos do progresso organizacional e desenvolvimento social. Na visão da Associação, segundo o *site*, está: "*Ser la Asociación líder en Relaciones Públicas y Comunicación Organizacional del país, generando valor, conocimiento y relaciones para los afiliados, las organizaciones y la sociedad*" (CECORP, 2016, p.01).

Dentro dos seus principais objetivos, está o de congregar todos os relacionistas e comunicadores organizacionais, representando seus membros perante órgãos públicos e privados, incentivar por todos os meios possíveis a profissionalização das relações

⁸ Mais informações estão disponíveis em: <<https://sites.google.com/site/cecorpcol/cecorp-1>>. Acesso em: 02 out. 2016.

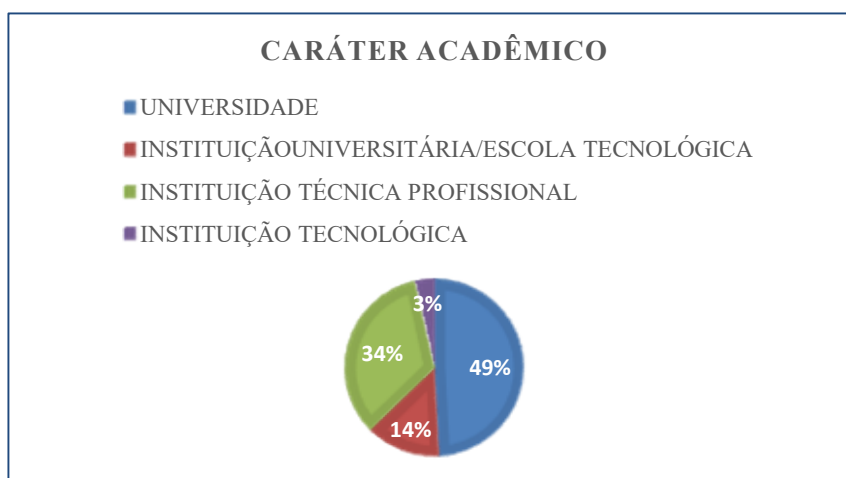
públicas e seu exercício, cooperar com programas de universidade na melhoria do ensino de relações públicas e propiciar intercâmbio nacional e internacional de experiências, trabalhos e pesquisas sobre as relações públicas e comunicação organizacional.

As Relações Públicas na Colômbia não tinham a mesma aceitação que nos Estados Unidos, por exemplo. O Relacionista – como denominam o profissional de RP na Colômbia - carecia de conhecimento de gestão de administração, finanças, marketing, essenciais na visão norte americana. Seu papel como comunicador com a comunidade não tinha a mesma aceitação que nos países desenvolvidos ou não era considerado como um trabalho relevante nas empresas. Havia também a crença de que outros profissionais poderiam fazer seu papel (ORDÓÑEZ, 1989).

Sobre a atuação profissional nos anos 1990, as empresas da área eram mais dedicadas às relações externas e posicionamento da marca. Estas empresas eram focadas nas relações com a mídia, mala direta, gestão de crises, promoção de uma boa imagem corporativa, patrocínio, organização de eventos, entre outros (ARROYABE, 1998).

Cursos da área de Relações Públicas na Colômbia

Segundos dados de 2014 do Ministério da Educação Colombiano⁹, existem 59 cursos da área de Relações Públicas registrados no órgão, sendo que destes 30 se encontram ativos e 29 inativos. Deste total, apenas um curso é virtual/à distância.



Fonte: Ministério da Educação da Colômbia.

⁹ *Ministerio de Educación Nacional de Colombia*. Disponível em <<http://snies.mineduacion.gov.co/consultasnies/programa#>>. Acesso em: 29 set. 2016.

Das instituições de ensino, 29 são universidades, 20 instituições técnicas profissionais, oito instituições universitárias/escolas tecnológicas e apenas duas instituições tecnológicas.

A maioria, 57 das instituições - são privadas e apenas duas são públicas. Desse total, 53 cursos são da área de ciências sociais e humanas; quatro cursos pertencem à área de economia, administração, contabilidade e áreas afins.

Sobre o núcleo básico de conhecimento, 53 cursos pertencem à comunicação social, jornalismo e afins; quatro à administração, um desenho e um não há classificação.

Em relação ao nível acadêmico, a maioria, 37 cursos, pertencem à pré-graduação e 27 cursos, pertencem à pós-graduação.

Sobre o nível de formação, 23 cursos se caracterizam como especialização universitária, 14 cursos se configuram como nível de formação tecnológica, nove cursos como formação universitária, nove como formação técnica profissional e apenas dois cursos são em nível de mestrado.

A maioria, 51 (86,44%) cursos na Colômbia não possuem nomenclatura em Relações Públicas, mas de áreas de atuação mais específicas, tais como: comunicação organizacional; comunicação digital; gestão da comunicação; comunicação estratégica; entre outros. Dessa minoria, 8 (13,56%), leva a denominação de Relações Públicas, apenas um curso “*Comunicación corporativa y relaciones públicas*” é de graduação, os outros sete são classificados como técnicos profissionais e levam a nomenclatura de “*Técnica profesional em comunicación y relaciones públicas*”.

Diretrizes Curriculares de Relações Públicas na Colômbia

Utilizamos para esta parte do trabalho uma entrevista com a professora Ana María Suárez Monsalve¹⁰, docente na *Universidad de Medellín* na Faculdade de Comunicação, feita através de e-mail, ampara com informações do Ministério da Educação da Colômbia.

Na Colômbia, não há diretrizes Curriculares norteadoras, o Ministério da Educação não orienta o conteúdo. Supervisiona o cumprimento dos requisitos e a

¹⁰ MONSALVE, Ana María Suárez. Mensagem pessoal, recebida por <asuarez@udem.edu.co> em: 21 set. 2016.

Universidade se submete voluntariamente à avaliação da qualidade do ensino para obter Acreditação Nacional de Educação, solicita avaliação do Conselho Nacional de educação- CNA -que realiza a revisão de cumprimento das normas de qualidade. Se a Universidade está em conformidade com as normas, a acreditação de qualidade se dá entre seis a oito anos, aproximadamente. Então, a universidade/ curso deve submeter-se novamente.

O número de horas é orientado pelo Ministério da Educação, conforme os requisitos gerais para todos os programas que são comuns para graduação ou pós-graduação. Mas os títulos são aqueles que a Universidade tem proposto e apresentado para aprovação, como por exemplo, o título de comunicador e relacionista corporativo, comunicador em linguagens audiovisuais, comunicador gráfico publicitário, comunicador em entretenimento digital, bem como comunicador e relações corporativas, entre outros.

Monsalve (2016) ressalta que na Universidad de Medellín:

“O programa de comunicação e relações corporativas, é o único programa nacional nesta área, que inclui relações públicas como uma especificidade do programa e nós somos reconhecidos/acreditados nacionalmente e internacionalmente pela Public Relations Society of America (PRSA) que certifica a qualidade do ensino de relações públicas. Nós, como programa, solicitamos que a avaliação do PRSA em 2010 e nos deram a certificação no ensino das relações públicas CERP-PRSA-até 2016 e este ano, em março, nós submetemos para a avaliação e renovação, sendo aprovada por mais seis anos, até 2022. Eles entregam a certificação da qualidade do ensino pela avaliação do conteúdo, número de temas e metodologia de ensino, pesquisa e as condições da faculdade¹¹.”

Em relação ao cenário digital, considerado essencial – pela dinamicidade global, interconectada e simultânea do mercado, é tratada de forma interdisciplinar na Colômbia nos cursos da área. As temáticas mais abordadas são: Comunicação digital, multimídia, produção de conteúdos digitais, e mensuração de informações deste cenário para realimentar os meios e objetivos organizacionais.

Monsalve (2016) ressalta que a importância do cenário digital no ensino das Relações Públicas está na preparação para informar, interagir e motivar as novas audiências digitais, e isto deve ser incorporada novas práticas de leituras, interatividade e entender que as audiências que estão cada vez mais ativas.

¹¹ Tradução dos autores

Apontamentos finais

A área das Relações Públicas começou na Colômbia quase 50 anos depois do marco em que foi no Brasil. No Brasil foi em 1914 e na Colômbia o marco foi em 1948.

Há mais cursos no Brasil. Na Colômbia há várias outras nomenclaturas para área, diferente do Brasil em função da regulamentação da profissão.

Em relação às Diretrizes Curriculares, no Brasil as de 2013 orientam um currículo mínimo, agregando o estágio obrigatório é uma forma de garantir ao discente as práticas durante a realização do curso superior. Outra alteração das Diretrizes atuais é a estrutura dos cursos: nas Diretrizes Curriculares Nacionais de 2002, os conteúdos eram divididos em básicos e específicos. Em 2013, foram ampliados para eixos, em quatro dimensões: 1) Formação geral; (2) Formação em Comunicação; (3) Formação em Relações Públicas e (4) Formação suplementar. Esta ampliação representa uma preocupação quanto à formação nas diferentes áreas de cunho profissional, deixando-as mais delimitadas.

Nas Diretrizes Nacionais Curriculares de 2013 há previsão de 1.400 horas para o curso no eixo de formação específica em Relações Públicas. Mesmo assim, pode-se afirmar que a inserção do digital nos documentos relativos aos cursos da área ainda é incipiente, confirmando a visão de autores da área, alertando sobre a falta dessa apropriação desde os anos 1980, com destaque para a posição de Andrade (1985), apontado neste trabalho. A lacuna da inserção do digital na área de RP pode ser diminuída com a adoção da transversalidade dos conteúdos nos cursos. Importante salientar que esta prática é possível, desde que os docentes tenham visão interdisciplinar, pois são os agentes que podem viabilizar o processo de ensino e aprendizagem.

Já na Colômbia, não há Diretrizes Curriculares norteadoras. O processo de reconhecimento é idêntico ao brasileiro, chamado de Acreditação Nacional de Educação.

O cenário digital na área das Relações Públicas é tratado de maneira interdisciplinar, no qual se tem a visão de que os públicos de interesse no âmbito digital crescem e desenvolvem muito, sendo novas oportunidades para estratégias de comunicação elaboradas pelos profissionais da área.

Nos 59 cursos existentes na Colômbia, existe um na modalidade a distância

(EaD), sendo que somente oito possuem a nomenclatura específica em Relações Públicas e desses, apenas um é de graduação. Os demais são técnicos profissionais, o que difere do Brasil, talvez pelo amplo desenvolvimento que a profissão teve durante o regime militar brasileiro. Esse desenvolvimento tardio na Colômbia se relaciona com a baixa demanda do curso no país e a fragmentação da mesma profissão em nomes distintos, como: Comunicação Organizacional, Comunicação Digital, Comunicação Estratégica, entre outros.

REFERÊNCIAS:

ANDRADE, Cândido Teobaldo de Sousa. **O ensino de relações públicas e as exigências dos novos tempos**. *Jornal O Público*, nº 28, agosto/setembro de 1985. Páginas 1 e 4.

ARROYABE, S. (1998). “**Relaciones públicas: Comunicación efectiva**” en *Publicidad y Mercadeo*, vol. 18, No 207, pp. 36-29. Disponível em: <<http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/comunicacion/tesis91.pdf>>. Acesso em: 14 out. 2016

BUENO, Wilson da Costa. **Comunicação Empresarial**. São Paulo: Editora Manole, 2003. p. 338.

BUENO, Natália de Lima & BRITO, Gláucia da Silva. Comunicação e tecnologia: da limitação à delimitação nos cursos de comunicação social. UTFPR, In: **Simpósio Nacional de Tecnologia e Sociedade**. Curitiba: UTFPR, 2005. p. 01-15.

CARVALHO, Cíntia. ROSA, Helaine Abreu. O pioneirismo do Sindicato de Relações Públicas no Estado do Rio Grande do Sul. In **História das relações públicas: fragmentos da memória de uma Área**. MOURA, Claudia Peixoto de. (org.). Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008. p.700.

CASTELLS, Manuel. **A Galáxia da Internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro, RJ: Zahar, 2003. 244 p.

CECORP. Centro Colombiano de Relaciones Públicas y Comunicación Organizacional (CECORP). Disponível em: <<https://sites.google.com/site/cecorpcol/cecorp-1>>. Acesso em 04 out. 2016.

HELD, Dayana Carolina Cortés. **Aproximación a las relaciones públicas en Colombia como disciplina**. 2008. Disponível em: <<http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/comunicacion/tesis91.pdf>> Acesso em: 12 out. 2016.

MAYORGA; LOZANO; Verónica, María Fernanda. **Las relaciones públicas en Colombia: Un acercamiento a su historia y desarrollo.** 2010. Disponível em: <http://intellectum.unisabana.edu.co/bitstream/handle/10818/10853/VERONICA_MAYORGA_ORTIZ.pdf?sequence=1>. Acesso em: 10 out. 2016

MEC. Ministério da Educação. Diretrizes Curriculares nacionais para os cursos de Relações Públicas. Resolução nº 02, de 27 de setembro de 2013. **Diário Oficial da União.** Brasília, Brasília, DF, 01 out. 2013, p.28-29. Disponível em: <http://goo.gl/HI02iM>. <Acesso em: 02 out. 2014>.

_____. Diretrizes Curriculares Nacionais para os cursos de Filosofia, História, Geografia, Serviço Social, Comunicação Social, Ciências Sociais, Letras, Biblioteconomia, Arquivologia e Museologia. Parecer CNE/CES nº 1.363, de 12 de dezembro de 2001. Retifica o Parecer CNE/CES nº 492/2001. **Diário Oficial da União,** Brasília, DF, 29 set. 2002.

MINEDUCACIÓN. *Ministerio de Educación Nacional de Colombia.* **Sistema Nacional de información de la educación superior.** Disponível em: <<http://snies.mineducacion.gov.co/consultasnies/programa>>. Acesso em: 19 set. 2016.

MOURA, Cláudia Peixoto de. **O curso de comunicação social no Brasil: do currículo mínimo às novas diretrizes curriculares.** Porto Alegre: Ed. PUCRS, 2002. 314 p.

NASSAR, Paulo. BERNARDES, Roberto Carlos. (2012). **Comunicação Empresarial.** Disponível em: 200.195.174.230/Materiais/80_75.doc. <Acesso em: 15 jul. 2014>.

OLIVEIRA, Ivone de Lourdes. Formação acadêmico-profissional em Relações Públicas: uma perspectiva contemporânea. In: KUNSCH, Margarida M. Krohling (org.). **Ensino de Comunicação: qualidade na formação acadêmico-profissional.** São Paulo: ECA-USP: Intercom, 2007. 213 p.

ORDÓÑEZ, M. M. F. (1989). **Relaciones públicas y publicidad hacia la comunicación integral (trabajo de grado),** Bogotá, Pontificia Universidad Javeriana, Carrera de Comunicación Social y Lenguaje. Disponível em: <<http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/comunicacion/tesis91.pdf>>. Acesso em: 12 out. 2016.

PALÁCIO DO PLANALTO. **Lei dos estágios nº 11.788, de 25 de setembro de 2008.** Disponível em: <<http://goo.gl/oIF7A>>. Acesso em: 30 jun. 2014.

PROCHNO, Pedro. **Panorama dos cursos e formandos de RP no Brasil.** Disponível em: <<http://www.blogrelacoes.com.br/2015/05/panorama-dos-cursos-e-formandos-de-rp-no-brasil/>>. Acesso em: 28 jun. 2016.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. 2. Ed., Porto Alegre: Sulina, 2011. 206 p.