

A habilitação Publicidade e Propaganda: um breve histórico

Flávia Mayer dos Santos SOUZA
Mestre em Educação – UFES
Centro Universitário Vila Velha – UVV – ES
flmayer@uvv.br

O artigo visa refletir sobre o processo de criação do ensino superior em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda no Brasil e, especialmente, no Estado do Espírito Santo. Parte, assim, dos debates e movimentos do início do século XX, que apontavam para a necessidade do surgimento do curso de Comunicação. Apresenta os tensionamentos que permearam a criação e implantação do curso, bem como a influência marcante da graduação em Jornalismo na concepção do ensino de Comunicação Social com suas habilitações. Aborda o processo de construção dos currículos e as diversas interferências ocorridas, abarcando a discussão sobre a instabilidade curricular decorrente da implantação de uma seqüência de currículos mínimos, a abertura proporcionada pela Lei de Diretrizes e Bases e a definição das Diretrizes Curriculares; e também algumas tendências que marcaram os currículos da área. Busca reunir, desse modo, o processo no âmbito nacional e aproxima-se do percurso vivenciado no Espírito Santo.

Palavras-chave: história do ensino de Publicidade; curso de Comunicação Social; currículo

1. Apresentação

O processo de criação do ensino superior em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda no Brasil e, em especial, no Estado do Espírito Santo, deu-se em meio a grandes tensionamentos. Analisar tal percurso, os interesses subjacentes, as questões políticas e econômicas que permearam esse processo e o impacto desses

elementos na concepção do currículo, bem como os avanços e recuos para a implantação do curso constituem objetivo do presente trabalho¹.

Desse modo, o artigo abarca os debates do início do século XX, no país, acerca da necessidade de criação do curso e perpassa as discussões que culminam nas Diretrizes Curriculares, aprovadas em 2001.

Recorremos, assim, à análise documental e à pesquisa bibliográfica com o intuito de recuperar essa história e, de certa forma, trazer à memória um trajeto que revela algumas marcas presentes nos currículos do curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda.

2. Do Curso de Jornalismo Impresso à Graduação em Comunicação Social com suas Habilitações

O ensino superior em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda foi criado, no Brasil, no final dos anos 60. Seu surgimento está relacionado há um emaranhado de fatos e um dos fios que faz parte dessa trama é a implantação da graduação em Jornalismo no país, em 1947.

As pressões para a criação de cursos de Comunicação datam do início do século XX, momento em que os serviços gráficos estão em desenvolvimento, o rádio surge e se consolida, tem início o império jornalístico comandado por Assis Chateaubriand, a fundação da Associação Brasileira de Propaganda – ABP (PINHO, 1998), surge a primeira agência no país: A Eclética; chegam ao Brasil o Departamento de Propaganda da General Motors Company, as agências N. W. Ayer e McCann-Erickson, que influenciam a propaganda brasileira ao trazerem os padrões técnicos da publicidade norte-americana. Entretanto, só com o surto urbano-fábril dos anos 20 e 30 e a adaptação das empresas jornalísticas aos padrões do capitalismo industrial que tal projeto foi impulsionado.

Na década de 30, foi criado o curso de Jornalismo na Universidade do Distrito Federal (atual Universidade Federal do Rio de Janeiro - UFRJ), tendo como preocupação maior a reflexão do jornalismo na realidade brasileira, a formação de pessoas que pudessem intervir na realidade, porém, o curso não tem continuidade (MARQUES DE MELO,

¹ Parte da discussão relatada neste artigo foi iniciada em dissertação de mestrado apresentada no Programa de Pós-Graduação em Educação da Universidade Federal do Espírito Santo, em 2007.

1979). Apesar do desenvolvimento da área, somente em 1943, com o Decreto-lei nº 5.480, torna-se oficial o ensino superior de Jornalismo Impresso.

O ano de 1950 é marcado pelo crescimento do processo de industrialização e pelas primeiras transmissões televisivas. Tais fatos provavelmente influenciam as discussões de um grupo de publicitários reunidos no I Salão Nacional de Propaganda, em São Paulo, com o patrocínio do Museu de Arte de São Paulo (MASP), encontro que impulsionou a criação, em 1951, da Escola de Propaganda do Museu de Arte de São Paulo. De acordo com Pinto (2003), o surgimento dessa escola é um indicativo, também, do crescimento das demandas na área da publicidade, justificado, dentre outros, pelo aumento da concorrência e busca por espaços nos meios de comunicação. Entretanto, o curso não foi reconhecido pelo Conselho Federal de Educação, o que ocorreu apenas em 1978².

O crescimento da demanda por esses profissionais junto ao interesse de empresas multinacionais de estimular vendas configuram alguns dos fatores que exercem grande pressão para as escolas de Jornalismo transformarem-se em escolas de Comunicação.

O ensino superior brasileiro é influenciado, assim, por interesses econômicos, como a instalação de grandes empresas estrangeiras no país, e políticos, dentre eles a necessidade de reduzir a quantidade de pessoas sem acesso ao ensino superior. Tais fatos levam ao aumento do número de vagas, principalmente por meio do ensino particular.

O processo de ampliação de oferta de cursos de graduação caracteriza-se por uma grande vigilância. Segundo Silva (1979), os movimentos são acompanhados de perto, para que não trouxessem a reboque o que o autor chama de “vírus da ideologia”³. A Conferência de Punta Del Este, de 1961, foi marcada por essa preocupação. Decorre daí, juntamente a outros fatores, a despolitização do ensino superior.

No cenário nacional, os anos de 1962 e 1964 são marcados pela instabilidade política devido à renúncia de Jânio Quadros da presidência e ao crescimento acelerado da inflação, fatos que resultam em debates sobre as reformas necessárias à época e movimentos em busca de melhorias salariais. As forças conservadoras, representadas

² A Escola é conhecida, atualmente, como Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM). Está presente em várias regiões do país: São Paulo, Rio de Janeiro, Porto Alegre e Campinas, além de outros locais por meio de parcerias para oferta de pós-graduação.

³ Silva (1979) discute como o campo da educação era percebido pelo governo federal. A vigilância em relação ao ensino decorre do entendimento de que, dependendo do conhecimento que se procura construir, a educação pode favorecer a transformação do *status quo*.

pela burguesia, latifundiários e a ala tradicional da classe média, sob o comando dos militares, levam, então, ao golpe de 1964.

Em meio a esse clima, no ano de 1962, o Governo Federal institui o currículo mínimo a ser seguido no ensino superior, como uma forma de demarcar os limites do que seria permitido na educação brasileira. Nessa fase inicial, como os profissionais que atuam no jornalismo não tinham passado pelo ensino superior, o ensino conta com professores com titulação em áreas afins. Esse aspecto juntamente com o privilegiamento da formação humanística, que caracteriza o currículo mínimo, fazem com que as discussões em sala de aula distanciem-se da realidade do jornalismo (MARQUES DE MELO, 1986).

O período entre 1964 e 1985 é marcado pelo autoritarismo, com generais-presidentes assumindo o poder no Brasil. Nesse ambiente, já em 1966, o currículo mínimo de Jornalismo foi alterado novamente, passando a contar com maior inclinação tecnicista. A instabilidade é tamanha que, três anos depois, mais modificações ocorrem no ensino superior.

O currículo de Jornalismo passa por mudanças e transforma-se no currículo mínimo do curso de Comunicação, que conta com cinco habilitações: polivalente, jornalismo, relações públicas, publicidade e propaganda e editoração. Assim, apenas em 1969, surge oficialmente o curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda. O currículo de Jornalismo, que gozava de certa tendência tecnicista, passa a contar com as alterações previstas no novo mínimo, que apresenta como foco o ensino profissionalizante (SILVA, 1979) e justamente essa é a base do currículo da habilitação Publicidade e Propaganda. Dessa maneira, a habilitação nasce com viés técnico-profissionalizante.

O currículo de Comunicação Social como um todo está relacionado ao início de um processo centralizador e com o tenso momento político, uma vez que, em 1968, é decretado o Ato Institucional Nº 5 (AI-5), como forma de conter a rebelião estudantil e a inquietação política brasileira, de maneira que a repressão e a censura se alastram pela vida intelectual e artística. Além disso, a situação complica-se em 1969, quando o Decreto-Lei n. 477 proíbe manifestações políticas nas escolas e universidades por parte de professores, estudantes e funcionários (PINTO, 2003).

Segundo Marques de Melo (1979), a maior parte das instituições oferecia o curso de Comunicação em condições precárias, por conta da falta de docentes qualificados, de laboratórios, de bibliotecas especializadas, de agências experimentais, dentre outros. Como as escolas de comunicação se estruturam nesse período, não é permitida a liberdade mínima para o desenvolvimento da criatividade e criticidade, inerentes à área, por parte de professores e alunos. Nesse sentido, as escolas de comunicação seguiam, como já dissemos, o que era praticado nas escolas de jornalismo, transmitindo conhecimentos com base em literatura estrangeira e informando técnicas que os alunos não tinham como colocar em prática no espaço acadêmico.

Em 1977, o Conselho Federal de Educação - CFE decide pela reformulação do mínimo, que passa a ser ainda mais centralizador. O documento apresenta, assim, não somente as disciplinas que deveriam integrar o currículo mas, também, traz as ementas das matérias, com o apontamento do conteúdo básico a ser adotado pelas instituições.

Um ano também de tensão para o ensino superior de Comunicação Social é 1981, com a tentativa de extinção dos cursos de Comunicação Social, a partir de parecer do conselheiro Paulo Natanael de Souza, membro do CFE. A proposta consistia em passar a graduação em Comunicação, com duração de quatro anos, para o nível de pós-graduação, com duração de um ano, que poderia ser feita por pessoas com curso superior em qualquer área do conhecimento (PINHO,1986). A iniciativa reativa as discussões sobre o ensino de comunicação, assim, professores e estudantes criam o Movimento em Defesa dos Cursos de Comunicação (ENDECOM), para assegurar a continuidade do curso e a possibilidade de pós-graduação na área, bem como buscar a melhoria da qualidade do ensino.

Em janeiro de 1984 é publicada a Resolução 02/84 que fixa o currículo mínimo do curso de Comunicação Social. Sobre esse mínimo, Marques de Melo (1998) pondera que a multiplicidade de disciplinas exigidas tornou praticamente nula a possibilidade de os cursos pensarem em alternativas como, por exemplo, uma aproximação com a realidade e as demandas locais. Entretanto, o autor deixa claro que ações foram empreendidas para driblar a falta de flexibilidade do currículo mínimo vigente nos anos 80 e 90⁴:

⁴ Considera-se que, de certa forma, o currículo pode ser modificado, pois ele está inserido no movimento dos professores e, também, está em sala de aula, junto aos alunos. Essas interações dão origem ao currículo ativo que corresponde ao currículo realizado em sala de aula. Ao entrar em sala, o educador ao se relacionar com o educando, ressignifica e mantém-se ressignificando de modo contínuo o projeto que

[...] cabe referir ao exagero das ‘ementas’ fixadas para todas as disciplinas do currículo. Uma quase prisão destinada aos docentes, suprimindo a ‘liberdade de cátedra’. Também isso foi contornado. O ‘controle’ institucional é inviável dentro da sala de aula. A maioria dos professores manteve fidelidade às ementas somente no ‘papel’, ou seja, nos programas arquivados na secretaria do curso. Mas nas classes ministraram livremente os conteúdos preferidos (MARQUES DE MELO, 1998, p. 17).

O período caracteriza-se pela grande instabilidade curricular, com uma seqüência de currículos mínimos (1962, 1966, 1969, 1978, 1984). A cada mínimo, de certa forma, aumenta a centralização, chegando ao ponto de os cursos terem que seguir as ementas definidas pela legislação educacional, como comentamos. Somado a isso, a instabilidade, resultado da alteração curricular constante, não permite a análise da implantação dos currículos, dificultando a percepção de erros e acertos ocorridos ao longo do processo.

A seqüência de mínimos implantados caracteriza-se, então, como currículo prescrito, pois traz orientações que configuram pontos de partida – nesse caso, pontos indispensáveis – para a concepção do projeto pedagógico. Envolve, dentre outros elementos, indicações acerca do conteúdo, consistindo, assim, em instrumento de controle (Sacristán, 2000)⁵.

A Lei de Diretrizes e Bases da Educação – LDB, de 1996, extingue o currículo mínimo. Os anos de 1997 a 2001, com a nova LDB, caracterizam-se, então, pela “[...] existência de um vazio legal que não mais obrigava os cursos a pautarem sua estrutura curricular pelas normas antigas nem os obrigava a seguir qualquer outra norma” (FARO, 2003, p. 140). Desse modo, deixa de haver um currículo prescrito, extremamente centralizador, e os cursos passam a gozar de liberdade para refletir sobre novos rumos.

havia proposto inicialmente (GOODSON, 1995).

⁵ Sacristán (2000) detalha em seus estudos uma espécie de fases que envolvem o currículo. O currículo prescrito traz orientações para a concepção de documentos, envolvendo, dentre outros elementos, orientações acerca do conteúdo, de maneira que torna-se uma forma de controle. Na tentativa de traduzir o significado e os conteúdos do currículo prescrito para os professores, temos o currículo apresentado aos professores. Muitas das vezes, tal papel é cumprido pelo livro-texto, devido à dificuldade de, a partir do currículo prescrito, pensar na prática. O professor, sendo agente ativo, realiza uma série de interferências ao moldar os significados e conteúdos presentes no currículo; então, temos o currículo moldado pelos professores. O currículo em ação corresponde à concretização dos esquemas traçados pelo professor, é a materialização por meio de tarefas acadêmicas. Entende, ainda, que a prática vai além do que está proposto no currículo, pois se dá em um espaço de interações, que envolve, também, significações e ressignificações, que ora seguem, ora subvertem o traçado pelo professor. O currículo realizado está ligado às conseqüências produzidas pela prática, constituindo, então, efeitos complexos, que podem ser considerados, segundo o autor, rendimentos, bem como efeitos de difícil percepção, ocultos. Os desdobramentos gerados pelo currículo têm impacto não só na aprendizagem dos alunos, como também, nos professores e alcançam, ainda, o ambiente familiar, dentre outros.

Nesse período, o MEC dá início ao debate sobre as Diretrizes Curriculares do campo da Comunicação, o que, para Faro (2003, p. 140), representa “[...] o mais amplo movimento de mobilização e debate que os cursos de graduação da área viveram até hoje [...]”.

Em 2002 passam a vigorar as Diretrizes Curriculares da área de Comunicação Social e suas habilitações. Um dos objetivos desenhados no corpo do documento é a flexibilização da estruturação do curso, propondo que sejam consideradas a realidade da região, a rapidez das transformações da área, incentivando propostas inovadoras. Outro objetivo é o estabelecimento de orientações para que haja um padrão de qualidade. O documento trouxe, assim, o perfil comum dos formandos, bem como os perfis específicos por habilitação, as competências e habilidades gerais e, também, as específicas por habilitação, conteúdos básicos e específicos, orientações sobre estágio, atividades complementares, estrutura do curso, acompanhamento e avaliação, além de permitir a criação de novas habilitações. É criado, então, um currículo prescrito com a finalidade de servir como referencial inicial para a proposição de projetos pedagógicos, desse modo, continua a haver, ainda, alguma centralização.

A década de 90 é um período de grande expansão dos cursos de Comunicação Social, principalmente, entre os anos 1998 e 2001. O aumento da oferta do ensino de Publicidade e Propaganda é deflagrado pelas novas políticas governamentais instituídas ao longo do governo do presidente Fernando Henrique Cardoso. O momento é marcado pelo debate, em âmbito nacional, acerca dos sistemas de avaliação, bem como pela veloz ampliação do ensino privado (QUEIROZ, 2003). Faz parte, também, desse movimento o Estado do Espírito Santo, que tem o ensino em Comunicação Social passando por um processo de revisão.

3. A Habilitação Publicidade e Propaganda no Espírito Santo

Nas décadas de 60 e 70, alguns movimentos em âmbito local exercem pressão para a criação do curso de Comunicação na Universidade Federal do Espírito Santo - UFES. Os próprios veículos de comunicação sediados no Estado discutem a urgência da implantação do curso de Jornalismo.

Assim, em 1974, a UFES solicita a criação do curso que destina-se à formação de três turmas, o que corresponderia a até 240 profissionais, a fim de atender a demanda do

Estado, de modo que não teria continuidade. Só poderiam ser oferecidas novas vagas pela universidade se houvesse comprovação de demanda do mercado de trabalho e a autorização ministerial deveria ser renovada. O curso é criado com a data de seu fim já definida e, por consequência, não seria objeto de investimentos dentro da própria universidade. Objetiva, de fato, atender às necessidades dos veículos de comunicação, mesmo movimento percebido nacionalmente.

A coordenação didático-pedagógica do curso fica sob a responsabilidade do sub-reitor e representantes dos departamentos onde estão alocados professores responsáveis pelas disciplinas do currículo mínimo do curso. Estão envolvidos professores dos departamentos de Filosofia e Psicologia; Economia; Ciências Sociais, Filosofia e Sociologia; Letras; Direito Público; História; Administração (ULIANA; RIBEIRO; BARONE, 2005).

A opção da UFES em seu primeiro vestibular, realizado no início de 1975, é oferecer uma formação polivalente, envolvendo Relações Públicas, Publicidade e Propaganda, Editoração e Jornalismo. Desse modo, o currículo conta com uma grade genérica, na tentativa de englobar as variadas necessidades profissionais da área de Comunicação. Entretanto, tal idéia não vai à frente devido à falta de docentes das áreas específicas e de infra-estrutura laboratorial. Como já comentado, sendo um curso que funcionaria apenas por três anos, dificilmente contaria com atenção e investimento. A opção que resta, então, é a oferta da habilitação Jornalismo.

Tais fatores contribuem para que, em 1977, na ocasião de solicitação de reconhecimento do curso ao MEC, a comissão avaliadora recomende a suspensão do reconhecimento, alegando que não havia condições suficientes para a formação de profissionais para a área de Comunicação, ou mesmo a área específica de Jornalismo. O Conselho Federal de Educação concede o prazo de 90 dias para adequação às condições mínimas ao funcionamento do curso.

Apesar desse obstáculo, é realizado vestibular para o ano de 1978, o que representa uma forma de pressão para a manutenção do funcionamento do curso. A comunidade docente e discente cobra do reitor os pontos necessários para o reconhecimento, o que ocorre em 1979⁶.

⁶ O curso foi reconhecido por meio do parecer 7.610/78, Decreto nº 83.220.

O currículo vigora pouco tempo uma vez que, com o novo mínimo de 1978, modificações foram realizadas. Dentre elas destaca-se, na UFES, a criação das habilitações Jornalismo, Publicidade e Propaganda e Relações Públicas, sendo que a última, até hoje, não foi oferecida.

Dessa maneira, a habilitação Publicidade e Propaganda tem início na UFES em 1980. De modo que, no Estado, a habilitação conta apenas com 28 anos. Nesse período, o aluno presta vestibular para o curso de Comunicação e, no decorrer do mesmo, faz a opção por uma das habilitações, Jornalismo ou Publicidade.

As pressões, então, para que o curso possa conquistar espaço, verba, infra-estrutura dentro da Universidade são intensificadas. Assim, em 1980, é autorizada a criação do Departamento de Comunicação Social. Além disso, até o ano de 1981, os professores de Comunicação não faziam parte do quadro da Universidade, eram colaboradores. Mas, após greve de professores de todas as instituições federais do país, os doze professores de Comunicação da UFES tornam-se efetivos, e oito deles com regime de dedicação integral. Tais fatos representam grandes conquistas; entretanto, no fim dos anos 80, o curso ainda apresenta dificuldades existentes desde a sua criação, como a falta de estrutura de laboratórios (MARQUES; BORGES; BORGES, 2005).

No ano de 1985, em decorrência da Resolução 02/84, foi implantado novo currículo que, com algumas alterações realizadas ao longo do tempo, vigorou para as turmas que ingressaram até o segundo semestre de 2003. Parte das mudanças curriculares decorrem, ainda, da construção do edifício de laboratórios e da chegada de cerca de 20 computadores, possibilitando que determinadas disciplinas abordassem novos assuntos. Nesse período, o curso de Comunicação obtém permissão de publicar os editais da UFES. Uma agência experimental, que atua como laboratório do curso, passa a gerar uma receita média de 2 a 3 mil reais mensais, utilizada para conserto e compra de equipamentos⁷. Esse montante dá certa autonomia e agilidade ao curso para a resolução de questões de infra-estrutura laboratorial, entretanto, em 2002, o governo federal centraliza a publicação de editais e o curso perde essa verba (MARQUES; BORGES; BORGES, 2005).

⁷ A remuneração de uma agência envolve custos de criação, comissão de veículos e percentual sobre o trabalho de fornecedores de serviços de comunicação. A comissão (de no máximo 20%) paga pelos veículos de comunicação em cima do montante publicado gerava, assim, uma renda importante para o curso de Comunicação Social da UFES.

Em 1994, iniciativa de montagem de curso de mestrado reúne os Departamentos de Comunicação Social, Serviço Social e Ciências Sociais, mas a universidade passa por um momento de perda de doutores, o que inviabiliza o projeto. O único projeto de pós-graduação implantado pelo Departamento de Comunicação data de 1998, tendo como foco as “Políticas de Comunicação Organizacional”. Apesar da demanda, apenas uma turma realiza o curso.

Nesse sentido, a construção do curso de Comunicação Social envolve pressões: pressão dos docentes, dos alunos, da sociedade. Em meio a esse contexto o curso é criado e, até a atualidade, vem lutando por infra-estrutura, pelo aumento da oferta de vagas e ampliação do corpo docente. Na história recente do curso destaca-se a reformulação curricular, tema este que discutimos no próximo tópico.

3.1 O novo currículo de Publicidade e Propaganda da UFES

Em 1999, o curso de Comunicação Social da UFES dá início a debates objetivando a elaboração de uma nova proposta curricular. Dentre as motivações que levam a tal reflexão, está a preocupação com a adequação do ensino às demandas profissionais emergentes, às constantes inovações tecnológicas e às teorias contemporâneas do campo comunicacional, bem como a busca pela melhoria das condições de oferta do curso (CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL -REFORMULAÇÃO CURRICULAR, 2003).

As reflexões recentes do campo comunicacional não eram contempladas no currículo em vigor, implantado em 1985. Desse modo, a revisão do papel da comunicação na sociedade e do perfil profissional desejado torna-se urgente⁸.

A discussão do novo projeto pedagógico ocorre em um período em que o debate sobre os rumos e desafios do curso de Comunicação Social atravessam todo o país. As Diretrizes Curriculares estão em fase de elaboração, reunindo pesquisadores e incentivando a discussão nacional. O novo projeto pedagógico da UFES deixa transparecer a influência determinante das Diretrizes em sua concepção.

Inicialmente, a discussão sobre a mudança curricular transcorre no âmbito do Departamento de Comunicação e no colegiado. Desenvolvida a proposta, o documento

⁸ Para a obtenção de informações sobre o processo de elaboração do novo projeto pedagógico do curso de Comunicação Social da UFES foram entrevistados três professores que participaram da reformulação curricular.

segue para os departamentos envolvidos, ou seja, aqueles que ofereceriam disciplinas no curso como Filosofia, Psicologia, Ciências Sociais, Artes e seus conselhos. Esses departamentos dão retorno ao curso de Comunicação Social que reanalisa o documento e o encaminha para o conselho departamental, o Conselho de Ensino e Pesquisa e a Pró-reitoria de Graduação – PROGRAD. Por algumas questões internas, o processo da nova grade curricular só é aprovado em 2003 e implantado no ano seguinte.

Ao final de 2007, a primeira turma conclui o novo projeto pedagógico. O fechamento desse ciclo propicia a análise do percurso vivenciado, dos avanços e recuos que compõem esse processo.

4. Considerações

A extinção dos currículos mínimos representa uma grande abertura para a reflexão sobre a concepção dos projetos pedagógicos para o curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda.

Após período de centralização excessiva, projetos inovadores passam a ter espaço. Torna-se possível, então, o tão almejado diálogo com as realidades regionais. Há maior liberdade para a construção das matrizes curriculares, bem como a sua contínua revisão face às aceleradas transformações que caracterizam o campo comunicacional.

Esses 12 anos após a extinção do mínimo e a ampliação das vagas nos cursos de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda tornam o momento propício para o amadurecimento dos projetos pedagógicos e revelam o campo da Comunicação Social como área fértil para o estudo e o desenvolvimento de propostas inovadoras e comprometidas com as questões da atualidade.

As Diretrizes Curriculares e o Exame Nacional de Desempenho dos Estudantes – ENADE constituem, atualmente, os elementos que sinalizam os rumos dos cursos de Comunicação Social. Configuram um currículo prescrito, de certa forma, ainda pouco estudado pelos pesquisadores de comunicação. A realização do ENADE, pela primeira vez, em 2006, certamente leva a revisão dos projetos pedagógicos. Tal fato justifica-se pois deficiências dos cursos tornam-se evidentes, assim como seus pontos fortes. A análise, nesse sentido, pode fortalecer o ensino. Mas, talvez, um dos principais motivos para a urgência dessa revisão seja o fato de o desempenho precário poder acarretar redução de vagas nos cursos e até mesmo o fechamento.

A pesquisa, assim, desses novos elementos que passam a integrar o campo do ensino em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda deve constituir um processo contínuo. Decerto, movimentos já foram realizados devido à forma de avaliação dos cursos que está em vigor. Cabe, então, compreender os rumos dessas mudanças e analisar, assim, se os projetos pedagógicos vêm atendendo à legislação, às necessidades que o contexto sinaliza para a formação dos estudantes, se contemplam os dois aspectos ou o que tem sido sobrepujado. Urge, desse modo, que a discussão acerca do ensino na área seja colocada em pauta e iniciemos uma reflexão sobre seus rumos e desafios.

Referências

CURSO de Comunicação Social. **Reformulação Curricular – Currículo 2004**. Vitória, Universidade Federal do Espírito Santo, 2003.

FARO, José Salvador. Diretrizes Curriculares para o Ensino de Comunicação no Brasil: uma História que Mudou as Perspectivas dos Cursos. In: PERUZZO, Cícilia Maria Krohling; SILVA, Robson Bastos da (Orgs.). **Retrato do Ensino em Comunicação no Brasil**. São Paulo: Intercom, Taubaté: UNITAU, 2003.

GOODSON, Ivor F. **Currículo: Teoria e História**. Petrópolis: Vozes, 1995.

MARQUES, Bruno; BORGES, Fabrícia; BORGES, Felícia. Somos balzaquianos! In: MARTINUZZO, José Antonio. **Balzaquiano: Trinta anos do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Espírito Santo 1975-2005**. Vitória: Imprensa Oficial do Estado do Espírito Santo, 2005.

MARQUES DE MELO, José. Poder, Universidade e Escolas de Comunicação. In: MARQUES DE MELO, José; FADUL, Anamaria; SILVA, Carlos Eduardo Lins da (Orgs.). **Ideologia e poder no ensino de comunicação**. São Paulo: Cortez & Moraes/Intercom, 1979.

MARQUES DE MELO, José. Ação educativa nas escolas de comunicação: desafios, perplexidades. In: KUNSCH, Margarida Maria Krohling (Org.). **Comunicação e Educação: caminhos cruzados**. São Paulo: Edições Loyola, 1986.

MARQUES DE MELO, José. **Ensino de Graduação em Comunicação Social: paradigmas curriculares**. Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, ano XXI, n. 1, p. 13-23, jun. 1998.

PINHO, José Benedito. O projeto pedagógico como transformador do ensino de publicidade e propaganda na PUCCAMP. In: KUNSCH, Margarida Maria Krohling

(Org.). **Comunicação e Educação**: caminhos cruzados. São Paulo: Edições Loyola, 1986.

PINHO, J. B. Trajetória da publicidade no Brasil: das origens à maturidade técnico-profissional. In: _____. **Trajetória e questões contemporâneas da publicidade brasileira**. São Paulo: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 1998. p. 1-47.

PINTO, Virgílio Noya. **Comunicação e Cultura Brasileira**. São Paulo: Ática, 2003.

QUEIROZ, Adolpho. O Ensino de Publicidade no Brasil. In: PERUZZO, Cícilia Maria Krohling; SILVA, Robson Bastos da (Org.). **Retrato do Ensino em Comunicação no Brasil**. São Paulo: INTERCOM, Taubaté: UNITAU, 2003.

SACRISTÁN, J. Gimeno. **O currículo**: uma reflexão sobre a prática. Porto Alegre: ArtMed, 2000.

SILVA, Carlos Eduardo Lins da. A política educacional brasileira e os currículos de Comunicação. In: MARQUES DE MELO, José; FADUL, Anamaria; SILVA, Carlos Eduardo Lins da (Orgs.). **Ideologia e poder no ensino de comunicação**. São Paulo: Cortez & Moraes/Intercom, 1979.

SOUZA, Flávia Mayer dos Santos. **A leitura da imagem publicitária**: reflexões sobre a formação em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda. 2007. Dissertação (Mestrado em Educação) – Programa de Pós-Graduação em Educação, Universidade Federal do Espírito Santo, Espírito Santo, 2007.

ULIANA, Camila; RIBEIRO, Cimara; BARONE, Suellen. Comunicação: história de interesses e poder. In: MARTINUZZO, José Antonio. **Balzaquiano**: Trinta anos do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Espírito Santo 1975-2005. Vitória: Imprensa Oficial do Estado do Espírito Santo, 2005.