



Cara de Comunicação, Monografias de Comunicação da Ufam: Percepções dos Professores frente aos TCC de 2005-2010¹

Larissa MAHALL Marinho de Sousa²

Caren Cordeiro BARAÚNA³

Luiza Elayne AZEVEDO⁴

Universidade Federal do Amazonas, Manaus, AM

RESUMO

Os professores têm papel fundamental no processo de ensino-aprendizado, e sob a ótica do âmbito universitário, eles são desafiados a orientar trabalhos de conclusão de curso, demonstrando qualidade e competência adquiridas ao longo da graduação. A relação se transforma de professor-aluno para orientador-orientando, aqui a prática de ensino configura-se em prática de pesquisa, desenvolvimento e inovação. Em face de novas mudanças, entender essa produção é essencial, pois serve como *feedback* para saber qual é a cara da comunicação. Então a pesquisa sobre as percepções dos professores frente aos TCC de Comunicação tem o objetivo conhecer a opinião dos professores orientadores (públicos-líderes) para compreender melhor o funcionamento dessa produção entre 2005 a 2010, através de entrevista e pesquisa bibliográfica.

PALAVRAS-CHAVE: Percepções; Pesquisa; Relações Públicas, TCC.

INTRODUÇÃO

Para entendermos o contexto da pesquisa, é necessário compreendermos o cenário situacional no qual ela se enquadra que diz respeito ao Curso de Comunicação Social da Ufam, que, inicialmente chamado de Curso de Jornalismo (1969), mas somente em 1972, foram definidas as habilitações de Jornalismo e Relações Públicas.

Em pesquisa realizada sobre o Perfil Socioeconômico e Cultural dos acadêmicos de Comunicação Social da Ufam 2007-2009, pelo petiano Rosiel Mendonça, foi constatado que dos ingressantes, 80,4% está na faixa etária entre 18 e 21 anos. Desses jovens, 52,6% concluíram o Ensino Médio em escola particular, evidenciando a elitização do curso. E apenas 15,6 % dos entrevistados desenvolvem pesquisas ligadas ao Decom.

¹ Trabalho submetido ao XVIII Prêmio Expocom 2011, na Categoria A Relações Públicas, modalidade Pesquisa de Opinião.

² Aluno líder do grupo e estudante do 5º. Semestre do Curso de Relações Públicas da Ufam, email:larimahall@hotmail.com.

³ Estudante do 5º. Semestre do Curso de Relações Públicas da Ufam, email: carenbarauna@gmail.com.

⁴ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social da Ufam, email:luindia@uol.com.br.



Essas pesquisas podem ser realizadas através de grupos específicos reconhecidos pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico, são eles: Gepecs⁵, Interfaces⁶ e NERP⁷, além do PIBIC, PetCom, Maloca Digital⁸ e Mediação⁹ ou ainda através dos Projetos Experimentais em Comunicação Social.

Outro fato que merece destaque é sobre a criação da disciplina Projetos Experimentais, que segundo Targino (1993, p.19) “foi introduzida no currículo mínimo dos cursos de Comunicação Social, oficialmente a partir da Resolução do Conselho Federal de Educação nº 003/78, de 12 de Abril de 1978”, uma forma encontrada para demonstrar a qualidade do ensino e capacidade dos profissionais que logo migrariam para o mercado de trabalho.

Os TCC-Trabalho de Conclusão de Curso englobam as monografias, “respostas acadêmicas mais profundas, fundamentadas nas Teorias da Comunicação”, conforme explicação de Targino (1993). É nesse enredo que os professores assumem um novo desafio: o de orientar os finalistas, estabelecendo a relação orientador/ orientando. O corpo docente do Decom constitui-se da seguinte maneira: 20 professores, sendo que 9 de Relações Públicas e 11 de Jornalismo; no que diz respeito às titulações tem-se 5 doutores; 10 mestres; 2 especialistas e 4 graduados.

Além disso, o curso vem passando por modificações e novidades: a primeira diz respeito à grade do Curso de Jornalismo que foi atualizada em 2009 e, no ano anterior, foi implantado o mestrado em Ciências da Comunicação, o primeiro da região Norte, contribuindo e incentivando ainda mais a produção de trabalhos e pesquisa na academia. E, em 2010, houve a audiência pública (Instituída pela portaria Sesu no. 595/2010) para reformulação da grade de Relações Públicas, vigente desde 1984, esse último fato que nos encorajou e incentivou ainda mais, compreender a produção dos TCC, almejando auxiliar nas novas diretrizes do curso de Comunicação Social com a pesquisa Cara de Comunicação, Monografias de Comunicação da Ufam: Percepções dos Professores frente aos TCC de 2005-2010.

⁵ Grupo de Estudo e Pesquisas em Comunicação Social da Ufam criado em 1993 com estudantes do curso de Comunicação Social, Publicidade e Propaganda e Designer. É membro do PPGCOM.

⁶ Grupo de Estudos e Pesquisa em Ciência da Comunicação, Informação, Designer e Artes criado em 2004, financiado pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Amazonas.

⁷ Núcleo de Estudos em Relações Públicas foi criado em 2007.

⁸ Maloca Digital é a revista eletrônica da Ufam e um projeto de extensão da Ufam e desenvolvida pelos cursos de Comunicação Social, Ciência da Computação, Engenharia da Computação e Desenho Industrial.

⁹ Grupo de Pesquisa em Semiótica da Comunicação



Para Kunsch (2003), a pesquisa constitui um pré-requisito para o planejamento das relações públicas nas organizações, sobretudo quando mudanças são eminentes e o elemento autoconhecimento apresenta-se como norte, pois é preciso compreender a realidade na qual se encontra para traçar novas metas, caminhos, pautados na base sólida de pesquisa científica, na qual diagnóstico e prógnóstico são agentes essenciais.

2. OBJETIVOS

Geral

Conhecer a opinião dos professores orientadores (públicos-líderes) para compreender melhor o funcionamento da produção dos TCC Universidade Federal do Amazonas entre 2005 a 2010.

Específicos

- Identificar quais categorias foram mais utilizadas nos Trabalhos de Conclusão de Curso de Comunicação Social da Ufam no período de 2005-2010 através da pesquisa de campo;
- Traçar o perfil da produção dos TCC;
- Refletir a relação do lugar no qual os TCC se alocam com sua divulgação;
- Produzir relatório para auxílio nas novas diretrizes do curso de Comunicação Social.

3. JUSTIFICATIVA

Motivados pelo problema de que os trabalhos de conclusão de cursos ficam restritos à Hemeroteca (local de arquivamento dos TCC de Comunicação da Ufam) e de que pouco se pesquisa sobre o olhar/percepção dos professores, esta pesquisa de opinião, além de inédita, conseguiu identificar quais categorias de Jornalismo e Relações Públicas foram mais vislumbradas, possibilitando traçar o perfil desses trabalhos. Além disso, os públicos-líderes, professores orientadores, foram chamados a refletir sobre a relação lugar e divulgação no qual os TCC se encontram. Targino (1993, p.92) reforça ao citar Tyler: tão importante quanto a preparação do Projeto Experimental, é seu registro, arquivamento e divulgação.

Os professores-orientadores desempenham papel importante na elaboração de projetos experimentais, para isso, a comunicação deve estar em sintonia entre perfil do orientador e



orientando, sendo de seu dever, segundo França e Freitas (2002) estar preparado para conduzir o aluno quanto planejamento, metodologia, pesquisa, redação etc., caso contrário, os resultados do projeto final será prejudicado.

Essas atribuições aos professores- orientadores enfatizam ainda mais a preparação e cuidado que eles devem ter ao assumir a responsabilidade de orientar e estimular o finalista para produção acadêmica, de modo competente, planejado, eficiente e criativo.

Certos de que não conhecer essa produção acadêmica é desconhecer o reflexo e absorção do curso nos comunicadores, as percepções dos professores são de fundamental importância, uma vez que são eles os responsáveis por direcionar esse processo, que conforme ilustrado, vem passando por mudanças, logo só é conhecendo a opinião dos públicos sobre um fato ou problema para traçar estratégias e soluções adequadas cujas ações foram e irão ao encontro das consultas de auxílio para as novas diretrizes do Curso de Comunicação. ”

E para fortalecer o exposto, apresentam-se os benefícios que uma pesquisa promove

1. Propicia informações acerca das atitudes e opiniões do público;
 2. Proporciona informação objetiva para elaboração de planos;
 3. Atua de forma a prevenir problemas;
 4. Assegura apoio interno para a função de relações públicas;
 5. Possibilita ou acrescenta a eficácia da comunicação;
 6. Impulsiona as atividades de RP”
- (KUNSCH apud Raymond Simon,2003, p.279)

E foi com base na pesquisa também que, foi gerado um relatório para auxiliar na incorporação das mudanças no curso de Comunicação Social, ilustrado no processo de prognóstico.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

A partir dos problemas identificados (pouca visita à Hemeroteca e baixa pesquisa com professores de Comunicação) e para entender às necessidades dos objetivos propostos no planejamento dessa pesquisa de opinião, foram adotados métodos de estudo, procedimento e técnicas de abordagem.

A pesquisa realizada foi descritiva e exploratória da parte dos objetivos e entrevistas, além disso, bibliográfica e documental da coleta de dados, inseridas no contexto macro da pesquisa de opinião. A primeira atividade desenvolvida foi a identificação das categorias mais



utilizadas nos TCCs de comunicação social de 2005-2010 através da pesquisa de campo. Para esse evento, foram agendadas idas semanais à Hemeroteca do Decom, na qual foram adotados métodos monográficos, além do método de abordagem dedutivo. A partir dessa atividade, foi realizada uma análise prévia das informações obtidas e traçado o Perfil dos TCCs e Monografias de Comunicação Social da Ufam.

Em um segundo momento, foram elaboradas e aplicadas perguntas para os professores orientadores cujas técnicas aplicadas foram as da entrevista aberta com a abordagem da amostragem não-probabilística, que é usada quando se deseja dar profundidade de análise. Segundo Cândido Teobaldo (2003), “trabalha-se com um número pequeno de casos, o que permite identificar pontos comuns e distintos presentes na amostra escolhida”. Considerando ainda que a amostragem por conveniência foi a que melhor se encaixou a nossa realidade, pois, ainda conforme o autor citado (TEOBALDO, 2003), “os sujeitos são selecionados de acordo com a conveniência do pesquisador, os mais acessíveis ou os que se dispuseram a ser investigados”.

Sobre o método da tabulação da pesquisa de opinião, as respostas das entrevistas foram organizadas em tabelas, delimitando pontos comuns, diferentes e observações. A partir disso, a análise pôde ser feita com mais descrição e profundidade sobre as questões abordadas.

E, para finalizar a pesquisa, foi realizada uma análise mais minuciosa com os dados coletados para a produção de um relatório para auxiliar nas novas diretrizes do curso de Comunicação Social.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Para o desenvolvimento da pesquisa foi necessário alguns processos que, segundo Kunsch, são técnicas e etapas básicas que envolvem a aplicação da pesquisa de opinião pública:

Planejamento, definição de objetivos ou propósitos, definição e delimitação do problema, construção de hipóteses, identificação do universo e seleção da amostra, construção do questionário, pré-teste, escolha a treinamento dos entrevistadores, coleta de dados por meio de entrevistas, verificação e supervisão do material coletado, tabulação dos dados, análise e interpretação, e relatório final. (KUNSCH, 2003, p. 289)

Portanto, esta pesquisa foi estruturada da seguinte forma:



- Planejamento: identificar as categorias mais utilizadas nos cursos de Jornalismo e Relações Públicas da Ufam por meio da pesquisa de campo à Hemeroteca, contando com a ajuda de profissionais de comunicação na seleção dos assuntos mais recorrentes na área da Comunicação. Além de traçar o perfil das monografias e TCCs de 2005- 2010.
- Definição do objetivo: Conhecer a opinião dos professores orientadores (públicos-líderes) para compreender melhor o funcionamento da produção dos TCC Universidade Federal do Amazonas entre 2005 a 2010.
- Delimitação do problema: falta de reflexão relacionando o lugar no qual os TCC se alocam com sua divulgação.
- Identificação do universo: Departamento de Comunicação Social.
- Amostragem: professores orientadores de Comunicação da Ufam.
- Tipo de Amostragem: por conveniência.
- Construção da entrevista: Elaboração de 6 perguntas para os professores orientadores.
- Tipo de Entrevista: abertas, dispostas a novos questionamentos.
- Tabulação dos dados: por meio da organização das respostas em tabelas com os itens pontos comuns, pontos diferentes e observação.
- Perfil das monografias e TCC: Das 164 monografias e TCC analisados, 87 são de Jornalismo e 77 são Relações Públicas. Sendo que em Jornalismo as categorias mais procuradas no período de 2005 a 2009 foram : Científico (17), Web Jornalismo(10), Documentário (8), Esportivo (8) e Rádio Jornalismo (7). Já em Relações Públicas, as categorias que mais se destacaram nesse período foram: Plano de Comunicação (16) Planejamento Estratégico (12) e Veículo de Comunicação Interna e Externa (10) .
- Análise dos dados:
os questionamentos foram: 1) sobre o processo de orientação dos TCC; 2) sobre as dificuldades na elaboração dos TCC; 3) sobre diversificação nos assuntos dos TCC; 4) sobre pouca contemplação dos assuntos em RP: eventos, meio ambiente, terceiro setor, comunicação comunitária; em Jornalismo: impresso, ambiental, vídeo-reportagem; 5) sobre a verificação de somente 2 monografias disponibilizadas na Hemeroteca e 6) sobre a questão da criação de espaço reservado na Biblioteca Setorial para aumentar a procura dos TCC.
Identificação dos orientadores: optou-se por nomear os orientadores em O1,O2,O3,O4,O5 e O6. O= orientador; OT= todos orientadores.



Resultados e análise: Em relação ao processo de orientação, OT relataram que, primeiramente, ocorre a procura do aluno pelo orientador, a partir disso, o finalista leva o projeto ou tema que deseja pesquisar, a partir disso o orientador auxilia na referência, metodologia e prazos. É importante destacar que o O1 falou dos custos envolvidos no PE, esse aspecto é interessante, pois os alunos não dispõem de recursos financeiros para realizar seu trabalho final. Enquanto o O5 reflete sobre a necessidade de criação de regimento interno da orientação.

Sobre as dificuldades enfrentadas na elaboração dos TCC, OT mencionam o descumprimento dos prazos. Somado a isso, O5 e O6 salientam o grau de envolvimento do aluno. Em contrapartida, O1 afirma não haver dificuldade com seus orientandos, tanto que disponibiliza todos seus contatos para melhor comunicação.

Quando indagados sobre a diversificação de assuntos nos TCC, O1 aborda a questão que os professores influenciam nos assuntos escolhidos pelos alunos. Já, O3 e O4 falam da questão da afinidade que os acadêmicos possuem com os temas. O2, O5 e O6 enunciam sobre a ausência da linha de pesquisa por parte dos orientados, possibilitando diversificação aberta para escolha de assuntos.

Foi constatado na pesquisa de campo para traçar o perfil das monografias e TCC, que em RP, os assuntos Eventos, Meio Ambiente, Terceiro Setor e Comunicação Comunitária e em Jornalismo, Impresso, Ambiental e vídeo-reportagem são pouco contemplados, diante disso, O2 cita a supervalorização de outros assuntos (Comunicação Empresarial, por exemplo) em sala de aula como fator para “esquecimento” dos assuntos mencionados. O4 alarma que os orientadores tendem a trabalhar com temas mais fáceis tanto para eles como para os graduandos. O5 e O6 novamente ressaltam a falta de uma linha de pesquisa mais organizada no departamento e, O3 elucida que isso está associado ao fato de que os finalistas optam por temas mais próximos deles.

Um caso que nos chamou atenção na pesquisa de campo para a catalogação dos TCC, foi o fato de que no ano de 2005 somente duas monografias estavam disponibilizadas na Hemeroteca, perguntamos, então, como os orientadores analisam essa situação. O1, O2 e O3 discorrem sobre a falta do compromisso dos alunos com entrega dos trabalhos corridos ou emprestados e, em caso extremo (jubilamento), eles tomam uma posição. Por outro lado, O4 e O6 situam o caso mencionado, associado ao fato de



que em 2005 houve greve na universidade durante quatro meses, levando a desmotivação dos alunos, somado a isso, eles mencionam o fato que a busca de estágios é priorizada, deixando suas obrigações acadêmicas de lado.

Visto que uma de nossas motivações para a realização dessa pesquisa de opinião foi baixa procura dos TCC na Hemeroteca, perguntamos aos OT se fosse criado um espaço reservado na Biblioteca Setorial da Ufam, a procura por esses trabalhos aumentaria. E como resultado, somente O1 e O2 responderam que sim, alegando que haveria possibilidade para a multidisciplinaridade, porém os demais negaram essa situação, pontuando que independente do local do arquivamento desses trabalhos, o que deve acontecer é uma maior e melhor divulgação dessa produção.

- Relatório final: coleta, análise e organização de todos os dados dessa pesquisa de opinião sobre as percepções dos orientadores frente à produção dos TCC de Comunicação Social da Ufam de 2005- 2010, para servir como base de consulta, registro e reflexão para as novas diretrizes do curso de Comunicação Social. Esse documento foi disponibilizado no site do Programa Educação Tutorial de Comunicação Social (veiculado ao Decom) e entregue ao coordenador do Curso de Comunicação Social em 3 vias impressas.

6 CONSIDERAÇÕES

Através da experiência de fazer pesquisa de opinião, constatamos o desafio e aprendizado que se adquire por meio desse processo. No decorrer do planejamento, enfrentamos alguns obstáculos, principalmente com relação ao contato com os orientadores, tivemos que persuadi-los sobre sua importância na pesquisa, pois conforme ilustrado, um dos problemas encontrados nas pesquisas de Comunicação, é que os professores são pouco consultados e levados à reflexão sobre suas práticas e envolvimento com a academia.

Diante disso, passamos pela fase mais cansativa da pesquisa, a catalogação dos TCC e tabulação das entrevistas, mas a primeira situação foi de suma importância para embasarmos e compreendermos o processo da produção dos trabalhos de conclusão de curso e, então, elaborarmos as perguntas para a pesquisa de opinião. Já para segunda, foi necessária a organização cuidadosa e científica das informações coletadas por meio das entrevistas, permitindo maior profundidade no momento da análise das percepções dos orientadores.

Esse tipo de pesquisa reafirmou a importância da investigação científica no processo de mudança e reflexão de práticas acadêmicas, mostrando a complexidade e atenção que devem ser



dadas ao processo de ensino-aprendizado cujo envolvimento e participação dos orientadores é de fundamental representatividade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDRADE, Cândido Teobaldo de Souza Andrade. **Curso de Relações Públicas: Relações com os diferentes públicos**. 6. ed. rev. e ampl. – São Paulo: Cengage Learning, 2008.

FRANÇA, Fábio; FREITAS, Sidneia. **Manual de qualidade em projetos de comunicação**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.

FONSECA, Ozório José de Menezes; BARBOSA, Walmir de Albuquerque; MELO, Sandro Nahmias.

Normas para elaboração de Monografias, Dissertações e Teses. Manaus: UEA, 2005

FORTES, Waldyr Gutierrez. **Relações Públicas – processo, funções, tecnologia e estratégias**. 2.ed. rev. e ampl. – São Paulo: Summus, 2003.

GIL, A. C. Como elaborar projetos de pesquisa, 3 ed. São Paulo: Atlas, 1996. 157p

TARGINO, Maria das Graças; MAGALHÃES, Laerte. **Projetos Experimentais no ensino da Comunicação**. Teresina: 1993.

KUNSCH, Margarida Maria Krohloing. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. Ed. ver., atual. e ampl. São Paulo: Summus, 2003

MENDONÇA, Rosiel; AZEVEDO, Luiza Elayne. Pesquisa Perfil Socioeconômico e cultural dos acadêmicos de Comunicação Social da Ufam 2007-2009 disponível em http://petcom.ufam.edu.br/artigos_cientificos/relatorio_perfil.pdf. Acesso em 05/07/2010

Monografias e Trabalhos de Conclusão de Curso dos acadêmicos de Jornalismo e Relações Públicas de 2005 a Julho de 2010. Consultados no ano de 2010

SAMARA, Beatriz Santos; BARROS, José Carlos. **Pesquisa de Marketing- Conceitos e Metodologia**. 3ed. São Paulo: Prentice Hall, 2002.