
Perfil Pedagógico dos Professores Do Curso de Comunicação Organizacional Da Universidade de Brasília¹

Ellis Regina Araújo da SILVA²
Paulo Leite de MESQUITA³
Universidade de Brasília, Brasília, DF

RESUMO

O artigo traz reflexões e apontamentos sobre o perfil pedagógico dos professores do curso de Comunicação Organizacional da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília. Após a fundação do curso em 2010, muito foi dito e estudado sobre a construção do currículo e do perfil docente, mas identifica-se a ausência de uma memória e pesquisas sobre o corpo docente. A investigação demonstra que a maior parte dos professores, ao concluir a formação em nível de pós-graduação, possuía como prioridade a realização de pesquisas e não tinha a docência como plano de carreira. No entanto, o modelo brasileiro de ensino e pesquisa os levou à sala de aula, o que requereu um preparo individualizado dos docentes, uma vez que não existe uma formação pedagógica específica para o professor de Comunicação no ensino superior.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação Organizacional; ensino superior; professores; perfil pedagógico; formação.

Introdução

Este artigo propõe uma abordagem analítica a partir da investigação que culminou na realização do Trabalho de Conclusão do Curso sobre o perfil pedagógico dos professores do curso de Comunicação Organizacional da Faculdade de Comunicação (FAC) da Universidade de Brasília (UnB). Para isso, foram realizadas entrevistas individuais com 11 professores do curso, em 2019.

Partindo do pressuposto de que os professores de comunicação são bacharéis na área, num primeiro momento, e buscam suas titulações de mestrado, doutorado e pós-doutorado ao longo da vida acadêmica, qual o preparo desses docentes para o desempenho em sala de aula? Como eles se capacitam pedagogicamente para repassar o conhecimento

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Educação, XXI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutora em Comunicação e docente da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília – UnB, e-mail: ellis.regina@gmail.com.

³ Pós-graduado em Gestão da Comunicação nas Organizações e em Docência para o Ensino Superior pelo Centro Universitário de Brasília – Uniceub, Bacharel em Comunicação Social – habilitação em Jornalismo pelo Instituto de Educação Superior de Brasília – IESB, Bacharel em Comunicação Organizacional pela Universidade de Brasília – UnB, e-mail: plmesquita@gmail.com.

adquirido em anos de estudos e pesquisas aos seus alunos? Há um preparo específico? É uma questão de experiência e adaptação? Há alguma formação disponibilizada pela Universidade? Além disso, também é preciso compreender o caminho traçado por cada um deles para chegar à docência. O que o levou a ser professor, considerando que o bacharel em comunicação busca um espaço no mercado de trabalho tradicional dos meios de comunicação?

A resposta inicial é a de que a maioria dos professores busca pela vivência acadêmica em pesquisa, porém o modelo de educação superior adotado no país vincula a pesquisa ao ensino. O pesquisador tem que ser professor nas universidades brasileiras.

Desse modo, o artigo traz reflexões sobre o campo da Comunicação Organizacional e apresenta recortes sobre a história do curso que foi o primeiro do Brasil na área. Ademais, relata os resultados das entrevistas realizadas com os docentes como esforço para conhecer o perfil didático dos profissionais.

A Comunicação Organizacional

A professora Margarida Kunsch (1986, p.30), trazendo o pensamento de Thayer sobre a Comunicação Organizacional, diz que ela “refere-se a todos os fluxos de dados que são coadjuvantes, de algum modo, dos processos de comunicação e intercomunicação da organização.”

Já Curvello, um dos professores do curso de Comunicação Organizacional da Universidade de Brasília, diz que:

A comunicação organizacional constitui elemento vital para a construção de um universo simbólico que, aliado às políticas de administração de recursos humanos, contribui para aproximar e integrar os públicos aos princípios e objetivos centrais da organização. (CURVELLO, 2012, p.9)

A professora Délcia Maria de Mattos Vidal, também docente do curso de Comunicação Organizacional da Universidade de Brasília, conceitua a Comunicação Organizacional dentro do pensamento de Scroferneker como:

...a comunicação organizacional compreende todas as formas e modalidades de comunicação utilizadas e desenvolvidas pela organização para relacionar-se e interagir com seus públicos. O que se busca é promover, por meio da comunicação, uma melhor interação e um melhor relacionamento da organização com seus públicos e desses com a instituição. (VIDAL, 2015, p.4)

Pessoa (2003, p.01) explica que as primeiras iniciativas em comunicação organizacional – ainda com foco empresarial – ocorreram no início do século XX, nos

Estados Unidos. Um dos pioneiros na área, Ivy Lee, tinha a missão de melhorar a imagem negativa criada pelo empresário John D. Rockefeller perante a opinião pública. Por meio de um trabalho inteligente, fundamentado em uma postura de franqueza e transparência frente à imprensa da época, Lee conseguiu reverter a péssima fama do empresário, convertendo-a para a de um benfeitor.

Já Gaudêncio Torquato (1986, p.56) destaca que o modelo de comunicação empresarial ganhou fôlego em meio à Grande Depressão, crise de 1929, época de grande convulsão social e cujas influências do socialismo e dos movimentos sindicais eram intensas, obrigando as empresas a se readequarem estrategicamente.

A partir da década de 1940, a experiência americana em comunicação corporativa chegou ao Canadá e à França, impulsionada pelo crescimento das indústrias a partir de 1945. Na década seguinte, passou por diversos países da Europa, chegando ao Brasil durante o governo de Juscelino Kubitschek. A expansão da indústria automotiva nesse período abriu caminho para a instalação das primeiras agências de relações públicas brasileiras, ramo que ganhou corpo a partir de 1960, quando esses profissionais passaram a disputar espaço no mercado com os jornalistas.

Torquato (2010, p.5) diz ainda que nas décadas de 70 e 80 a comunicação passou a ganhar, gradualmente, mais importância nas estratégias organizações. Nos anos 70, a comunicação era usada como forma de arregimentação e mobilização dos trabalhadores no sentido de darem seu melhor à organização. Já nos anos 80 o trabalho passou a ser mais estratégico a partir da centralização das funções-meio – planejamento, recursos humanos e comunicação – e descentralização das funções-fim – fabricação, venda e distribuição.

Já nos anos 1980 Kunsch (1986, p.107) descreve que não se pode mais isolar a comunicação institucional da mercadológica. Para ela é necessário haver uma comunicação integrada, onde se desenvolvam de forma conjugada as atividades de comunicação institucional (jornalismo, editoração, relações públicas e publicidade) e comunicação mercadológica (propaganda, promoção de vendas, exposições, treinamento de vendas etc.) formando o composto da comunicação.

Dentro deste contexto, o professor Curvello (2012, p.25) explica que:

A comunicação organizacional, entretanto, está inserida num macro ambiente que exerce forte influência, agindo por meio de fatores psicológicos, sociais e culturais e que muitas vezes interfere decisivamente no processo comunicativo. (CURVELLO, 2012, p.25)

Ainda na década de 80, o ramo de comunicação organizacional passou a ser um grande atrativo para os jornalistas, devido aos salários mais altos e à menor pressão no ambiente de trabalho. Contudo, muitos deles acumulavam funções em jornais, fato que criou uma relação dúbia e eticamente questionável. Havia profissionais, segundo Pessoa (2003, p.03), que cediam espaços nos jornais para a publicação de matérias de interesse de seus clientes. A troca de favores pessoais por espaço nos veículos de comunicação foi uma prática ostensivamente utilizada, fato que ocorre ainda hoje, embora menos frequentemente.

Entretanto, o segmento de comunicação corporativa no Brasil profissionalizou-se a tal ponto que passou a ser considerado como modelo de referência por outros países, ou, nas palavras de Torquato (apud Pessoa, 2003, p.4), o Brasil possui “alguns dos mais rematados sistemas de Comunicação Organizacional do planeta, dando-se ao luxo de exibir alguns de seus produtos aos olhos do mundo como exemplos de excelência técnica”.

A partir desta profissionalização, os cursos de comunicação passaram a reforçar seus quadros de ensino com esta área organizacional. O próprio Torquato foi um dos primeiros a criar conceitos para o ensino da comunicação organizacional.

Em 1983, defendi minha tese de livre-docência, que esboçava um modelo sistêmico para abrigar as áreas da comunicação empresarial. Já não me conformava em tratar exclusivamente de jornalismo empresarial, um único dedo entre os dez abarcados pela comunicação. Vislumbrei esta hipótese e passei a desenvolvê-la na academia e no mercado. Na Corporação Bonfiglioli, que possuía 40 empresas, estabeleci um modelo sistêmico de comunicação, incorporando os nichos clássicos da comunicação social – jornalismo empresarial, assessoria de imprensa, relações públicas (eventos, endomarketing), propaganda (institucional e mercadológica), editoração (livros e folheteria), sistema de pesquisas etc. Desenhava-se, assim, um dos primeiros modelos corporativos da comunicação em organizações complexas. (TORQUATO, 2010, p.6)

Gaudêncio Torquato ainda complementa:

A partir daí, seguiu-se um longo percurso na área de formação de alunos (graduação) e de professores (pós-graduação) nas áreas afins da comunicação empresarial e assessoria de imprensa. Disciplinas específicas passaram a ser criadas em outras universidades. Essa incursão acabou gerando dissertações e teses acadêmicas. O mercado de trabalho passou a receber corpos funcionais mais preparados e alguns de seus integrantes galgaram postos elevados nas estruturas profissionais corporativas. A comunicação empresarial ganhava *status*. (TORQUATO, 2010, p.5)

Apontamentos sobre a história do Curso de Comunicação Organizacional

Segundo seu Projeto Pedagógico, o curso de graduação noturno de Bacharelado em Comunicação Social, habilitação Comunicação Organizacional, destina-se à formação de profissionais com conhecimentos do campo tradicional da Comunicação, como Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas e Audiovisual, e competências e habilidades específicas para atuar na área de Comunicação Organizacional, com vistas a elaboração de políticas, ao planejamento e gestão de projetos de Comunicação em organizações públicas, privadas e do terceiro setor.

O curso teve início em discussões, entre os anos de 2008 e 2009, realizadas no ambiente acadêmico entre professores da Faculdade de Comunicação da UnB, com a participação de representantes de estudantes, sobre a implantação de um curso noturno em Comunicação no contexto do Programa de Reestruturação e Expansão das Universidades Federais (Reuni). Os debates concluíram que a FAC não deveria repetir no curso noturno as três habilitações (Jornalismo, Publicidade e Audiovisual) do período diurno existentes na época, mas criar algo novo e que fosse apenas uma habilitação, conforme os registros sobre a criação do curso existentes no sítio institucional da FAC.

Ainda de acordo com os registros, o projeto pedagógico para o curso noturno deveria ser, em alguns aspectos, semelhante ao das habilitações diurnas. Por essa razão, o curso de Comunicação Organizacional possui:

... conjuntos de disciplinas teóricas relacionadas às áreas de conhecimento da Comunicação, às teorias e prática do Jornalismo, da Publicidade e Propaganda, do Audiovisual e de Relações Públicas, assim como disciplinas relacionadas ao planejamento e gestão da Comunicação em organizações públicas, privadas e do terceiro setor. (Universidade de Brasília – Faculdade de Comunicação. Disponível em: <http://fac.unb.br/comunicacao-organizacional/>. Acesso em 01 de jul de 2019.)

Sobre a denominação do curso, o relato é que o nome Comunicação Organizacional foi escolhido por expressar “as atribuições, funções e técnicas de Comunicação utilizadas por organizações, empresas e instituições públicas, privadas e do terceiro setor no mercado de trabalho”. Segundo o Projeto Pedagógico do Curso, a denominação Comunicação Organizacional é a que melhor reflete as bases epistemológicas deste subcampo da Comunicação Social, enquadrando-se ainda às Diretrizes Curriculares do Ministério da Educação, além de compreender uma área específica do saber, com tradição acadêmica consolidada e multidisciplinar, com o mérito de compreender a Comunicação em uma perspectiva técnica, estratégica e ético-política.

Ficou entendido, à época, que o curso e seu currículo disciplinar estavam coerentes com as exigências do mercado profissional e acadêmico. Esse também foi, e permanece sendo, o primeiro curso de graduação com tal denominação no Distrito Federal. No Brasil, além da Universidade de Brasília, a Universidade Tecnológica Federal do Paraná oferece a graduação, segundo o Guia do Estudante, publicação que traz um resumo e histórico de cursos e perfil de profissões, editada pela Editora Abril.

Na Universidade de Brasília, o curso:

... Comunicação Social Noturno, habilitação Comunicação Organizacional, tem um total de 186 créditos, distribuídos em várias disciplinas, ou 2.700 horas-aulas, cumpridas em, no mínimo oito semestres, e no máximo 14 semestres. Do total, 130 são créditos obrigatórios, até 24 créditos de módulo livre e o restante de créditos optativos. (Universidade de Brasília – Faculdade de Comunicação. Disponível em: <http://fac.unb.br/comunicacao-organizacional/>. Acesso em 01 de jul de 2019.)

Com isso, pretendia-se formar um egresso que dominasse diferentes formas, práticas e linguagens do campo profissional e de pesquisa em comunicação, nos seus diferentes campos: Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas e Audiovisual.

Metodologia

Para o estudo sobre o perfil pedagógico dos docentes, foram realizadas entrevistas com os professores, as quais seguiram o padrão de entrevista em profundidade, que, segundo Duarte, é uma:

técnica qualitativa que explora um assunto a partir da busca de informações, percepções e experiências de informantes para analisá-las e apresentá-las de forma estruturada. Entre as principais qualidades dessa abordagem está a flexibilidade de permitir ao informante definir os termos da resposta e ao entrevistador ajustar livremente as perguntas. Este tipo de entrevista procura intensidade nas respostas, não-quantificação ou representação estatística. (DUARTE, 2005, p.62)

De acordo com a tipologia estabelecida por Duarte (2005, p.65), as 11 entrevistas realizadas podem ser classificadas como pesquisa qualitativa, com questões semiestruturadas, semiaberta, com roteiro, abordagem em profundidade e respostas indeterminadas.

A entrevista semiaberta é, ainda segundo Duarte (2005, p.66), “um modelo que tem origem em uma matriz.”:

Ela “parte de certos questionamentos básicos, apoiados em teorias e hipóteses que interessam à pesquisa, e que, em seguida, oferecem amplo campo de interrogativas, fruto de novas hipóteses que vão surgindo à medida que se recebem as respostas do informante.” (TRIVIÑOS, 1990, p.146)

A entrevista semiaberta é, ainda segundo Duarte (2005, p.66), “um modelo que tem origem em uma matriz.”:

Ela “parte de certos questionamentos básicos, apoiados em teorias e hipóteses que interessam à pesquisa, e que, em seguida, oferecem amplo campo de interrogativas, fruto de novas hipóteses que vão surgindo à medida que se recebem as respostas do informante.” (TRIVIÑOS, 1990, p.146)

Assim, a entrevista realizada com os professores partiu de uma matriz básica com 10 perguntas que envolviam entender os desejos, caminhos e referências dos professores nos seus caminhos até a docência. Também foi feita uma pesquisa dos currículos na plataforma Lattes CNPQ dos entrevistados para checagem e confirmação de datas, períodos e lugares, além das linhas preferenciais de pesquisa dos professores.

Os 11 entrevistados foram: Asdrúbal Borges Formiga Sobrinho, Délcia Maria de Mattos Vidal, Elen Cristina Geraldes, Ellis Regina Araújo da Silva, Fabíola Orlando Calazans Machado, Felipe da Silva Polydoro, Gabriela Pereira de Freitas, Janara Kalline Leal Lopes de Sousa, João José Azevedo Curvello, Katia Maria Belisário e Liziane Soares Guazina.

Perfil Pedagógico dos docentes

Percebe-se, mais de dez anos após a fundação do curso de Comunicação Organizacional, que muito foi dito sobre a construção do currículo e do perfil de seus alunos, mas falta uma memória e estudo sobre o corpo docente que ingressou na Universidade de Brasília, juntamente com a criação do curso, mediante concurso público realizado especialmente para contratação de docentes para implementação do novo bacharelado.

Todos os professores do curso atuam em regime de dedicação exclusiva com atribuições que contemplam atividades de ensino, pesquisa e extensão, assim como atividades administrativas, considerando, por exemplo, participação no colegiado do curso de Comunicação Organizacional, no colegiado dos cursos de graduação da Faculdade de Comunicação, no conselho da Faculdade e/ou demais câmaras da

Universidade. Dos 15 docentes que atuam no curso de Comunicação Organizacional, 14 são doutores e 01 é mestre.

Destes 15 doutores, mais da metade atua no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de Brasília. Destaca-se que o quadro de docentes possui caráter multidisciplinar com profissionais de diferentes áreas como Jornalismo, Publicidade, Relações Públicas e Audiovisual.

Essa característica do corpo docente permite aos estudantes participar de uma série de atividades integradas de ensino, pesquisa e extensão relacionadas ao campo geral da comunicação e específicas da comunicação organizacional. Tal particularidade está presente no currículo do curso que tem uma série de disciplinas relacionadas ao campo geral da Comunicação, outras específicas de Comunicação Organizacional e um terço do currículo formado por disciplinas optativas e de módulo livre, para que o estudante possa construir sua formação acadêmica complementar por conta própria, cursando, para isso, disciplinas optativas do próprio curso noturno, das habilitações diurnas da FAC ou outras unidades da UnB.

Não há, à exceção de uma pesquisa pelo nome de cada professor na plataforma Lattes do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPQ), qualquer informação sobre a formação, as linhas de pesquisa, a atuação e a experiência profissional dos professores, para os estudantes de graduação. Semestralmente, em virtude da disciplina preparatória para o Trabalho de Conclusão de Curso, é disponibilizada uma lista com as linhas de pesquisa de cada docente.

Essa lista, no entanto, é entregue pelos professores da referida disciplina diretamente aos alunos matriculados. Ou seja, não há um acesso livre a ela, seja no sítio institucional da FAC ou em qualquer outro meio de divulgação das atividades do curso.

Sendo uma instituição educacional, não há ainda, qualquer menção ao tipo de iniciativa pedagógica orientada pela FAC ou tomada individualmente por cada docente do curso. É sabido, porém, que há um encontro pedagógico semestral entre a direção da Faculdade e os professores e que, em períodos anteriores, alguns grupos de professores se reuniram, com algum grau de regularidade, para troca de experiências e debates pedagógicos.

O acompanhamento das atividades acadêmicas e do projeto político pedagógico do curso, com a discussão e análise periódicas sobre sua evolução, é de responsabilidade do Núcleo Docente Estruturante (NDE). Regimentalmente, o NDE é uma instância

consultiva para o aprimoramento didático e pedagógico. O núcleo possui uma comissão curricular permanente que, entre outros pontos, atua sobre a atualização do currículo com os programas das disciplinas e as atividades do corpo docente. Em 2017, a comissão discutiu amplamente o projeto pedagógico que está em vigor desde então.

A avaliação dos docentes é realizada em dois momentos. No primeiro, no âmbito das próprias disciplinas, no processo dialógico entre docentes e discentes sobre o processo de ensino-aprendizagem. Outra dimensão dessa avaliação docente é um instrumento disposto pela Universidade de Brasília em que os discentes avaliam, de forma *online*, a disciplina, considerando-se aspectos como motivação do aluno, domínio do conteúdo do docente e repertório de recursos didático-pedagógicos. O resultado dessa avaliação é confidencial, e entregue periodicamente aos professores para que eles conheçam as percepções da turma sobre determinada disciplina. Quando a avaliação for acima da média da Universidade, essa informação pontua no processo de progressão-funcional do docente.

Em 2019, atuavam no curso os docentes Asdrúbal Borges Formiga Sobrinho, Délcia Maria de Mattos Vidal, Denise Moraes Cavalcante, Elen Cristina Geraldês, Ellis Regina Araújo da Silva, Felipe da Silva Polydoro, Fernanda Casagrande Martinelli Lima Granja Xavier da Silva, Gabriela Pereira de Freitas, Janara Kalline Leal Lopes de Sousa, João José Azevedo Curvello, Katia Maria Belisário, Liziane Soares Guazina, Luciano Mendes de Sousa, Mauro Giuntini Viana, Sivaldo Pereira da Silva e Tiago Quiroga Fausto Neto. Nesse mesmo ano, houve um processo de mobilidade entre os docentes dos departamentos existentes na FAC, o que levou à saída dos professores Denise, Luciano e Mauro. Em contrapartida, ingressaram no curso de Comunicação Organizacional as professoras Érika Bauer de Oliveira e Fabíola Orlando Calazans Machado.

É possível perceber, a partir das entrevistas realizadas, que a maioria dos professores não seguiu a carreira por um desejo original ou vocação. Dos 11 professores entrevistados, apenas dois responderam que sempre quiseram ser professores. Os demais seguiram a carreira por interesses outros, principalmente o da pesquisa acadêmica.

Mesmo não tendo um desejo inicial pela docência, os professores, a partir do momento que entram na carreira, buscam capacitação em termos pedagógicos. As semanas pedagógicas, oferecidas pelas instituições em que trabalharam/trabalham, trocas de experiências com colegas, estudos por conta própria e, claro, a vivência diária em sala de aula são exemplos dessa busca pela capacitação.

Apenas duas professoras responderam ter tido sempre o desejo de dar aula. As duas trilharam caminhos distintos até chegarem a sala de aula, mas deram depoimentos semelhantes em relação à realização e satisfação em estar em sala de aula, acompanhar o crescimento e desenvolvimento dos alunos e o desejo primário de ser professora.

Os demais professores, com as mais diversas experiências acadêmicas em relação a tempo de docência, tipo de experiência – ensino público, privado, técnico, institucional – formação, entre outras, tiveram interesse maior na pesquisa acadêmica em detrimento à docência. No entanto, como as Universidades devem cumprir o que está estabelecido na Constituição Federal de 1988 (CF88), os professores desejosos da pesquisa, devem também cumprir o papel do ensino. A CF88 estabelece que as Universidades devem obedecer ao princípio da indissociabilidade do ensino, pesquisa e extensão.

Sobre a formação pedagógica, as variantes foram muitas. Fica difícil até traçar paralelos, uma vez que cada um teve uma formação distinta, o que evidencia a falta de uma formação para o professor de Comunicação.

É notório, ainda, que os professores de Comunicação Organizacional têm como norte o perfil de docente de Paulo Freire (1996), que é aquele com o papel de estabelecer relações dialógicas de ensino e aprendizagem em que o professor, a medida que ensina, também aprende. Isto dialoga com o que pretende o Projeto Pedagógico de Curso (PPC) de Graduação em Comunicação Organizacional da UnB que diz que o professor é parte primordial na implantação do currículo pretendido uma vez que, enquanto currículo inovador, ele se transforma em “objeto de conflito/compromisso entre os grupos, e a cooperação deve ser conseguida pela negociação, com ênfase no pensamento, nas atitudes do professor e em como ele ensina.” Ressalta-se que o PPC tem como referência os *saberes necessários à prática educativa*, especialmente formulados na Pedagogia da Autonomia, de Paulo Freire. Uma das suas fortes marcas é o diálogo, seja do curso com a sociedade, dos docentes, técnicos e discentes, das habilitações e cursos da FAC, do ensino, pesquisa e extensão e dos aspectos teóricos e práticos das disciplinas.

Por fim, fica claro que não há uma formação específica para o professor de Comunicação. Não há, ao longo da graduação do profissional de comunicação, qualquer tipo de preocupação com uma formação que vise o futuro docente. O professor de comunicação acaba, quase que por acaso, acontecendo pela vontade dos profissionais que se inserem no meio acadêmico seja por vocação ou por diferentes outros motivos, como o interesse pela pesquisa.

Mesmo não sendo um desejo inicial, por que eles se mantêm na função? Esta pesquisa trouxe um novo panorama sobre a vida de professor e suas razões para seguir em uma profissão que vem, ano a ano, sofrendo muitas desvalorizações. Foi importante perceber a dedicação diária para estar em sala de aula, a postura de resistência perante as dificuldades e, principalmente, a capacidade de lidar com diferenças, e conseguir jogar um “jogo de poder” sem usar da força da autoridade para se colocar como acima de todos.

Considerações finais

É fato que milhares de profissionais de comunicação são formados a cada ano com o sistema que temos hoje, com professores sem uma formação específica para a pedagogia na comunicação. Será, então necessário, a criação de um tipo de formação como esta? Com toda a mudança tecnológica que propiciou revoluções tanto na comunicação, quanto na educação, não há novos pontos a se explorar nesta relação entre os professores de Comunicação e suas referências como docentes?

Paulo Freire, tão citado pelos professores entrevistados, por exemplo, é um tema pouco explorado dentro da comunicação, na academia. Segundo Meditsch (2016, p.134) o estudo da obra de Freire perdeu espaço nas escolas de comunicação no país porque os estudos sobre comunicação popular e alternativa foram sendo deixados de lado a partir da década de 1990 e também porque a área acadêmica está, cada vez mais, voltada para si mesma.

O próprio Freire, com seu constante compromisso com a prática acreditava que a Universidade não estava ensinando a “pensar certo”, mas apenas treinando os estudantes a uma postura epistemológica equivocada:

...um estudante universitário, com seu treinamento abstrato em linguagem abstrata, em que a ênfase se faz na descrição dos conceitos que devem mediar a compreensão do concreto. Em lugar de você usar o conceito para mediar, como mediador da compreensão do concreto, você termina ficando na descrição do conceito. Este é o comportamento do nosso jovem dentro da universidade (Freire; Betto, 1986, p.10).

Ainda de acordo com Meditsch (2016, p.137), “nos poucos livros e muitos artigos escritos sobre Freire em nosso campo acadêmico naquela época, observa-se uma criteriosa descrição de seus conceitos e a ausência de relação destes conceitos com as práticas que os cursos de Comunicação se propunham a ensinar.”

Para Meditsch (2016, p.139), a adaptação do sistema pedagógico de Paulo Freire “às características da mídia e de suas novas possibilidades tecnológicas é uma tarefa científica de que a Comunicação, como ciência aplicada que é, não pode abrir mão.” Ele diz ainda que o estudo e a aplicação das ideias de Freire na mídia “pode ser caminho para a construção concreta de alternativas a um sistema midiático orientado somente pela lógica de mercado, ainda mais quando parecem dadas as condições tecnológicas para tanto.” (2016, p.140)

Assim, fica como sugestão para novas pesquisas a possibilidade da criação de algum tipo de formação básica para o professor de Comunicação, seja dentro da própria faculdade de Comunicação ou mesmo na de Pedagogia, ou ainda um interstício entre as duas. Vale também pensar na possibilidade de implementar alguma disciplina nesse sentido na graduação dos cursos de Comunicação como forma de incentivo aos alunos seguirem na carreira acadêmica. E, claro, pesquisar formas de aplicação de Paulo Freire nos cursos e na prática diária da Comunicação.

Referências Bibliográficas

CURVELLO, João José Azevedo. **Comunicação interna e cultura organizacional** - 2. ed. rev. e atual. - Brasília: Casa das Musas, 2012.

DUARTE, Jorge. **Entrevista em Profundidade**. In: DUARTE; BARROS. Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação. São Paulo: Atlas, 2005.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia da autonomia: saberes necessários à prática educativa**. São Paulo: Paz e Terra, 1996.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. São Paulo: Summus, 1986.

MEDITSCH, Eduardo. Paulo Freire nas práticas emancipadoras da comunicação: ainda hoje, um método subutilizado no Brasil. *In*: Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación, Ano 13, n.25, 2016. Disponível em: <http://revista.pubalaic.org/index.php/alaic/article/view/850>. Acesso em 06 de ago de 2021.

PESSOA, Sônia. **Comunicação empresarial, uma ferramenta estratégica**, 2003. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/pessoa-sonia-comunicacao-empresarial-estrategica.pdf>. Acesso em 22 de jul de 2021.

TORQUATO, Gaudêncio. **Comunicação empresarial/comunicação institucional: conceitos, estratégias, sistemas, estrutura, planejamento e técnicas.** São Paulo: Summus, 1986.

TORQUATO, Gaudêncio. **Tratado de Comunicação Organizacional e Política.** 2ª ed. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

Universidade de Brasília. **Faculdade de Comunicação,** 2019. Disponível em: http://fac.unb.br/wp-content/uploads/2019/04/PPC_versao_final_MEC_12.04.pdf. Acesso em 01 de jul de 2019.

Universidade de Brasília. **Faculdade de Comunicação,** 2019. Disponível em: <http://fac.unb.br/comunicacao-organizacional/> Acesso em 01 de jul de 2019.

Universidade de Brasília. **Faculdade de Comunicação,** 2019. Disponível em: http://fac.unb.br/docentes_awe/. Acesso em 01 de jul de 2019.

VIDAL, Délcia Maria de Mattos. **Gestão de Marcas: o espaço da comunicação organizacional nos processos de branding.** In: INTERCOM: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 38. 2015, Rio de Janeiro. Anais... 2015. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-1835-1.pdf>. Acesso em 06 de ago de 2021.