

Gestão da Comunicação na UFCG: Estabelecendo Ecossistemas Educomunicativos para a Solução de Problemas¹

Bianca Liége Barreiro de ARAÚJO²

Iasmin Araújo Bandeira MENDES³

Jaedis Dutra CAIÇARA⁴

Pollyane César SANTOS⁵

Rodrigo Emanuel de Freitas APOLINÁRIO⁶

Universidade Federal de Campina Grande, UFCG

RESUMO

Este artigo é fruto de um trabalho realizado na disciplina de Metodologia da Pesquisa em Comunicação, para a qual se desenvolveu uma pesquisa-ação através de um questionário de abordagem qualitativa e da coleta de fotografias e depoimentos para compreender o nível de satisfação dos corpos docente e discente do curso de Comunicação Social – Educomunicação para com a estrutura física da Universidade Federal de Campina Grande. Os dados e materiais da pesquisa foram compilados em um relatório que foi enviado para o reitor da UFCG e para o diretor do Centro de Humanidades. Além disso, os autores tiveram uma reunião com o prefeito do campus UFCG Campina Grande, que esclareceu que providências estavam sendo tomadas em relação às demandas apresentadas. A pesquisa foi de cunho exploratório e contou com artifícios teóricos da Educomunicação para promover a intervenção e propor um ecossistema educucomunicativo dentro da Universidade.

PALAVRAS-CHAVE: Educomunicação; Gestão da Comunicação; UFCG; Ecossistema Educomunicativo.

INTRODUÇÃO

A educomunicação é um campo constituído por sete áreas de intervenção para o desenvolvimento dos seus estudos e, por meio delas, colabora para a formação e manutenção dos ecossistemas comunicativos dentro de uma sociedade.

O estudo presente neste artigo possui como objeto de pesquisa o nível de satisfação dos corpos docente e discente do curso de Comunicação Social com linha de formação em Educomunicação da Universidade Federal de Campina Grande, no que diz

¹ Trabalho apresentado no IJ – Interfaces Comunicacionais do XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 29 de junho a 1 de julho de 2017.

² Graduanda do curso de Comunicação Social – Educomunicação da UFCG. E-mail: biancaliegeba@gmail.com

³ Graduanda do curso de Comunicação Social – Educomunicação da UFCG. E-mail: iasminabmendes@gmail.com

⁴ Graduando do curso de Comunicação Social – Educomunicação da UFCG. E-mail: jaedisd@gmail.com

⁵ Graduanda do curso de Comunicação Social – Educomunicação da UFCG. E-mail: pollycesar.cs@hotmail.com

⁶ Formado em Comunicação Social e Mestre em Literatura e Interculturalidade pela Universidade Estadual da Paraíba. Professor do curso de Comunicação Social – Educomunicação da UFCG. E-mail: rodrigoapol2@gmail.com

respeito à infraestrutura fornecida pela instituição. Além disso, o trabalho tem como intuito possibilitar o diálogo entre os estudantes e os setores administrativos da Universidade.

Os próprios autores haviam percebido no cotidiano da universidade que as estruturas físicas do departamento estão de diversas formas prejudicando a qualidade da aprendizagem e do bem-estar dos estudantes.

A pesquisa segue a abordagem qualitativa, pois possibilitou avaliar a qualidade dos recursos pesquisados sob o ponto de vista dos respondentes. Utilizou-se da modalidade pesquisa-ação, que segundo Thiollent (1986, p. 14)

[...] é um tipo de pesquisa social com base empírica que é concebida e realizada em estreita associação com uma ação ou com a resolução de um problema coletivo e no qual os pesquisadores e os participantes representativos da situação ou do problema estão envolvidos de modo cooperativo ou participativo.

O processo da pesquisa contou com a aplicação de questionário com perguntas fechadas e abertas que discorriam sobre a qualidade e os ambientes sobre os quais os participantes gostariam de destacar sua insatisfação, além da coleta de materiais fotográficos e relatos produzidos pelos envolvidos. A partir de demandas construídas pelos estudantes e colaboradores, foi desenvolvido um ofício que foi enviado para instâncias superiores: o reitor da universidade, o prefeito do campus e o coordenador do Centro de Humanidades da UFCG, com o objetivo de buscar respostas e ações para as demandas solicitadas.

O objetivo da pesquisa foi exploratório, pois a proposta da intervenção tratou de reconhecer um problema e mediar o diálogo entre a comunidade discente e as instâncias superiores da instituição, de forma que possa desenvolver na UFCG uma comunicação aberta, na busca por melhorias estruturais, já que, de acordo com os resultados da pesquisa, essas estruturas prejudicam o rendimento acadêmico dos envolvidos.

1 **EDUCOMUNICAÇÃO**

A comunicação é central nas relações humanas. Com os adventos das tecnologias de informação e comunicação, porém, percebeu-se a necessidade de estudar este campo mais especificamente por perceber seu impacto na sociedade como um todo.

Passou-se, portanto, a utilizar de métodos para pesquisar e compreender como a comunicação se dava e suas consequências no comportamento humano. Teorias como a Hipodérmica, que considera os receptores como atomizados e amorfos (OLIVEIRA,

2014) e que hoje em dia já foram superadas, deram início ao estudo acadêmico da Comunicação.

Várias outras teorias foram tecidas considerando a Comunicação como um processo linear em que o emissor envia a mensagem ao receptor que a internaliza, até que Stuart Hall com base nos pensamentos dos Estudos Culturais passa a defender que os receptores têm três formas de construir sentido a partir das mensagens que recebem: a) Posição Dominante, b) Posição Negociada e c) Posição de Oposição, que basicamente definem se os indivíduos concordam plenamente, parcialmente ou discordam da mensagem. Segundo Costa:

[...] os Estudos Culturais rompem com as abordagens behavioristas, que viam a influência dos meios de comunicação de massa nos termos de estímulo-resposta. Rompem também com as concepções que viam os textos da mídia como suporte transparente do significado, não percebendo, portanto, as entrelinhas. Em terceiro lugar, rompem com a ideia passiva e indiferenciada de público, optando por considera-lo numa análise variada dos modos pelos quais as mensagens são decodificadas. E, em quarto lugar, rompe-se com a ideia monolítica de cultura de massa. (COSTA, 2012, p.112).

Passa-se então a compreender o receptor como participante ativo no processo da Comunicação. A Vertente Moralista da Teoria Hipodérmica é superada pela Vertente Culturalista ou Protocolo Cultural que compreende a mídia como parte da cultura contemporânea e, portanto, vê a necessidade de explorá-la na escola. O termo *mídia educação*, que corresponde ao estudo da mídia, em suas diversas traduções, começa a estar presente nas discussões dos teóricos ao redor do mundo (SOARES, 2014).

No Brasil, a consolidação da Educomunicação aconteceu com a formação do NCE – Núcleo de Comunicação e Educação — da USP – Universidade de São Paulo — a partir da Pesquisa O Perfil do Educomunicador que constatou que a Educomunicação já acontecia no âmbito social, precisando, portanto, ser trazido ao âmbito acadêmico. Nas palavras de Soares (2005, p.5):

Chegava, assim o NCE à conclusão de que a inter-relação entre a Comunicação Social e a Educação já havia alcançado densidade própria e se afigurava como campo de intervenção social específico, oferecendo um espaço de trabalho diferenciado que vinha sendo ocupado, em toda a América Latina, pela figura emergente de um profissional a que o Núcleo passou a denominar de “Educomunicador”.

Atualmente, a Educomunicação é estudada por meio de 7 áreas de intervenção: Educação para a Comunicação, Epistemologia da Educomunicação, Produção

Midiática, Expressão Comunicativa através das Artes, Mediação Tecnológica na Educação, Pedagogia da Comunicação e Gestão da Comunicação. Esta última foi utilizada na aplicação da Intervenção relatada neste artigo.

2 GESTÃO DA COMUNICAÇÃO

O surgimento de estudos alusivos à interface comunicação e educação abrange necessariamente os conceitos de ação educacional e gestão da comunicação. Conforme Soares (2001) a gestão comunicativa dos recursos e dos processos comunicacionais, por serem capazes de articular ações no campo da inter-relação entre comunicação e educação, legitima a existência da Educomunicação.

A gestão da comunicação é uma das sete áreas de intervenção da Educomunicação. Esta área refere-se a "toda ação voltada para o planejamento, execução e realização de programas e projetos que se articulam no âmbito da Comunicação/Informação/Educação (e Cultura), criando e implementando ecossistemas comunicacionais" (SOARES, 2001, p. 121).

Na inter-relação da Comunicação e Educação, as teias de comunicação e organização comunicativa são chamadas de Ecossistemas Comunicativos. Almeida (2015, p. 7) afirma que "[...] qualquer rede de comunicação que conecte pessoas com interesses em comum pode ser considerada um ecossistema comunicativo". O objetivo da gestão comunicativa, portanto, é criar, implementar, fortalecer e manter esses ecossistemas. Como exemplos temos emissoras de rádio e TV, religião, grupo de amigos, centros culturais, redes sociais, escola entre outros.

Assim como ecossistemas ecológicos, os ecossistemas comunicacionais se caracterizam por serem sistemas interligados que se interinfluenciam, exercendo, segundo Ismar Soares (2001, p. 121), influência um sobre os outros. Sendo assim, Gottlieb (2010, p. 110) afirma que a concepção de ecossistema comunicativo compreende:

As teias de relações em determinado território ou espaço educativo (presencial ou virtual), que — supõe-se — sejam: a) inclusivas (nenhum membro da comunidade pode sentir-se fora do processo), b) democráticas (reconhecendo fundamentalmente a igualdade radical entre as pessoas envolvidas) e c) criativas (sintonizadas com todas as formas, os procedimentos, as linguagens e as tecnologias que facilitem ou tornem possível a esperada integração) (GOTTLIEB, 2010, p. 110).

O processo de atuação da área de gestão comunicativa ocorre mediante a um diagnóstico sobre o ecossistema comunicativo, com intuito de detectar um panorama sobre a situação das redes de diálogo do ambiente. Nesta etapa prima-se, de acordo com o pensamento de Almeida (2015, p. 31), identificar as fragilidades na comunicação e dificuldades de criar vínculos de relação entre os componentes do ecossistema. Em seguida, articulam-se ações interventivas a fim de "[...] implantar ambientes democráticos, nos quais a comunicação flua entre todos os participantes, que contam com igual oportunidade para se expressar" (ALMEIDA, 2015, p. 31). Portanto, cabe ao gestor implantar, acompanhar e avaliar os aspectos pragmáticos relativos ao planejamento e execução da ação, advindos da avaliação do potencial e das necessidades do ecossistema.

O desenvolvimento de intervenções nessa área permite transitar as demais áreas da Educomunicação, como afirma Soares (2014, p. 48): “A área de gestão da comunicação volta-se para o planejamento a execução de planos, programas e projetos referentes às demais áreas de intervenção, apontando, inclusive, indicadores para a avaliação de ecossistemas comunicacionais”.

As ações sociais que envolvem gestão da comunicação têm por finalidade levar os participantes do ecossistema comunicativo a refletir sobre relações de poder, estruturas hierárquicas, cultura de participação, além de incentivar a manutenção de princípios como igualdade, ética e sentimento de coletividade. Em linhas gerais, o objetivo dos processos que envolvem a gestão é, conforme Soares (1999, p. 41):

[...] garantir, mediante o compromisso e a criatividade de todos os envolvidos sob a liderança de profissionais qualificados [...] o exercício pleno de comunicação entre as pessoas que constituem a comunidade, assim como entre estas e os demais setores da sociedade.

3 COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL

As trocas de informações existem nas mais variadas formas, desde os primórdios da vida humana, onde na verdade todo o ecossistema da natureza se comunica de alguma forma, porém, vamos nos voltar para a comunicação humana. Por meio de sons, imagens, sinais, instrumentos, pinturas, escrituras, enfim, diversos meios foram e são utilizados pelo ser humano para se comunicar e trocar informações.

O processo da comunicação pode ocorrer através de canais formais e informais, onde Robbins (2010, p. 327) diz que *canais formais* “são estabelecidos pela organização e transmitem mensagens que se referem às atividades relacionadas com o trabalho de

seus membros” e que os *canais informais* “são espontâneos e surgem como resposta às escolhas individuais”. Robbins descreve o processo de comunicação no qual fazem parte dele o emissor, a codificação, a mensagem, o canal, a decodificação, o receptor, o ruído e o feedback.

O *receptor* é o sujeito (ou sujeitos) a quem a mensagem se dirige, o qual deve primeiro traduzir seus símbolos de um modo compreensível. Isso é a *decodificação* da mensagem. O *ruído* é composto das barreiras à comunicação que distorcem a clareza da mensagem, como problemas de percepção, excesso de informações, dificuldades semânticas ou diferenças culturais. O *feedback* faz a verificação do sucesso na transmissão de uma mensagem como pretendida inicialmente e determina se a compreensão foi ou não conseguida. (ROBBINS, 2010, p. 327).

Com o advento e progresso dos estudos da comunicação, podemos entender como ela funciona em diversos setores, dentre eles o organizacional.

Elo natural entre as organizações e os seus diversos públicos, a comunicação torna-se, cada vez mais, um elemento vital no processo das funções administrativas. Tanto no macro-ambiente, quanto no universo interno, a comunicação é a dinâmica que assegura a interligação de todos os elementos integrantes de uma organização, ou seja, a coordenação dos recursos humanos, financeiros e materiais. (MEDEIROS, 2006, p. 36).

Seguindo o modelo de Kunsch (2003, p. 151), a comunicação organizacional funciona a partir de uma comunicação integrada, sendo esta dividida em quatro áreas: a) *Comunicação Administrativa*: opera de forma essencial em uma organização, pois ela é responsável pelo funcionamento da organização, a que gera produtos e resultados; b) *Comunicação Interna*: é a interação entre a organização e os seus integrantes, funcionando dentro da rede formal e informal de comunicação; c) *Comunicação Institucional*: se caracteriza como comunicação externa e compete a relação da organização com o público geral, na qual a organização pode desenvolver uma autobiografia e disponibilizá-la para o público, contando sua história, valores e objetivos, com a finalidade de criar uma identidade e imagem positiva da organização para o público e d) *Comunicação Mercadológica*: como o próprio nome diz, foca no mercado, utilizando a comunicação publicitária para fazer a divulgação de produtos e serviços ou promover a organização.

Segundo Robbins (2010, p. 332-333), nas organizações a comunicação pode ocorrer de várias formas, dentre as principais vamos citar duas, as *Redes formais de pequenos grupos* e a *Rede de rumores*.

Nas *redes formais de pequenos grupos* tem-se a existência de três tipos: a) *Cadeia*: segue o comando formal da rede; b) *Roda*: é necessário ter um agente como líder para conduzir a comunicação do grupo; c) *Todos os canais*: todos os colaboradores se comunicam entre si, com equipes autogerenciadas, possuindo a contribuição de todos e sem a necessidade de um líder.

A comunicação organizacional interna pode ser feita formalmente ou informalmente, sendo a formal caracterizada pela formalidade em documentar e transmitir informações por meios burocráticos e hierárquicos através de memorandos, cartas, relatórios, ofícios e dentre outras formas oficiais de comunicação.

As *redes de rumores* fazem parte da comunicação informal, nela a maioria dos colaboradores podem ter acesso às informações da organização, devido a comunicação informal decorrer através de meios não oficiais. Tem como objetivo atender necessidades de troca de informações que a formal não é capaz de suprir. Contudo, as organizações não compreendem a informalidade como meio de troca de informações válido, devido estar suscetível a informações inverídicas pela falta de controle da organização. Porém, de acordo com Menegon (2014, p. 71) a *rede de rumores* “segundo pesquisas, é considerada mais confiável do que os comunicados formais” e sendo “muito usada para servir aos interesses dos que fazem parte dela”.

Em uma organização a comunicação pode estar suscetível a problemas, porém, para Torquato (2010, p. 66 *apud* MIRANDA, 2012, p. 29) “parcela formidável dos problemas de comunicação apontados não era de comunicação. Era de gestão. Confunde-se comunicação com gestão. Postura gerencial tem a ver com comunicação, mas com uma área de comunicação que é a comunicação gerencial”.

4 INTERVENÇÃO

O projeto interventivo foi mediado pelos alunos do Curso de Comunicação Social com linha de formação em Educomunicação do 3º período diurno, para a disciplina de Metodologia da Pesquisa em Comunicação.

Tratou-se de uma pesquisa-ação, pois o fazer educucomunicativo é pautado em intervenções, que, conceitualmente, se alinham com este tipo de pesquisa.

[...] não se emprega em educomunicação o conceito de intervenção no sentido de interdição, invasão, imposição ou interrupção, pelo contrário, o sentido é o da realização de atividades, da proposição de alternativas inovadoras, da mediação, da oferta de referências libertadoras, que usualmente, por diferentes motivos, não são vislumbradas pelos membros de uma comunidade (SOARES, 2011,

p.49 *apud* ALMEIDA, 2015).

O objetivo da pesquisa foi compreender o nível de satisfação dos corpos docente e discente do curso para com a estrutura física que é utilizada pelos mesmos na Universidade Federal de Campina Grande. A pesquisa foi elaborada nas seguintes etapas:

4.1 Aplicação de Questionário

A primeira etapa da pesquisa foi a aplicação de um questionário de abordagem majoritariamente qualitativa, com os estudantes, do 1º e 3º períodos dos turnos diurno e noturno, professores e colaboradores do curso. Entende-se que as respostas do questionário são pessoais e subjetivas e que representam apenas uma amostra da totalidade de estudantes e funcionários do curso de Educomunicação, por isso buscou-se atingir indivíduos de diferentes grupos para que o resultado fosse concreto e eficaz.

O questionário trazia 5 perguntas, 3 objetivas e 2 discursivas. Teve abordagens quantitativa e qualitativa e tinha como tema as condições estruturais da Universidade Federal de Campina Grande. A realização dos questionários possibilitou o norteamto das ações seguintes no processo da intervenção.

4.1.1 Resultados do questionário

1ª pergunta – Perfil dos respondentes:

Você é: Estudante; professor ou colaborador?



Fonte: Produzido pelos autores.

Para fins didáticos, os professores e colaboradores foram colocados, no gráfico, como funcionários. Foram consultados 67 estudantes e 9 professores/colaboradores.

2ª pergunta – Nível de satisfação dos respondentes

Você está satisfeito com a estrutura física da UFCG? Sim; parcialmente; não.



Fonte: Produzido pelos autores.

Como se observa no gráfico anterior, nenhum dos respondentes se considerou completamente satisfeito. Enquanto 47% estão parcialmente satisfeitos, 53% afirmaram estar insatisfeitos.

3ª pergunta – Locais utilizados pelos respondentes:

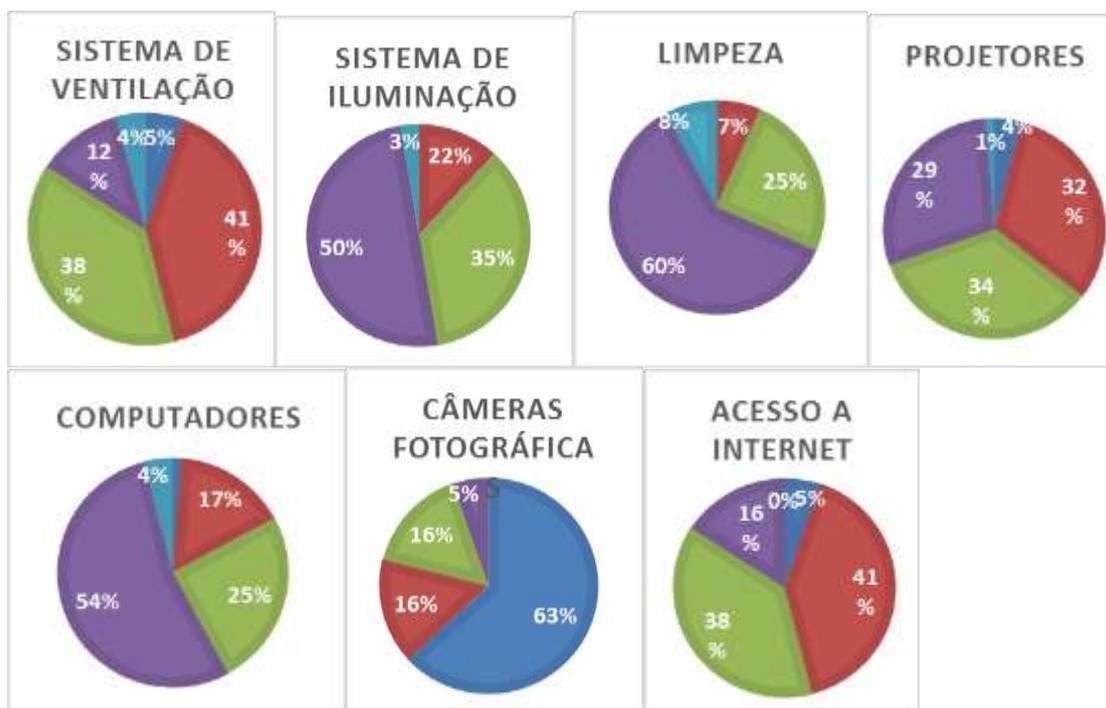
Quais são os espaços da UFCG utilizados por você? (Especifique os blocos).

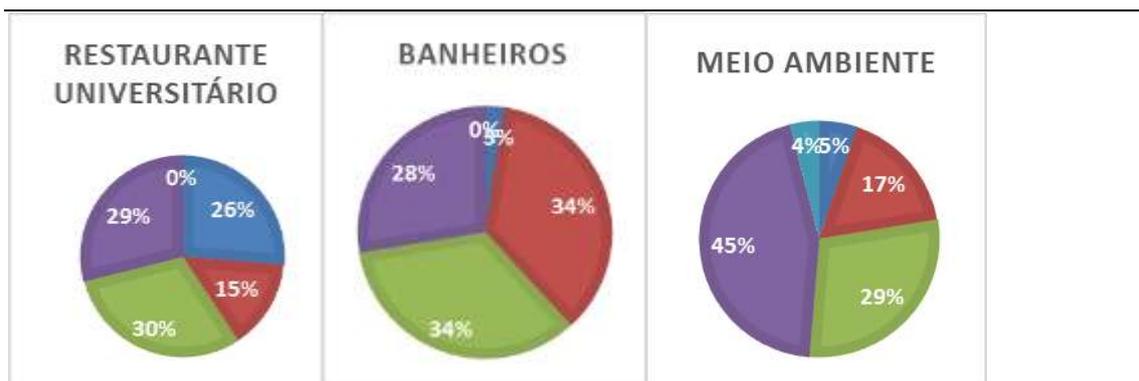
Blocos: BW, BZ, BG, BD, AB e UAAMI; Praça de Alimentação; Restaurante Universitário; Centro Acadêmico; sala de estudos; laboratórios de rádio e fotografia; bancos; coordenação.

4ª pergunta – Nível de satisfação por quesitos

Avalie os seguintes quesito (quantidade e qualidade):

Não utilizo
 Péssimo
 Ruim
 Bom
 Ótimo.





Fonte: Produzido pelos autores.

Em linhas gerais percebe-se que os respondentes estão parcialmente satisfeitos (bom), parcialmente insatisfeitos (ruim) ou completamente insatisfeitos (péssimo) com os quesitos avaliados.

Os pontos melhores avaliados foram: sistema de iluminação, limpeza, computadores e meio ambiente, com, respectivamente, 50%, 60%, 54%, 45% dos respondentes avaliando como bons. Em relação à limpeza, alguns respondentes teceram comentários apontando para o fato de que a falta de assepsia de alguns espaços seria consequência de ações dos próprios usuários do ambiente.

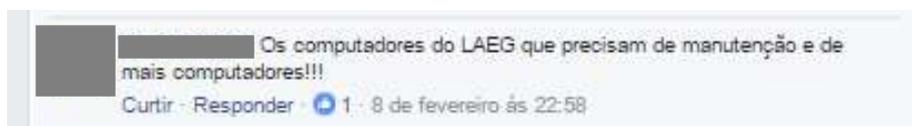
Os ambientes piores avaliados foram: sistema de ventilação, projetores, acesso à internet e banheiros com, respectivamente, 41%, 31%, 41%, 34% dos respondentes avaliando como péssimos.

4.2 Coleta de fotos e depoimentos

Como continuidade das respostas obtidas no questionário, o grupo elaborou uma publicação no grupo da secretaria do curso no *Facebook*. Na postagem havia uma breve apresentação do projeto, abordando o objetivo da intervenção e convidando todo o corpo docente e discente do curso para a segunda etapa da pesquisa: a produção de fotografias e relatos de demandas específicas em relação a infraestrutura da UFCG.

A coleta de todo o material foi realizada através do email criado pelos educadores <pesquisaeducumufcg@gmail.com>, via *WhatsApp* e *Facebook* — assegurando o anonimato dos participantes.

As fotos e comentários a seguir foram enviados via *e-mail*, *WhatsApp* e *facebook*. Todas elas foram produzidas por estudantes do curso de Educomunicação.



Printscreen de comentário feito via *Facebook*.

Este comentário é relativo ao laboratório que se encontra no terceiro andar do bloco AB



Fonte: Produzido por estudantes do curso de Educomunicação da UFCG.

Fotos tiradas na sala BD 303. As janelas estão quebradas, não há mesa apropriada para o professor e, apesar do suporte de projetor estar presente, o recurso não está.



Fonte: Produzido por estudantes do curso de Educomunicação da UFCG.

As fotos tiradas são dos banheiros do bloco AB. A maioria deles está fechado, interdito por impossibilidade de uso e os outros apresentam uma série de problemas.



Fonte: Produzido por estudantes do curso de Educomunicação da UFCG.

Ar condicionado quebrado no LAEG, bloco AB. A partir de vazamentos já detectados, os computadores podem ser danificados.



Printscreen de comentários feitos via WhatsApp.

4.3 Produção de relatório

Após o recebimento de todo o material, a equipe iniciou a produção de um relatório, com o propósito de entregar ao reitor da Universidade Federal de Campina Grande. Nesse relatório há os objetivos, metodologia e resultados obtidos durante a pesquisa.

O relatório tinha como conclusão demandas específicas dos estudantes de Comunicação Social, tais quais: Reforma dos banheiros dos blocos BZ, AB e BD; Conserto dos computadores do LAEG, bloco AB e instalação de *softwares* pagos essenciais para determinadas disciplinas como: Práticas Laboratoriais em Multimídia. *Softwares* tais quais: *Photoshop* e *CorelDRAW*; Aquisição de máquinas fotográficas para o uso de disciplinas específicas como: Práticas educacionais em fotografia. No momento constam apenas 3 máquinas e elas não estão em seu melhor estado; Limpeza ou substituição de aparelhos de ar-condicionado, blocos AB, BD, BW e BZ; Fiscalização e aquisição de *projetores* para salas dos blocos BW, BZ e BD.

Com o intuito de alcançar melhorias estruturais ou uma oportunidade de respostas por meio de entrevista ou reunião sobre a situação, o grupo, com apoio da coordenação do curso, produziu um memorando e enviou a pesquisa como processo para o reitor da Universidade e para o diretor do Centro de Humanidades.

O caráter metodológico, acadêmico e formal foi prezado durante toda a pesquisa. Os processos ainda se encontram em aberto.

4.4 Reunião com o coordenador da Unidade Acadêmica de Arte e Mídia e reunião com o prefeito do Campus UFCG Campina Grande

O grupo também conseguiu duas reuniões importantes para fomentar a pesquisa. A primeira, com o coordenador da Unidade Acadêmica de Arte e Mídia (unidade que engloba os cursos de Educomunicação, Arte e Mídia e Música). O coordenador mostrou processos já enviados à reitoria da Universidade com demandas de câmeras fotográficas e computadores. Os processos haviam voltado tendo como justificativa falta de verba para aquisição dos recursos.

A segunda reunião foi com o prefeito do Campus UFCG Campina Grande. Este afirmou que a prefeitura é responsável apenas pela infraestrutura da Universidade e que não poderia responder quanto à falta de equipamentos.

O prefeito afirmou que os banheiros já estavam em processo de serem reformados, justificou também que os aparelhos de ar-condicionado não poderiam ser adquiridos ou consertados no momento, porque a Universidade está momentaneamente sem a empresa especializada neste quesito.

Os autores pediram ao prefeito que redigisse uma carta aberta aos alunos de Educomunicação relatando o teor da reunião e aguardam resposta.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo principal da pesquisa-ação em questão foi estreitar laços, vistos como fracos, entre o corpo discente do curso de Educomunicação e as instâncias superiores da Universidade.

Compreendia-se desde o início a dificuldade em conseguir as melhorias estruturais demandadas em curto-prazo, pois envolve uma série de fatores, dentre eles: burocracia, hierarquia e segmentação da Universidade. Considera-se, por outro lado, que o ecossistema comunicativo dentro da Universidade foi ampliado e que, a partir do relato desta pesquisa — que os autores pretendem tornar pública aos outros estudantes —, haja um maior envolvimento do corpo discente do curso com a realidade de sua universidade.

Empoderamento, participação e protagonismo são a síntese do objetivo educacional. Ao levar o público alvo a produzir queixas que pudessem representar suas insatisfações, foi possível estabelecer um papel ativo no processo de comunicação. A oportunidade de agir como atores principais na reivindicação de melhorias para o ambiente educacional gerou o crescimento na autonomia, uma vez que os participantes puderam expressar suas inquietações individuais e coletivas.

Os autores percebem esta pesquisa como o primeiro passo para a resolução de problemas estruturais da UFCG e para uma abertura no ecossistema comunicativo da Universidade. É necessário dar prosseguimento a este trabalho, através de pesquisas que fiscalizem os recursos e estruturas apontados como demandas principais por docentes e discentes do curso.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Lígia. **Projetos de intervenção em educomunicação**. Disponível em: <https://issuu.com/ligiacarvalho77/docs/as_reas_de_interven_da_edu> Acesso em: 19 mar. 2017

COSTA, Jean Henrique. Stuart Hall e o modelo “*encoding and decoding*”: por uma compreensão plural da recepção. In.: **Revista Espaço Acadêmico**. n. 136. Set. 2012. p. 111-121

GOTTLIEB, Liana. **Da leitura crítica dos meios de comunicação à educomunicação**. Revista Trama Interdisciplinar, São Paulo, v. 1, n. 2, p. 97-113, 2010.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. Relações públicas e a filosofia da comunicação integrada. In: _____. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. São Paulo: Summus, 2003. p. 149-165.

LARAIA, Roque de Barros. **Cultura: um conceito antropológico**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001. Disponível em: <https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/80914/mod_resource/content/3/Laraia%20Cultura%20Um%20conceito%20Antropol%C3%B3gico.pdf>. Acesso em: 17 mar. 2017.

MEDEIROS, Rildeni. **A comunicação interna numa organização pública**. 2006. p. 19-51. 88p. Dissertação de Mestrado em Gestão e Políticas públicas – Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Natal, 2006. Disponível em: <<https://repositorio.ufrn.br/jspui/bitstream/123456789/12216/1/RildeniM.pdf>>. Acesso em: 17 mar. 2017.

MENEGON, Letícia F. **Psicologia Organizacional**. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2014. p. 70-71.

MIRANDA, Daiane de Carvalho Madruga. **Comunicação organizacional em órgãos públicos: O Impacto da Nova Administração Pública Sobre o Processo de Comunicação na Prefeitura de Herval**. Jaguarão, 2012. p. 25-37. 88 p. Dissertação de Mestrado – Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Natal, 2012. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/71377/000872298.pdf?sequence=1>>.

Acesso em: 17 mar. 2017.

OLIVEIRA, Ivan Carlo Andrade de. A Teoria Hipodérmica. In.: SOUZA, Rose Mara Vidal de; MELO, José Marques de; MORAIS, Osvando (orgs). **Teorias da Comunicação: Correntes de Pensamento e Metodologia de Ensino**. São Paulo, Intercom, 2014. p. 34-54.

ROBBINS, S. P.; JUDGE, T. A.; SOBRAL, F. **Comportamento organizacional**. 14. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010. p. 324-345.

_____. Gestão comunicativa e educação: caminhos da Educomunicação. In.: **Caminhos da educomunicação**. São Paulo: Salesianas: Núcleo de Comunicação e Educação/ECA/USP, 2001. p. 35-56.

SOARES, Ismar. **Educomunicação: o conceito, o profissional, a aplicação**. São Paulo: Paulinas, 2011.

_____. Educomunicação e comunicação midiática: vertentes históricas de aproximação entre comunicação e educação. In.: **Revista Comunicação e Educação**. Ano XIX. N. 2. jul-dez 2014.

_____. Construção de roteiros de pesquisa a partir dos livros da coleção Educomunicação (Editora Paulinas). *Comunicação & Educação*, Brasil, v. 19, n. 2, p. 135-142, set. 2014.

_____. **A Formação do Educomunicador: 15 anos na busca de uma mais profunda relação entre o profissional da comunicação/educação e o mundo das crianças e adolescentes**. 2005.

Disponível em:

<<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/169169547558321842366239420395536299206.pdf>

> Acesso em: 28 de abril de 2016.

THIOLLENT, Michel. **Metodologia da pesquisa-ação**. p. 14. São Paulo: Cortez. 1986.