



Diagnóstico do curso de Comunicação Social: absorção dos acadêmicos de Jornalismo da Faculdade Martha Falcão/DeVry pelo mercado de trabalho ¹

Macarena Cavalcante MAIRATA²
Carlos Fábio Morais GUIMARÃES³

Faculdade Martha Falcão/DeVry, Manaus, AM

RESUMO

Este trabalho é a continuação de um projeto ligado ao Programa de Iniciação Científica (PIC) da Faculdade Martha Falcão/DeVry (FMF/DeVry) cujo tema é Diagnóstico das Escolas de Comunicação do Amazonas. Neste segundo momento, o trabalho se concentrará na formação de um banco de dados de egressos com fins a levantamentos quantitativos e qualitativos acerca do curso e do mercado de trabalho que abriga os profissionais formados no curso de comunicação social-jornalismo da FMF/DeVry. Como é um estudo de graduação em andamento, buscou-se contextualizar os motivos que instigaram esta pesquisa.

Palavras chave: Escolas de comunicação; acadêmicos de jornalismo; mercado de trabalho.

INTRODUÇÃO

Os estudos que sondam e analisam a integração entre os cursos de Comunicação Social e o mercado de trabalho já existe em muitas escolas de comunicação pelo Brasil afora. Trata-se do resultado de uma luta empreendida, pioneiramente, pelo professor José Marques de Melo, na Escola e Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP) e que já nasceu como resultado do amadurecimento do diálogo entre docentes e acadêmicos.

Na experiência de criação do Núcleo de Pesquisa sobre Mercado de Trabalho nas Áreas de Comunicação e Artes, NUPEM ECA-USP, por exemplo, professores brasileiros chegaram a visitar as escolas de comunicação da comunidade europeia, no intuito de anotar e estudar, ali, as experiências, mudanças e tendências vivenciadas

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte realizado de 28 a 30 de maio de 2015.

² Estudante de graduação do 7º período do Curso de Comunicação Social- Jornalismo da FMF/DeVry, email: macarenamairata@gmail.com

³ Orientador do trabalho e professor do Curso de Comunicação Social da FMF/DeVry, email: cfguima@gmail.com



naquelas escolas de comunicação. Uma vez trazidas para o Brasil, estas reflexões serviram de base para a crítica e para projetos de melhorias de muitos cursos brasileiros.

A Faculdade Martha Falcão (FMF)⁴ iniciou, em 2012/2013, estudos sobre da trajetória de consolidação do ensino e da pesquisa em comunicação social no mundo e no Brasil até o surgimento das instituições privadas de ensino superior no Amazonas, especificamente as que abrigam os cursos de Comunicação Social-Jornalismo. Esses estudos ocorreram no âmbito do Programa de Iniciação Científica (PIC) da instituição.

Os resultados desta primeira pesquisa impulsionaram outras ideias, e nesta segunda fase, pretende-se desenvolver uma pesquisa aditiva, de sondagem, junto aos egressos de jornalismo da FMF/DeVry, com a finalidade de organizar dados que permitam refletir acerca da relação escola de comunicação *versus* mercado de trabalho.

O projeto Diagnóstico das Escolas de Comunicação da FMF/DeVry, ainda que não vinculado a nenhum grande núcleo de pesquisa, tem se constituído em uma experiência local, no âmbito da cidade de Manaus e que busca lançar um olhar compreensivo ou reflexivo sobre as experiências das escolas de comunicação locais, a partir do levantamento de dados variados.

Sendo assim, por ser uma ideia que está em andamento e não ter tido tempo de alcançar resultados preliminares, contextualizamos nosso estudo no sentido indicar os motivos que instigaram a realização desse estudo.

Faculdade Martha Falcão DeVry: cenários

A Faculdade Martha Falcão surgiu como uma extensão natural da proposta pedagógica do Pinocchio Centro Educacional, fundado em 1980. Posteriormente, o Colégio Martha Falcão foi fundado em 1986 para atender alunos do ensino fundamental e do ensino médio. Ambos têm como mantenedor o Instituto de Ensino Superior da Amazônia (IESA).

De acordo com o projeto pedagógico do curso de Comunicação (2013), em 2000, a Instituição passou a atuar no Ensino Superior, no sentido de continuar a contribuir com a educação amazonense, criando a Faculdade Martha Falcão. Além do primeiro curso autorizado, o de Administração, atualmente funcionam diversos cursos de graduação, nas modalidades de bacharelado, licenciatura e cursos superiores de

⁴ A referência feita nesse parágrafo a sigla FMF se deve a instituição ainda não ter sido adquirida pela instituição americana DeVry.



tecnologia, entre os quais Ciências Contábeis, Design, Direito, Pedagogia, Psicologia e Comunicação Social (Jornalismo e Publicidade e Propaganda), Serviço Social, CST em Design de Interiores, Gestão de Recursos Humanos, em Gestão da Qualidade, Gestão da Produção Industrial e Processos Gerenciais, Gestão da Tecnologia da Informação. Desde 2003, a FMF oferece Cursos de Pós-Graduação Lato Sensu nas áreas de formação da graduação. Paralelamente, a Faculdade tem promovido o desenvolvimento de projetos de pesquisa e de extensão.

A portaria de no. 33, de 16 de janeiro de 2008, instituiu o curso de Comunicação Social, cujas atividades se iniciaram no ano seguinte. Oferecendo as habilitações de Jornalismo e Publicidade e Propaganda, o curso é o mais recente a ser criado numa faculdade particular no Estado.

Ainda de acordo com o projeto pedagógico (2013), o curso de Comunicação Social, nas habilitações Jornalismo e Publicidade e Propaganda, é desenvolvido em oito semestres, com prazo máximo de integralização de 11 semestres, e atende ao que indicam as Diretrizes Nacionais para o Curso e à legislação pertinente quanto à sua carga horária. Ambas as habilitações possuem estruturas curriculares que totalizam 2.700 horas, das quais 100 horas são destinadas para a realização atividades complementares e 280 horas para elaboração da monografia do curso.

A juventude do curso é uma característica compartilhada com o alunado, de acordo com a coordenadora do curso de Jornalismo, a professora Grace Soares. Em entrevista concedida durante a primeira fase do projeto Diagnóstico das Escolas de Comunicação, Soares ressaltou essa característica: “O perfil do nosso alunado é esse, gente nova que entra, principalmente, no fim do ano. Os que entraram em 2009 são os pioneiros. Foi uma aposta da instituição nessas duas áreas em ascensão”.

A instituição oferece vestibular semestral para ambas as habilitações, com possibilidade dos turnos vespertino e noturno. A abertura de turmas vespertinas é inconstante, dependente do número de alunos aprovados, mas os turnos noturnos sempre conseguem formar turma. A abertura de turmas também é dependente do espaço institucional: a Faculdade Martha Falcão tem uma cota máxima de alunos por turma. O alunado predominantemente jovem torna difícil para a coordenação desenvolver consciência sobre a importância da pesquisa. Soares (2009) explicou que “os alunos entram querendo pegar na câmera, querendo filmar, fazer uma peça ou uma campanha. Então, só ao longo da sua jornada acadêmica é que eles começam a dosar, a entender que a técnica é embasada pela teoria. É preciso uma formação humanística, e é nas



disciplinas que isso se aprende, pois a técnica, de modo geral, se vende. Se for só pela técnica, realmente não se precisa de diploma, qualquer um pode ser jornalista, basta dominar a técnica. Para ter essa formação, é preciso a pesquisa, a investigação. São poucos que participam, mas como esse é um processo de mudança de cultura, leva tempo e estamos no começo. Mesmo assim, é animador termos, já no segundo período de hoje, alunos que participam do Intercom, que já têm interesse”.

De acordo com o Projeto Pedagógico do curso, foi implantado em 2012 na Coordenação do Curso de Comunicação Social da Faculdade Martha Falcão, o Núcleo de Pesquisa e Estudos em Comunicação para tentar impulsionar a pesquisa na área. Ele tem como objetivo fomentar a pesquisa acadêmica, estimulando docentes e discentes a se envolverem com projetos científicos. O Núcleo foi criado tendo em vista a necessidade de desenvolver nos estudantes a veia científica, condicionando-os a buscar na ciência as explicações para o contexto atual das áreas de Jornalismo e Publicidade e Propaganda.

Além disso, o curso de Comunicação Social participa do Programa de Iniciação Científica (PIC), realizado pela Diretoria Acadêmica da FMF, cujo principal objetivo é salientar o lado científico do aluno e estimular estudantes de graduação nos projetos de pesquisa, proporcionando a capacitação na metodologia científica e despertando a criatividade.

Apesar de essas iniciativas serem ainda incipientes, pesquisas e trabalhos desenvolvidos na instituição já começam a participar em congressos como o Intercom. Em 2012 a instituição ganhou um prêmio na versão regional do evento em Tocantins, na categoria Jornalismo Opinativo com uma crônica, e em 2013 foi escolhida para sediar o Intercom regional, no qual outros trabalhos da Faculdade foram inscritos.

Ainda de acordo com o seu projeto pedagógico, o curso também organiza a cada período letivo, duas grandes semanas de extensão (semana de nivelamento e semana da comunicação social) ampliando a participação de alunos, professores, profissionais de diversas organizações e comunidade em geral no desenvolvimento da proposta pedagógica. Esses eventos possibilitam a apresentação de palestras, mesas redondas, debates, workshops, exposição, cursos, apresentação de trabalhos, entre outras práticas pedagógicas que permitem o alinhamento e a reflexão e apresentação de temas atuais e diversificados.

A Faculdade atua na área da extensão identificando as situações problemáticas na sua região de abrangência, com vista à otimização do ensino e da pesquisa,



contribuindo, desse modo, para o desenvolvimento e melhoria da qualidade de vida da população. Os programas de extensão privilegiam a ação interdisciplinar que reúna projetos ou ideias de áreas diferentes em torno de objetivos comuns.

Quanto à infraestrutura, a Faculdade vem investindo, com o estabelecimento dos estúdios de Rádio, TV e Fotografia com uma tecnologia de ponta, além da Agência Experimental do Curso de Comunicação Social da FMF. A instituição também oferece laboratórios de informática. As mudanças tecnológicas da área e as exigências do MEC levaram a uma reformulação na grade curricular, que entrou em vigor em 2013. Neste ano também ocorreram as formaturas das primeiras turmas das habilitações de Comunicação Social.

Modelos de estímulos à pesquisa

Os estudos que visam melhor compreender a relação das escolas de comunicação com o mercado de trabalho têm se estruturado, sobretudo, a partir do Núcleo de Pesquisa sobre Mercado de Trabalho nas Áreas de Comunicação e Artes, denominado NUPEM, e criado pela portaria interna número 27, de 5 de julho de 1991, da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP).

De acordo com o relatório sobre campo profissional e mercado de trabalho em comunicação, no Brasil, o NUPEM realizou sua primeira reunião com o objetivo de formalizar sua constituição e estabelecer formas de funcionamento definindo formas de viabilização. Desta reunião saiu a indicação dos integrantes do Núcleo, que foi submetida a apreciação da Diretoria de ECA/USP. Esta primeira equipe desenvolveu importante trabalho, como se destaca no primeiro documento publicado, de 1996:

(...) trabalhou no sentido de realizar pesquisa sobre os egressos de Cursos de Comunicação de outras escolas brasileiras, para efeito de comparação, bem como a análise da situação dos *free-lancer*, autônomo e micro-empresário, lançando a ideia do que viria a ser uma pesquisa nacional.

Deste esforço resultou a consolidação da estrutura institucional de sustentação do NUPEM¹⁰ e a formação de núcleos de pesquisa nas escolas de São Paulo (Capital e Interior), estabelecendo-se, como forma de trabalho a realização de reuniões mensais para o desenvolvimento da pesquisa. A partir da metodologia da pesquisa original, que previa uma fase reflexiva de troca de experiências entre os Estados envolvidos, foram



feitas as adaptações pertinentes. As informações permutadas contribuíram para a forma de estruturar a equipe de pesquisa em cada instituição e resultaram em publicações.

Trata-se, portanto, de um trabalho referencial no que concerne tanto à metodologia quanto ao significado de sua contribuição para a compreensão da relação entre as escolas de comunicação e o mercado de trabalho, no Brasil.

Em Manaus, procurar identificar a relação das escolas de comunicação com o mercado de trabalho revela-se um estudo pioneiro que pode contribuir com uma percepção preliminar da região norte em relação à temática. Outro fator ainda a ser considerado é que este estudo pode contribuir, muito embora pontualmente, com a criação de interfaces escola-empresa, que nada mais são que aqueles mecanismos de retroalimentação de um processo de comunicação macro-empresarial ou organizacional que permite o planejamento contínuo das escolas de comunicação com vistas ao melhor aproveitamento dos futuros profissionais formados em suas esferas.

Caminhos a serem percorridos

O estudo nasceu do questionamento central: para onde estão se encaminhando os acadêmicos do curso de comunicação de jornalismo FMF/DeVry? A partir deste ponto acreditamos que podemos constituir um mosaico de outras questões axiais e que poderão vir a compor uma reflexão mais detida em torno da melhoria dos processos de interação entre o curso de comunicação social e o mercado de trabalho. Por exemplo: 1) Os alunos entram no mercado antes de se formar? 2) Os estagiários são absorvidos como profissionais ao fim do programa de estágio? 3) Qual o perfil das agências que mais estão absorvendo os egressos de publicidade e o perfil das emissoras e empresas que absorvem os jornalistas? Trata-se mais de empresas públicas ou particulares? E ainda: será que os egressos se mantêm na profissão em que se formaram ou migram para outras áreas; será que se mantêm motivados com a área; será que abriram seu próprio negócio? Respostas a estas perguntas permitem a constituição de um corpus suscitar de muitas reflexões em torno do binômio empresa-faculdade e podem, inclusive, subsidiar interfaces sistematizadas no interior da faculdade, visando a melhor absorção do acadêmico pelo mercado de trabalho. Isto posto, nossa principal hipótese é a de que o mercado de trabalho vem absorvendo os novos profissionais sobretudo através dos programas de estágio, as faculdades mantêm um bom nível de absorção de estagiários, no caso de empresas privadas, e através de concurso público, no caso de



instituições públicas. Enfim, e muitas outras que podem surgir na delimitação que o objeto ganha em campo podem, igualmente, ser checados através desta pesquisa.

Durante o estudo, previmos a organização de uma base de dados destes acadêmicos, de uma de suas habilitações, no caso jornalismo. Para a formação deste banco dos egressos adequa-se, em um primeiro momento, apenas um levantamento cadastral junto à coordenação do curso de comunicação social da FMF. Todavia, isto não será o suficiente para garantir uma amostragem participativa na pesquisa. Deste modo, e para a formação atualizada de um banco de dados adequado, a metodologia utilizada para a pesquisa será adaptada do modelo de Labov (1966), em que, primeiramente, é realizado o que chamaremos, aqui, de pré-cadastro com o objetivo de confirmação dos dados cadastrais do egresso e potencial informante, para posteriormente aplicar-se um formulário com aqueles que, de fato, se colocarem à disposição para o levantamento dos dados via e-mail.

O papel do pré-cadastro também é o de selecionar assuntos que possam emergir do contato com o informante, a fim de que se elaborem questões pertinentes ao contexto em que ele se insere, as quais vão enriquecer a composição do roteiro do formulário. O estudo, de acordo com Vieira (2010), também pode ser considerado exploratório e é um método que possibilita a identificação das variáveis implicadas em um fenômeno social e permite aumentar a familiaridade do pesquisador com determinado tema. Ora, não seria possível delinear o objeto de pesquisa sem antes ordená-lo.

Em seguida, será realizada a tabulação dos dados quantitativos obtidos pelas respostas às perguntas fechadas e da montagem de perfis com base nas respostas a perguntas semiestruturadas. Ainda há a etapa de reflexão, mencionada anteriormente, em torno dos dados obtidos com a realização de um evento em forma de Painel de Pesquisa, com a presença do corpo docente e de representantes discentes, cujas impressões também deverão agregar ao aspecto compreensivo pretendido com este trabalho.

Considerações

A necessidade de interação entre dois sistemas como o educacional e o mercado de trabalho é de vital importância para sondar para quais postos e espaços de trabalho vem se encaminhando os acadêmicos que concluíram o curso de comunicação social na FMF/DeVry.



Tais dados permitirão uma reflexão mais detida acerca das vocações das escolas de comunicações e daqueles que as procuram. Basta saber que desde a década de 90, quando o Amazonas experimentou o surgimento de faculdades de comunicação social para além das portas da Universidade Federal, e o desenvolvimento tecnológico acelerou modificações significativas nos mecanismos organizacionais internos dos veículos de comunicação e das empresas em geral, as sondagens de mercado que se dão apenas dentro do âmbito didático supracitado, acabam gerando mecanismos de adequação de grades de ensino, de laboratório, de custos de curso, de abordagem didática, num ritmo ora maior do que o desejável (quando este ritmo afeta a linearidade do aprendizado do aluno e incentiva a “desperiodização”), ora atrasado, provocando um distanciamento entre a teoria acadêmica e a prática acadêmica da vivência mercadológica.

Numa outra oportunidade, traremos resultados mais substanciais do estudo.

REFERÊNCIAS

CALDERÓN, ADOLFO IGNACIO. **Universidades mercantis: a institucionalização do mercado universitário em questão**. São Paulo Perspec. Mar 2000, vol.14

CAVALCANTE, Elizabeth Duarte; SANTOS JR. Ivanildo Pereira dos. **Diagnóstico das Escolas de Comunicação no Amazonas: resgate histórico**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Fortaleza, CE – 4 a 7/9/2012.

FMF. **Projeto pedagógico do curso de Comunicação Social**. Manaus, 2009.

LABOV, William; **The social stratification of English in New York City; Washington**; Center for Applied Linguistics; 1966.

LOPES, Maria Immacolata Vassalo; ANSARAH, Marília Gomes dos Reis; DENCKER, Ada de Freitas Manetti. **Campo profissional e trabalho em comunicação no Brasil**. São Paulo: NUPEM ECA-USPm- 1996 (PDF).

SOUSA, Jorge Pedro. **Elementos de Teoria e Pesquisa da Comunicação e dos Media**. 2ª edição revista e ampliada. Porto. 2006

VIEIRA, José Guilherme Silva. **Metodologia de Pesquisa Científica na Prática**. Curitiba: Editora FAEL, 2010.