

Produção e publicação científica no curso de Relações Públicas da UNEB¹

Adalberto GÓES²
Bruna CALASANS³
Camila OLIVEIRA⁴
Franciele VIANA⁵
Francyele FRAGA⁶
Nara ESPIÑEIRA⁷

Resumo

O presente trabalho consiste em uma análise da produção científica de graduandos de Comunicação Social/Relações Públicas da Universidade do Estado da Bahia (UNEB), desenvolvido na disciplina de Oficina de Campanha em Relações Públicas, sob a orientação da docente Nara Espiñeira. O projeto tem como finalidade compreender o nível de participação e produção científica dos alunos, considerando o contexto do curso e da Universidade, bem como elaborar estratégias que estimulem a produção na área de Relações Públicas.

Palavras-chave: Análise; Comunicação; Estratégias; Produção Científica; Relações Públicas.

Introdução

A educação superior no Brasil segue as regras estabelecidas pela Lei nº. 9.394 de 20 de dezembro de 1996, denominada Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (LDB). No artigo 43º, se faz presente um parágrafo específico sobre a produção científica. Nele consta as finalidades da educação superior que estabelece como obrigação da Universidade:

¹ Trabalho apresentado no XIV Congresso Internacional de Relações Públicas e Comunicação, realizado em Salvador, Bahia, Brasil, dias 22, 23 e 24 de outubro de 2014.

² Graduando do 7º. Semestre do Curso Comunicação Social/ Relações Públicas, email: adbgois@yahoo.com.br.

³ Graduanda do 7º. Semestre do Curso Comunicação Social/ Relações Públicas, email: rpcalazans@gmail.com.

⁴ Graduanda do 7º. Semestre do Curso Comunicação Social/ Relações Públicas, email: camilajnl@hotmail.com.

⁵ Graduanda do 7º. Semestre do Curso Comunicação Social/ Relações Públicas, email: francyvianarp@hotmail.com.

⁶ Graduanda do 7º. Semestre do Curso Comunicação Social/ Relações Públicas, email: francy_fraga@hotmail.com.

⁷ Orientadora. email: naralemos@hotmail.com

Estimular a criação cultural e o desenvolvimento do espírito científico e do pensamento reflexivo; - incentivar o trabalho de pesquisa e investigação científica, visando o desenvolvimento da ciência e da tecnologia e da criação e difusão da cultura, e, desse modo, desenvolver o entendimento do homem e do meio em que vive; - promover a divulgação de conhecimentos culturais, científicos e técnicos que constituem patrimônio da humanidade e comunicar o saber através do ensino, de publicações ou de outras formas de comunicação (Art. 43º/ Lei nº. 9.394 de 20 de dezembro de 1996).

A produção científica, neste contexto é entendida como forma de sistematizar os conhecimentos adquiridos. Segundo Moura (1997), tais produções podem ser compreendidas como forma pela qual a universidade se faz presente nas mudanças da sociedade, sendo uma maneira de transmitir o conhecimento e novas descobertas:

Produção científica é a base para o desenvolvimento e a superação de dependência entre países e entre regiões de um mesmo país; é o veículo para a melhoria da qualidade de vida dos habitantes de um país; é a forma de se fazer presente não só hoje, mas também amanhã. (KUNSCH apud Moura, 1997, p. 09).

Na atividade de Relações Públicas ainda são poucas as publicações se comparado com outras áreas do conhecimento. Isso reflete em uma preocupação entre os teóricos da área, uma vez que a falta de publicações acarreta em pouca inovação. KUNSCH (2003), alerta que é no curso de graduação que o desejo de produzir deve ser despertado, sendo parte das funções dos professores, orientar os alunos a emergirem neste mundo da difusão do conhecimento científico.

Relações Públicas, UNEB e Pesquisa

O Curso de Relações Públicas da Universidade do Estado da Bahia (UNEB), foi fundado em 1986, o primeiro curso superior da Bahia com tal habilitação, e o único oferecido por uma instituição pública no Estado, formou até o ano de 2012 um número considerável de profissionais, foram 515 alunos que obtiveram o título de bacharel nos 26 anos de instalação do curso na instituição.



De modo que o primeiro curso superior de Comunicação Social com habilitação em Relações Públicas da Bahia foi implantado na UNEB, em Salvador, funcionando desde 1986 em período vespertino no prédio do CETEBA, atrelando-se assim a sua história, inseparavelmente, à própria história da UNEB e à trajetória das Relações Públicas na Bahia e no Brasil. (MIRANDA, 2013, p.16).

Apesar dos dados mencionados acima, de graduados nesta instituição, percebeu-se que as iniciativas referente à pesquisa e inovação são raras, quase nulas no curso de Relações Públicas da Universidade do Estado da Bahia. E sendo a Universidade sustentada pelo tripé (ensino, pesquisa e extensão) é indispensável colocar em questão e problematizar os fatores que interferem no cenário da produção científica na área de Relações Públicas.

Além de ser uma importante ferramenta para o conhecimento teórico em qualquer área, a pesquisa é um fator determinante para definir as melhores instituições de ensino do país. Segundo o levantamento divulgado pela instituição de pesquisa: Datafolha (2013), a Universidade do Estado da Bahia ocupa o nonagésimo oitavo lugar no ranking de melhores Universidades do país. Um dos grandes determinantes nesta pesquisa foi o fator "pesquisa e inovação", que apresentava quarenta pontos no total que definia as melhores Universidades. Percebe-se desta maneira, que a pouca produção científica não é um quesito peculiar apenas no curso de comunicação, mais sim no âmbito geral da UNEB, considerando que esta apresenta poucas iniciativas de produção, se comparado a outras instituições de ensino.

O ranking considera como indicadores pra chegar aos resultados obtidos: o número de trabalhos científicos publicados pela instituição, publicações por docente e recursos captados em agências de fomento, publicações em revistas nacionais e recursos captados, ou seja, se a Universidade oferece pouco investimento nessas áreas, consequentemente isso acarretará em pouco prestígio no cenário nacional.

Imagem 1: ranking de melhores universidades do Estado da Bahia em qualidade de pesquisa

Ranking 2012	Nome da universidade	UF	● Pública ● Privada	Qualidade de ensino	Qualidade de pesquisa	Avaliação do mercado	Indicador de inovação	Nota total
12º	Univ. Fed. da Bahia (UFBA)	BA	●	2,78	47,99	17,66	3,89	72,33
55º	Univ. Est. de Santa Cruz (UESC)	BA	●	0	38,81	4,85	1,16	44,82
60º	Univ. Est. de Feira de Santana (UEFS)	BA	●	0	38,62	4,14	0	42,76
61º	Univ. Est. do Sudoeste da Bahia (UESB)	BA	●	0	38,7	2,52	0,5	41,72
83º	Univ. Fed. do Recôncavo da Bahia (UFRB)	BA	●	0	31,79	0,96	0,5	33,25
96º	Univ. Salvador (Unifacs)	BA	●	0	19,96	10,08	0	30,04
98º	Univ. do Est. da Bahia (Uneb)	BA	●	0	20,17	8,49	0,5	29,16
146º	Univ. Católica do Salvador (UCSal)	BA	●	0	6,32	10,24	0	16,56

Fonte: Data Folha

Justificativa

Apesar da importância para a difusão do conhecimento científico produzido durante a graduação, a pesquisa científica no curso de Relações Públicas é pouco debatida na UNEB. Falta estímulo, conhecimento por parte dos alunos e escassos recursos financeiros no Departamento de Ciências Humanas – Campus I. Para refletir esta situação, de acordo com o teórico Marcuse (1998), no que tange a necessidade de uma mudança no sistema do estímulo à ciência nas Universidades e no domínio do conjunto de investigação e desenvolvimento, fez-se necessário na UNEB um trabalho de pesquisa para que a partir de um diagnóstico da situação, fosse realizado um planejamento estratégico tendo como fim modificar esta situação.

Metodologia

A base metodológica consistiu em análise documental, levantamento de dados das entidades que promovem as publicações, do Colegiado de Comunicação Social e do Núcleo de Pesquisa e Extensão (NUPE). A elaboração e aplicação de pesquisa de opinião, entrevistas e grupo focal também foram utilizadas como técnicas de apoio. Para traçar essa realidade de produção/publicação científica dos discentes de Comunicação Social da UNEB, torna-se fundamental observar a participação desses em projetos dentro da Universidade, principalmente em grupos de estudo e no programa de Iniciação Científica (IC).

Assim, dados do Núcleo de Pesquisa e Extensão (NUPE DCH I) foram consultados, e quanto à evolução das atividades de IC (por cursos), entre 2008 e 2013, foram registrados em 2013:

Dados do Nupe (Projetos de pesquisa)

2009: Não há registros
2010: Não há registros
2011: Não há registros
2012: Não há registros
2013: 2 projetos aprovados

Dados Intercom (Trabalhos)

2009: Não há registros
2010: Não há registros
2011: 1 trabalho apresentado
2012: 0 trabalho apresentado
2013: 2 trabalhos apresentados

Conjuntamente com os dados apresentados acima, dados do Intercom foram fundamentais para a compreensão do envolvimento de alunos com pesquisa e publicação. O principal Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação é realizado desde 1977. Os trabalhos publicados por este evento é de grande importância, pois revela as descobertas científicas, sendo um ambiente propício para a troca de informações na área.

Dentro do evento, a Exposição da Pesquisa Experimental em Comunicação-EXPOCOM é um espaço onde os discentes podem divulgar os produtos produzidos durante a graduação. Segundo a organização do evento sua relevância para a área está no fato de:

Representar uma vitrine por meio da qual está reunida a produção da pesquisa experimental realizada nas Faculdades de Comunicação do país, nas suas respectivas habilitações: Cinema e Vídeo, Editoração, Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Rádio e TV e Relações Públicas. [...] Este material pode servir de referência para professores, alunos, pesquisadores e profissionais acompanharem o desenvolvimento da Pesquisa Experimental nos principais cursos de Comunicação Social do país. (Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, jan./jun. 2008:278)

Outra importante colaboração para área está no desenvolvimento científico para as Universidades que participam do encontro, além da aproximação entre

pesquisadores, que podem, durante os quatro dias de congresso, debater sobre as produções científicas apresentadas, propiciando, deste modo, um acúmulo de conhecimentos e experiências enriquecedoras.

A partir do estudo do número de publicações elaboradas por discentes do curso para o evento, no período de 2009 a 2013, observou-se que os alunos de Relações Públicas da UNEB têm pouca aproximação com o congresso e que poucas foram as iniciativas de participação através da apresentação de trabalhos. Os dados sobre essa realidade encontram-se abaixo:

Dados Intercom (Trabalhos)

2009: Não há registros
2010: Não há registros
2011: 1 trabalho apresentado
2012: 0 trabalho apresentado
2013- 2 trabalhos apresentados

5 Entrevistas, grupo focal e pesquisa de opinião

Na pesquisa de opinião foram utilizados questionários com perguntas objetivas e abertas para público discente do curso de Relações Públicas da UNEB. O resultado dessa pesquisa possibilitou a interpretação de problemas e interesses dos estudantes, relacionados ao tema de pesquisa científica em comunicação.

Quando analisados os fatores de interferência negativa, referente aos motivos que atrapalham o envolvimento dos alunos com pesquisa, os seguintes dados foram obtidos:

- 31% disseram que não havia incentivo nas disciplinas que cursavam;
- 27% não conheciam os núcleos de inserção;
- 13% declararam não possuir tempo, pois desenvolviam outras atividades (trabalho, outros cursos, graduações, responsabilidades familiares);
- Outros 7% reclamaram do pouco incentivo financeiro fornecido aos estudantes ou não viam relevância em desenvolver pesquisa com seus objetivos acadêmicos;

Ao ser questionado sobre a satisfação quanto ao incentivo à produção no departamento:

- 72% dos entrevistados consideraram o empenho do departamento como regular;
- 24% classificaram como ruim;
- 3% reconheceram como boa;

As perguntas eram de múltiplas escolhas e cada entrevistado poderia fornecer mais de uma justificativa. Os números representam a incidência dessas justificativas no universo total de alunos que responderam. A partir da análise dos questionários aplicados é possível perceber que o fator de maior desconforto para os alunos é a falta de informações sobre pesquisa, seguido de falta de incentivo dos professores nas disciplinas ou da perspectiva de formação acadêmica pensada para o currículo e desenvolvida pela UNEB. O Grupo Focal reforçou as impressões promovidas pelos números da pesquisa de opinião.

Quando indagados sobre os grupos de pesquisa/ Iniciação Científica que ocorrem dentro da UNEB, voltados para a área de Comunicação, a reação de muitos foi de surpresa, pois desconheciam tais grupos.

Sobre a avaliação do incentivo por parte do Departamento de Ciências Humanas I, da UNEB e dos professores, todos expressaram insatisfação, levantando a questão de que os docentes não tem incentivo, por parte do mesmo. Estudantes do 2º semestre revelaram nunca terem tido conhecimento sobre a possibilidade de aproveitar os trabalhos produzidos como atividade avaliativa dentro disciplinas e submetê-los para serem publicados. Outros que reconheceram essa possibilidade demonstraram interesse em resgatar artigos realizados durante disciplinas.

Das entrevistas realizadas com professores, a síntese de seus discursos é que a UNEB não é uma universidade politicamente orientada para fortalecer os demais alicerces de pesquisa e extensão. O problema é estrutural e a instituição carece de políticas administrativas que estimule e facilite o desenvolvimento da pesquisa e extensão por intermédio do corpo docente.

Considerações finais

A partir da análise é possível considerar que a produção científica na Universidade do Estado da Bahia está estagnada, sendo quase inexistente dentro da realidade do curso de Relações Públicas. Publicações, pesquisas, grupos de Iniciação Científica são ações que acontecem raramente no curso de RP, o que implica na falta de incentivo.

Nesse contexto, os alunos são os principais prejudicados, uma vez que, pouco se produz. Desta maneira o acesso a pós-graduação, mestrado e doutorado fica mais difícil, pois a publicação científica incide em um fator importante na hora da escolha do candidato. Além disso, a prática da pesquisa é deixada de lado, como se esta não fosse relevante para a formação do profissional de comunicação.

A Iniciação Científica é outro fator esquecido dentro da instituição. Os grupos de IC, na área de Comunicação, registrados são dois, sendo que estes são voltados para a área de comunicação comunitária. Os alunos beneficiados diretamente com bolsas se totalizam em seis bolsistas e quatro voluntários, o que é insuficiente se comparado ao número de turmas do curso.

Sobre as Relações Públicas, nenhuns dos grupos estudam questões relacionadas com esta área. O espaço físico para a pesquisa também é inexistente, o que desmotiva os professores a investir na área.

A fim de solucionar esse déficit, os alunos envolvidos com esta análise, sob a orientação da professora Nara Espiñera, propuseram o seguinte projeto de comunicação, a fim de fomentar, incentivar e promover o debate sobre pesquisa na área e posteriormente, a produção e publicação desse material por parte dos discentes. Foram analisados os dados do diagnóstico e elaborada uma campanha de incentivo, tendo como justificativa a necessidade de publicação e os objetivos abaixo listados:

O objetivo geral da campanha será criar ações que possam articular e fortalecer as produções científicas, do público docente e discente, buscando promover o debate sobre o atual cenário de produção e publicação científica no curso de graduação em Comunicação Social; de modo que esses aspectos venham a estimular este público a passar de ouvintes para produtores na área científica do curso em questão. Dessa forma, a meta consiste em atingir um aumento quantitativo inicial de 30%, no envolvimento de pesquisa científica, na produção e publicação nos principais eventos de Comunicação.

Objetivos específicos:

- Realizar um plano de Relações Públicas, implementando ações de comunicação.
- Fomentar o debate sobre pesquisas na área.
- Produzir a publicação do material desenvolvido pelos discentes.

Referências bibliográficas

DUARTE, Jorge; e, BARROS, Antônio. Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação - 2ª Ed. 2006. Editora ATLAS.

FRANÇA, F. Gestão de relacionamentos corporativos. In: GRUNIG, J. E.; FERRARI, M. A.;

FRANÇA, F. Relações públicas: teoria, contexto e relacionamentos. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2009

FERREIRA, H. Fundamentos organizacionais do projecto educativo. Inovação, Lisboa, v.8, n.1, 2, 1995.

KUNSCH, Margarida M. Krohling. Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada. Ed. Summus, 4ª edição/ 2003.

KUNSCH, Margarida M. Krohling. Relações públicas e modernidade: novos paradigmas na comunicação organizacional. São Paulo, Summus, 1997.

KUNSCH, Margarida M. Krohling; DENCKER, Ada de Freitas Maneti (coords.). Produção científica brasileira em comunicação – década de 80: análises, tendências e perspectivas. São Paulo: Portcom/Intercom/ECA-USP/CNPq/FINEP, 1997.