

AS EXPECTATIVAS DOS ESTUDANTES AO ESCOLHEREM CURSOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL ODS 4 “Educação de qualidade”

Denise Lobato Villela Claro (Centro Universitário Teresa D’Ávila)
Mariana Aranha de Souza (Universidade de Taubaté e Centro Universitário Teresa
D’Ávila)

Introdução

Esta pesquisa insere-se no contexto do Programa de Pós-graduação em Design, Tecnologia e Inovação, na linha de Pesquisa Educação, Tecnologia e Inovação.

O interesse pela temática da motivação da escolha de cursos de comunicação social veio pela minha própria experiência, pois a escolha do curso de jornalismo se deu a partir do desejo de escrever sobre a minha história de adoção. A possibilidade de me capacitar profissionalmente para escrever um livro sobre o tema e inspirar outras pessoas foi o que me moveu vocacionalmente. Ao final do curso, escolhi este tema para o TCC, fazendo uma análise de como a adoção era trabalhada nas capas de revistas semanais brasileiras.

Atualmente, não só como egressa de um curso de Comunicação Social, mas como docente nos cursos de jornalismo e de rádio e TV e observadora dos jovens que ingressam nesses cursos, posso perceber que cada vez mais, os alunos buscam atuar naquilo que gostam, muitas vezes ainda dentro da faculdade, como por exemplo, nas redes sociais.

Considerando o crescente movimento dos últimos anos em relação ao uso das redes sociais por jovens e adultos e do conseqüente aumento de pessoas envolvidas no trabalho com essas redes, quer seja na produção de conteúdo, quer seja em etapas relacionadas aos bastidores, como planejamento de pautas e linhas editoriais, projetos, elaboração de textos informativos, assessoria de imprensa e de imagem, design, criação de peças e criativos; e

Considerando que os cursos de Ensino Superior, especialmente relacionados à área da Comunicação Social precisam estar atentos aos jovens, às suas aspirações e aos movimentos do mundo do trabalho;

Surge o problema que orienta esta pesquisa, a saber: Os estudantes, matriculados em cursos de graduação da área da Comunicação Social encontram possibilidades formativas alinhadas às suas trajetórias e expectativas de exercício profissional?

Revisão da literatura

No mês de maio de 2025 realizou-se uma busca no Portal de Periódicos da Capes pesquisando “artigos” “qualquer campo” “cursos de comunicação social” e apareceram 1447 resultados. Como eram muitos resultados, aplicou-se o filtro dos últimos cinco anos (de 2020 a 2025), e deram 601 resultados. Aplicando-se o filtro de “acesso aberto”, o número caiu para 561. Adicionando-se os filtros “revisado por pares”, “produção nacional” e “idioma português”, chegou-se a 178 resultados. Alterando para o campo “título”, apareceram 24 resultados.

Após a leitura dos títulos, e excluindo os que não tinham aderência com o tema, foi selecionado um artigo.

Com o descritor “escolha profissional” e utilizando os filtros “qualquer campo” e “artigos” foram encontrados 2082 resultados. Adicionando-se o filtro dos últimos cinco anos (2020 a 2025), chegou-se a 949 resultados. Após serem selecionados os filtros “acesso aberto”, “revisado por pares”, “produção nacional” e “idioma português”, chegou-se a 31 resultados. Após a leitura dos títulos, e excluindo os que não tinham aderência com o tema, foi selecionado um artigo.

Com o descritor “história de vida” e utilizando os filtros “qualquer campo” e “artigos” foram encontrados 25.328 resultados. Adicionando-se o filtro dos últimos cinco anos (2020 a 2025), chegou-se a 8.813 resultados. Após serem selecionados os filtros “acesso aberto”, “revisado por pares”, “produção nacional” e “idioma português”, chegou-se a 1.747 resultados. Ao alterar o campo para “título”, apareceram 100 resultados. Ao se adicionar a palavra “profissional”, chegou-se a 54 resultados. Após a leitura dos títulos, e excluindo os que não tinham aderência com o tema, foi selecionado um artigo.

Utilizando-se o descritor “escolha jornalismo” e utilizando os filtros “qualquer campo” e “artigos” foram encontrados 86 resultados. Adicionando-se o filtro dos últimos cinco anos (2020 a 2025), chegou-se a 53 resultados. Após serem selecionados os filtros “acesso aberto”, “revisado por pares”, “produção nacional” e “idioma português”, chegou-se a 6 resultados. Após a leitura dos títulos, e excluindo os que não tinham aderência com o tema, foi selecionado um artigo.

Os textos serão analisados em uma segunda etapa da pesquisa, a fim de discutirlos considerando a temática investigada.

Método

Trata-se um estudo, de natureza qualitativa, cujo objetivo está em investigar os motivos pelos quais estudantes da área de Comunicação Social têm buscado os cursos de Jornalismo; Publicidade e Propaganda; Radio, TV e Internet; Rádio e TV; e Marketing. Espera-se que participem da primeira etapa do estudo (aplicação de questionário online) 50 estudantes de cursos da área da Comunicação Social e da segunda etapa do estudo (aplicação de entrevista semiestruturada individual), 10 estudantes. Espera-se elaborar um protótipo de e-book, direcionado aos coordenadores de cursos da área de Comunicação Social, sobre o perfil dos estudantes e suas aspirações, a fim de subsidiar a análise dos currículos dos cursos e da forma de abordagem dessa população.

Resultados Esperados

Como resultados, espera-se compreender os motivos pelos quais estudantes da área de Comunicação Social têm buscado os cursos de Jornalismo; Publicidade e Propaganda; Radio, TV e Internet; Rádio e TV; e Marketing.

Espera-se, também, identificar o perfil dos estudantes que buscam os cursos da área de Comunicação Social, compreendendo sua trajetória acadêmica, pessoal e profissional, além de investigar quais os sonhos e aspirações desses estudantes em relação à trajetória futura: pessoal, acadêmica e profissional.

Espera-se, ainda, divulgar os resultados parciais e finais deste estudo em seminários, congressos, simpósios e artigos, em periódicos nacionais e internacionais, a fim de disseminar a discussão sobre este tema.

Considerações finais

A presente pesquisa busca compreender se os estudantes, matriculados em cursos de graduação da área da Comunicação Social, encontram possibilidades formativas alinhadas às suas trajetórias e expectativas de exercício profissional.

Espera-se, além disso, que este estudo reverbere na discussão sobre temáticas relacionadas às redes sociais, ao processo de comunicação e de disseminação das informações e do conhecimento.

Referências

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Porto Alegre: Artmed, 2010.

MACENA, F. N.; PAIVA, Élica L. O método (auto)biográfico como dispositivo de formação na iniciação científica. *Revista Brasileira de Pesquisa (Auto)biográfica*, [S. l.], v. 5, n. 14, p. 815–828, 2020. DOI: 10.31892/rbpab2525-426X.2020.v5.n14.p815-828. Disponível em: <https://www.revistas.uneb.br/index.php/rbpab/article/view/7876>. Acesso em: 18 maio. 2025.

Mallmann, A. D., Sidoruk, F., & Hamann, C. (2024). Formação em jornalismo: implicações educativas e reverberações psicossociais. *Comunicação & Educação*, 29(2), 139-154. <https://doi.org/10.11606/issn.2316-9125.v29i2p139-154>

MILANI, Driely Cristina; *et al.* IMPLICAÇÕES DOS UNIVERSITÁRIOS NA ESCOLHA PROFISSIONAL: O PAPEL DAS INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR. *AKRÓPOLIS - Revista de Ciências Humanas da UNIPAR*, [S. l.], v. 30, n. 2, 2022. DOI: 10.25110/akropolis.v30i2.6808. Disponível em: <https://unipar.openjournalsolutions.com.br/index.php/akropolis/article/view/6808>. Acesso em: 18 maio. 2025.

NÓVOA, A. **Escolas e professores: proteger, transformar, valorizar**. Col. Yara Alvim. Salvador: SEC/IAT, 2022.

SOUZA, M.A.; BUSSOLOTTI, J. M. Análises de entrevistas em pesquisas qualitativas com o software IRAMUTEQ. *Revista Ciências Humanas*, Taubaté, v. 14, e25, 2021. Disponível em: <https://www.rchunitau.com.br>. Acesso em: 04 jul. 2025.

ZABALZA, M. A. **O ensino Universitário- seu cenário e seus protagonistas**. Porto Alegre, ArtMed, 2004.