

Pesquisa de Percepção de Imagem sobre o Professor da UnB

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	3
Etapa 1 - Pesquisa de Percepção de Imagem sobre o Professor da UnB:	
Resultados referentes à pesquisa com os alunos	5
1.1 MÉTODO	6
1.2 RESULTADOS	9
1.3 CONCLUSÃO	20
Etapa 2 - Pesquisa de Percepção de Imagem do Professor Universitário:	
Resultados referentes à pesquisa com a comunidade	23
2.1.1 Pesquisa com pais de alunos	24
2.2 Pesquisa com a mídia	28
Etapa 3 - Pesquisa de Percepção de Imagem do Professor Universitário:	
resultados da etapa do governo	36
3.1 MÉTODO	37
3.2 RESULTADOS	38
3.3 CONCLUSÃO	42
Etapa 4 - Pesquisa de Percepção de Imagem do Professor Universitário:	
resultados da etapa dos professores	44
4.1 MÉTODO	45
4.2 RESULTADOS	46
4.3 CONCLUSÃO	56
CONCLUSÃO FINAL	58
REFERÊNCIAS	60
ANEXOS	61
Anexo 1	61
Anexo 2	64
Anexo 3	65
Anexo 4	66
Anexo 5	67

INTRODUÇÃO

A Agência Júnior de Publicidade Doisnove Publicidade está desenvolvendo uma campanha publicitária para a valorização do professor universitário que pretende mudar a imagem dos professores da Universidade de Brasília perante os alunos, a comunidade e o governo. Diante disso, a Praxis Consultoria Júnior em Recursos Humanos realizou a presente pesquisa com o objetivo de fornecer dados referentes ao público-alvo que subsidiem tal campanha.

Para pensar em modificar a imagem e valorizar o professor é preciso saber qual a percepção, tanto dos próprios professores quanto do público-alvo de interesse, sobre a imagem do professor e sobre como e por quem ele pode ser valorizado. Isso pode proporcionar que a campanha publicitária a ser desenvolvida posteriormente seja mais efetiva, uma vez que as informações coletadas sobre esse público fornecerão insumos para uma abordagem mais adequada.

Ao se falar em percepção remete-se aqui às representações sociais que, segundo Moscovici (1978, conforme citado por Grandin, 2008), por serem socialmente elaboradas e compartilhadas, auxiliam no processo de construção de uma realidade comum, possibilitando a comunicação.

É trabalhado ainda o conceito de imagem. De acordo com Reis (1991, conforme citado por Piñol, 2004) uma imagem é formada ou criada quando se adiciona informação, ou a percepção de algo externo a si mesmo, aos conhecimentos, crenças, sentimentos e sensações de um indivíduo. Dessa forma, a imagem seria a realidade assim como é compreendida pelos indivíduos.

A imagem que uma pessoa ou uma coletividade tem de professores universitários, por exemplo, forma-se pelo acúmulo de impressões, crenças e idéias, as mais variadas possíveis, ou seja, uma percepção geral a cerca dos professores.

A importância de verificação de imagem junto aos diferentes grupos da instituição faz-se necessária para que a imagem seja adequadamente administrada. Os professores universitários relacionam-se com diferentes públicos, que certamente possuem uma imagem diferente deles, daí a importância de definir os públicos de interesse para o estudo da imagem.

Esse relatório se constitui de quatro seções, cada uma das quais descreve o método utilizado, os resultados encontrados e as conclusões geradas em cada um dos

estudos realizados. Cada estudo abordou um dos públicos solicitados pela Agência Júnior de Publicidade Doisnovemeia Publicidade: professores, alunos, comunidade e governo. Essas parcelas da sociedade foram estudadas particularmente considerando-se suas características distintivas, relevância dos dados para uma campanha de marketing e os prazos previamente definidos para ocorrência da pesquisa.

Etapa I - Pesquisa de Percepção de Imagem sobre o Professor da UnB: Resultados referentes à pesquisa com os alunos



Empresa jr. de psicologia

O objetivo dessa etapa da “Pesquisa de Percepção de Imagem sobre o Professor Universitário” foi verificar qual a percepção do aluno a cerca do professor da Universidade de Brasília. O relatório a seguir é composto por uma descrição do desenho de pesquisa, ou método utilizado, e dos resultados alcançados em conjunto com a discussão das possíveis implicações desses.

I.1 MÉTODO

Participantes

Participaram desta etapa cento e dezessete (N=117) estudantes de graduação da UnB, 62 (53%) sexo masculino e 55 (47%) do sexo feminino, com idade entre 17 e 27 anos, sendo que a média das idades foi de 20,62 anos, a mediana de 20 anos e desvio padrão (DP) de 1,991 anos. Esses estudantes freqüentam 24 diferentes cursos no *campus* Darci Ribeiro e estão entre o primeiro e o décimo segundo semestre, com média de 4,20 semestres e DP de 2,8 semestres.

Os participantes residem em vinte e uma cidades do Distrito Federal e dois municípios do estado de Goiás. Sua faixa salarial está em média entre cinco e sete salários mínimos. Contudo a moda desta categoria – ou seja, aquela categoria que mais foi escolhida – foi de faixa salarial acima de quinze salários mínimos. Os dados de freqüência quanto a essas informações, idade, semestre em curso e renda, são apresentados nas tabelas 1, 2, e 3, respectivamente, e são utilizados nas análises de correlações e dependência, apresentadas ao longo dos resultados.

Tabela 1. Idade do participante

Idade	Frequência	Porcentagem
17	1	0,9
18	15	12,8
19	20	17,1
20	26	22,2
21	23	19,7
22	14	12,0
23	8	6,8
24	5	4,3
25	2	1,7
26	1	0,9
27	2	1,7
Total	117	100,0

Tabela 2 . Semestre em curso do participante

Semestre	Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida
1	20	17,1	17,2
2	15	12,8	12,9
3	21	17,9	18,1
4	21	17,9	18,1
5	10	8,5	8,6
6	5	4,3	4,3
7	5	4,3	4,3
8	8	6,8	6,9
9	2	1,7	1,7
10	7	6,0	6,0
11	1	0,9	0,9
12	1	0,9	0,9
Total	116	99,1	100,0
Missing	1	0,9	
Total	117	100,0	

Tabela 3 . Renda da família do Participante

Quantidade de salários mínimos	Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida
1 a 3	7	6,0	6,3
3 a 5	11	9,4	9,9
5 a 7	15	12,8	13,5
7 a 9	10	8,5	9,0
9 a 11	13	11,1	11,7
11 a 15	14	12,0	12,6
Acima de 15	41	35,0	36,9
Total	111	94,9	100,0
Não-resposta	6	5,1	
Total	117	100,0	

Em sua maioria, os alunos participam ou já participaram de atividades que os permitem ter contato com professores em contextos extra classe, 70% deles já se inscreveu em disciplina de monitoria ou participou de estágio supervisionado, de projeto de extensão ou de pesquisa com algum professor. A Figura 1 apresenta a freqüência de alunos que participam de cada uma dessas atividades especificamente.

Freqüência de alunos que participam de atividades extra classe

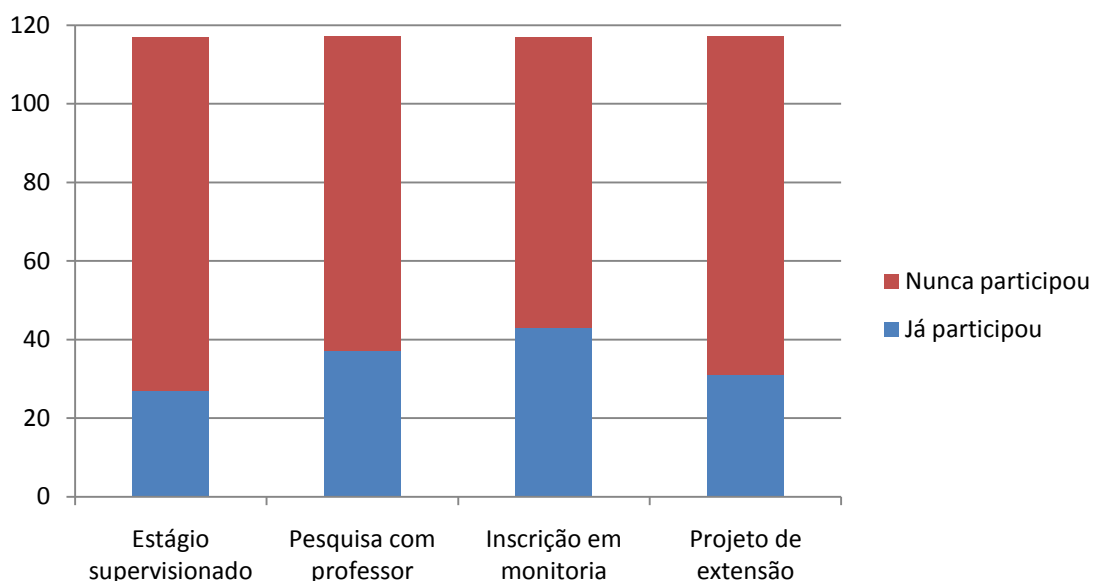


Figura 1. Freqüência de alunos que participam de atividades extra classe

Instrumento

O instrumento utilizado foi construído a partir da demanda de uma análise quantitativa sobre a imagem dos professores da UnB. Para a construção do instrumento foi feita uma análise de juízes sobre quais seriam os temas mais pertinentes em relação a avaliação de um professor. E foi consultado a CBO – Classificação Brasileira de Ocupações, fonte instrumental para as atribuições ‘oficiais’ de um professor de ensino superior.

O instrumento foi composto de 39 itens distribuídos em três folhas (ver Anexo I). Os três primeiros itens do instrumento são itens de natureza associativa. Foi pedido aos participantes que associassem livremente três adjetivos em relação aos professores da UnB. Quatro itens da escala se dirigiam, a saber, se por acaso o aluno já havia participado de alguma atividade extra com um professor, a fim de descrever

melhor a população em estudo. Os outros itens faziam parte de duas escalas tipo Likert de 1 a 5, que continham os mesmos itens: ter muitos títulos acadêmicos, ter muito conhecimento, ser especialista de uma área, ser amigável com o aluno, relacionar-se bem com os outros professores, saber lidar com pessoas, ministrar boas aulas, ser bom orientador e saber avaliar o desempenho do aluno nas disciplinas.

A primeira era uma escala de importância e versava sobre como seria um bom professor. A segunda era uma escala de frequência sobre o professor real da UnB, ou seja, o que os alunos observam dele quanto aos nove itens. Havia ainda no instrumento questões a respeito das mídias que os alunos acessam com mais frequência, os assuntos que lhes interessam, além de dados demográficos.

Procedimentos de coleta e análise dos dados

Após a construção do instrumento, procedeu-se à aplicação dos mesmos, ou coleta dos dados. Esta foi realizada nos dias 3, 6, 7 e 8 de julho em horário comercial, em diversos locais do *campus* Darcy Ribeiro (Instituto Central de Ciências, Biblioteca, Instituto de Artes e Restaurante Universitário).

Os entrevistadores abordaram os alunos que se encontravam nesses locais, preferencialmente os que não se deslocavam a outro lugar, e solicitaram a esses que respondessem um breve questionário a respeito do professor universitário, nenhuma informação adicional foi dada aos mesmos.

Os dados foram tabulados e foi feita uma limpeza do banco com a finalidade retirar os erros de digitação. Nenhum caso foi retirado. Os dados foram analisados no programa de análise de dados SPSS versão número 17. Foram feitas análises descritivas (cálculos de média, desvio padrão, frequência), efetuadas correlações de Pearson e análises de dependência (ANOVA e U de Mann Whitney), para atender aos objetivos do estudo.

1.2 RESULTADOS

Os resultados são expostos de acordo com os itens a que os alunos responderam. Inicialmente são apresentadas as análises descritivas correspondentes aos itens do instrumento. Acompanhando esses dados seguem análises de cruzamentos

dos mesmos, informações referentes a correlações e análises de dependência, quanto aos itens entre si e quanto a esses e características da amostra de participantes

Como é visto o professor da UnB

Quanto ao item de associação de adjetivos, os alunos elencaram uma diversidade enorme desses. Contudo, alguns se destacam em relação à maioria. A Figura 2 apresenta os resultados que assumiram frequência acima de 3, ou seja, adjetivos que três ou mais alunos diferentes tenham citado. Adjetivos associados aos professores

Adjetivos associados aos professores

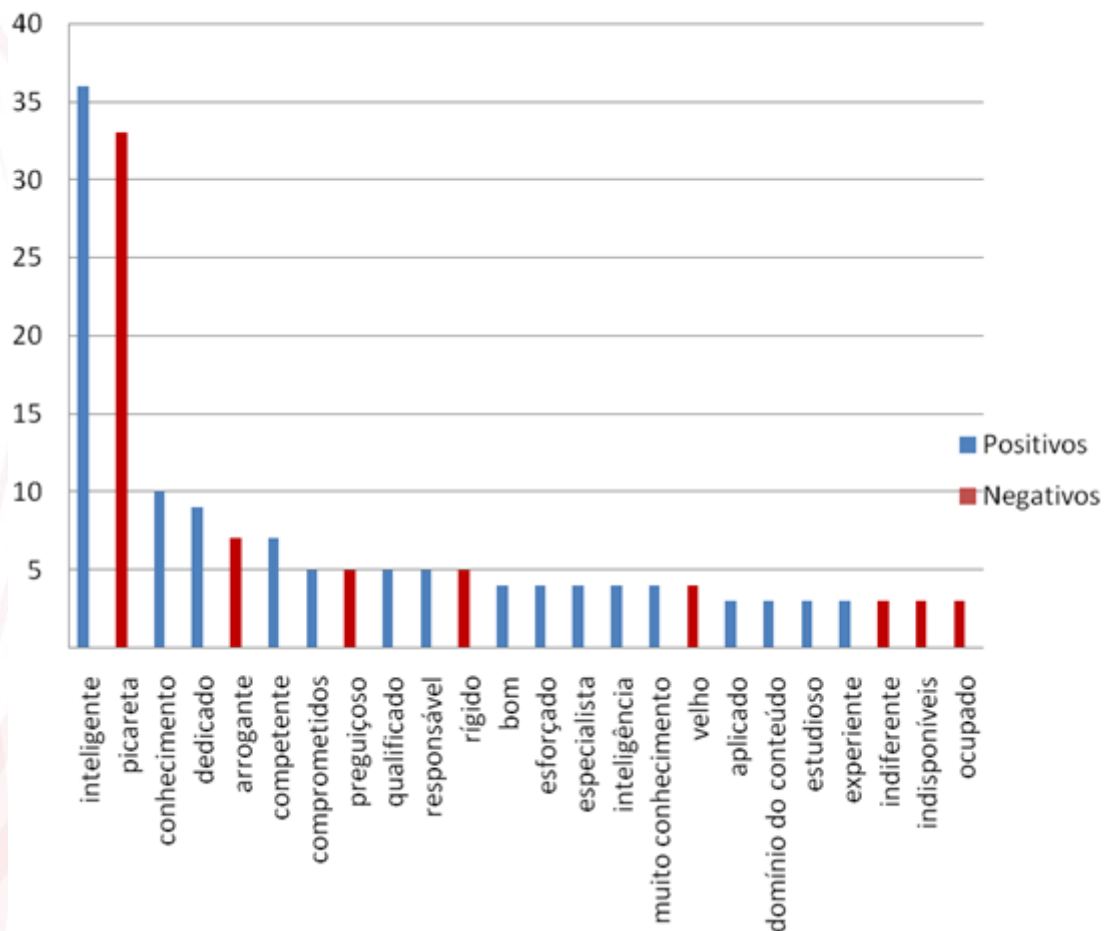


Figura 2. Adjetivos associados aos professores

Quanto a essa frequência de adjetivos, apresentada na Figura 2, é possível observar que são citados pelos alunos adjetivos de conotação negativa e positiva, sendo estes últimos os mais frequentes. Essa polarização fica mais clara no que diz

respeito aos adjetivos mais associados ao professor: “inteligente” e “picareta”, com frequências equivalentes a 36 e 33 citações e conotação positiva e negativa, respectivamente.

Considerando que cada aluno podia citar até três adjetivos, a Figura 3 apresenta a porcentagem de alunos que associaram 0, 1, 2 ou 3 adjetivos positivos ao professor da UnB. 54,7% dos alunos associaram 2 ou mais adjetivos positivos aos professores, enquanto apenas 10,3% deles não relataram esse tipo de adjetivo. Nesse caso, cabe ressaltar que, caso o aluno tenha relatado 0, 1 ou 2 adjetivos positivos, isso não significa necessariamente que ele relatou mais 3, 2 ou 1 adjetivos negativos, respectivamente, pois nem todos relataram os três adjetivos solicitados.

Essa frequência de adjetivos positivos citados, denominada como *imagem do professor*, foi utilizada como variável dependente para análises que serão apresentadas na seção “Imagem do professor e fatores de avaliação”.

Total de adjetivos associados aos professores da UnB

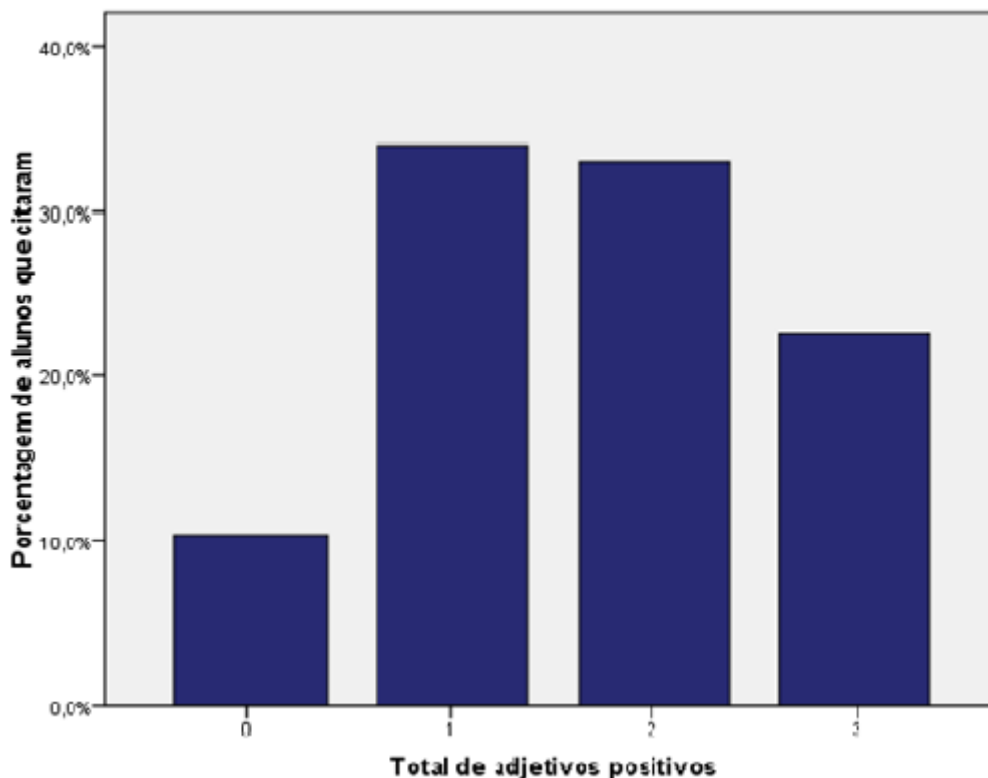


Figura 3. Total de adjetivos positivos associados aos professores da UnB

Ao se relacionar o relato de adjetivos com as características dos participantes, a ANOVA demonstrou uma relação entre sua renda familiar e a quantidade de adjetivos positivos por eles relatados ($F= 3,9$ $p< 0,05$), isso significa que **quanto**

maior essa renda familiar, menos os alunos associam palavras positivas ao professor da UnB.

O professor ideal

Quanto ao que seria um bom professor, o item “ministrar boas aulas”, foi o item considerado mais importante, obteve média 4,79 com desvio padrão 0,62. Em seguida aparecem os itens “Saber lidar com pessoas”, “Ter muito conhecimento”, “Ser bom orientador” e “Saber avaliar o desempenho do aluno nas disciplinas”, com médias e desvios padrão muito próximos. “Ser especialista de uma área” (média 3,61 e desvio padrão 1,06) seguido por “Ter muitos títulos acadêmicos” (média 3,12 e desvio padrão 1,14) foram considerados os itens menos importantes para um professor ser considerado bom pelos alunos. Esses dados são apresentados na Tabela 4, bem como as médias relacionadas aos outros itens.

Tabela 4. Quais características melhor descrevem um bom professor?

Item	Mínimo	Máximo	Média	Desvio Padrão
Ministrar boas aulas	2	5	4,79	0,627
Saber lidar com pessoas	1	5	4,53	0,716
Ter muito conhecimento	2	5	4,52	0,726
Ser bom orientador	2	5	4,50	0,727
Saber avaliar o desempenho do aluno nas disciplinas	1	5	4,50	0,773
Ser amigável com o aluno	1	5	4,09	0,934
Relacionar-se bem com os outros professores	1	5	4,00	0,955
Ser especialista de uma área	1	5	3,61	1,069
Ter muitos títulos acadêmicos	1	5	3,12	1,142

Nessa questão os alunos tenderam a idealizar o professor. Considerando todos os itens, a média de importância foi igual a 4,19, com desvio padrão 0,44. Esse é um resultado esperado, já que a questão explora realmente o que seria um professor ideal.

No entanto, foram encontradas correlações negativas significativas entre a idade e o semestre em que o aluno se encontra e o grau de importância que ele atribui aos itens. Ou seja, **quanto mais velho é o aluno ($r = -0,21$; $p < 0,05$) e quanto mais tempo ele tem de universidade ($r = -0,24$; $p < 0,05$), menos ele tende a idealizar os 9 itens do bom professor**. Como se poderia esperar nesse caso, idade e semestre dos alunos estão fortemente correlacionados positivamente ($r = 0,61$; $p < 0,01$).

O professor real da UnB

Na opinião dos alunos, as características mais frequentemente encontradas no professor da UnB correspondem aos itens: “possuir muito conhecimento” (média 4,15 e desvio padrão 0,72), “possuir muitos títulos acadêmicos” (média 4,18 e desvio padrão 0,79) e “ser especialista” (média 4,05 e desvio padrão 0,84), sendo que esses dois últimos foram aqueles considerados como menos importantes para um professor ser considerado bom. Por outro lado, o item considerado como mais importante pelos estudantes, obteve a segunda menor média (3,06) em termos de uma característica encontrada no professor da UnB. A Tabela 5 apresenta esses resultados, bem como as médias referentes aos outros itens da escala.

Tabela 5. Com que frequência os professores da UnB apresentam essas características?

Item	Mínimo	Máximo	Média	Desvio padrão
Possuir muitos títulos acadêmicos	2	5	4,18	,798
Possuir muito conhecimento	2	5	4,15	,727
Ser especialista	1	5	4,05	,849
Ser bom orientador	1	5	3,12	,956
Relacionar-se bem com os outros professores	1	5	3,11	,879
Ser amigável	1	5	3,09	,871
Saber lidar com pessoas	1	5	3,08	,782
Ministrar boas aulas	1	5	3,06	,959
Saber avaliar o desempenho do aluno nas disciplinas.	1	5	2,98	,938

Foi encontrada correlação negativa significativa entre essa avaliação do professor real da UnB e a renda familiar do aluno ($r = -0,19$, $p < 0,05$), isto é, **quanto**



Empresa jr. de psicologia

maior a renda familiar do aluno, pior é sua avaliação dos nove itens do professor real da UnB.

O teste U de Mann Whitney revelou existir diferença significativa entre os alunos que já participaram ou não de estágio supervisionado na resposta aos itens “relacionar-se bem com outros professores” ($p= 0,012$) e “ministrar boas aulas” ($p= 0,017$). Isso implica na seguinte afirmação: **o professor da UnB é melhor avaliado quanto ao item “ministrar boas aulas” e pior avaliado quanto ao item “relacionar-se bem com outros professores” pelos alunos que já participaram de estágio supervisionado, em comparação com os alunos que não participaram de estágio.**

A média de frequência, considerando todos os nove itens (média = 3,41 e desvio padrão = 0,49), assume valor inferior à média de importância definida pelos alunos para um bom professor (4,19).

A diferença entre o professor ideal e o professor real

A Tabela 6 apresenta as médias das diferenças entre cada um dos nove itens do professor da UnB e do professor ideal. Com a diferença calculada nessa ordem, tem-se que as diferenças positivas significam que o professor real é melhor avaliado que o professor ideal, enquanto as diferenças negativas significam que o professor real é pior avaliado diante do ideal.

Tabela 6. Diferença entre o professor real e ideal

Item	N	Mínimo	Máximo	Média	Desvio padrão
Diferença - ter muitos títulos acadêmicos	101	-3,00	4,00	1,0495	1,38113
Diferença - ser especialista de uma área	114	-2,00	4,00	0,4561	1,27703
Diferença - ter muito conhecimento	117	-3,00	3,00	-0,3675	1,00514
Diferença - relacionar-se bem com outros professores	115	-4,00	3,00	-0,8870	1,27572
Diferença - ser amigável com o aluno	117	-4,00	2,00	-0,9915	1,12569
Diferença - ser bom orientador	112	-4,00	1,00	-1,3750	1,12406
Diferença - saber lidar com pessoas	115	-4,00	2,00	-1,4435	1,08572
Diferença - saber avaliar o desempenho do aluno nas disciplinas	117	-4,00	4,00	-1,5128	1,32363
Diferença - ministrar boas aulas	117	-4,00	3,00	-1,7265	1,27051

Como evidencia a Tabela 6, os únicos itens em que o professor da UnB é melhor avaliado são “ter muito títulos acadêmicos” (média 1,04; desvio padrão 1,38) e “ser especialista de uma área” (média 0,45; desvio padrão 1,27). Entre os itens em que o professor da UnB é pior avaliado que o professor ideal, “ter muito conhecimento” é o item cuja média real mais se aproxima desse ideal. Esses três itens, que dizem respeito às competências mais técnicas, associadas ao professor, se agrupam num único fator, denominado *conhecimento*.

Um segundo fator, denominado *relacionamento*, surge congregando os itens “relacionar-se bem com outros professores” (média -0,88; desvio padrão 1,27), “ser amigável com o aluno” (média -0,99; desvio padrão 1,12) e “saber lidar com pessoas” (média -1,44; desvio padrão 1,08).

Por fim, os itens “ser bom orientador” (média -1,37; desvio padrão 1,12), “saber avaliar o desempenho do aluno nas disciplinas” (média -1,51; desvio padrão

1,32) e “ministrar boas aulas” (média -1,72; desvio padrão 1,27) estão juntos num terceiro fator, denominado *didática e avaliação*.

A imagem do professor e os itens de avaliação

Ao se comparar os dados referentes à imagem do professor, a frequência dos adjetivos positivos associados pelos alunos, e os escores atribuídos ao professor da UnB, a ANOVA mostrou relação significativa entre a média dos itens de avaliação do professor real da UnB e as palavras positivas mais citadas pelos alunos ($F= 12,3$, $p< 0,05$). Ou seja, **quanto mais os alunos avaliam bem os professores da UnB, mais eles associam adjetivos positivos a eles**. A Figura 4 apresenta a relação entre os dois fatores, média dos itens do professor real da UnB e quantidade total de adjetivos positivos relatados por aluno.

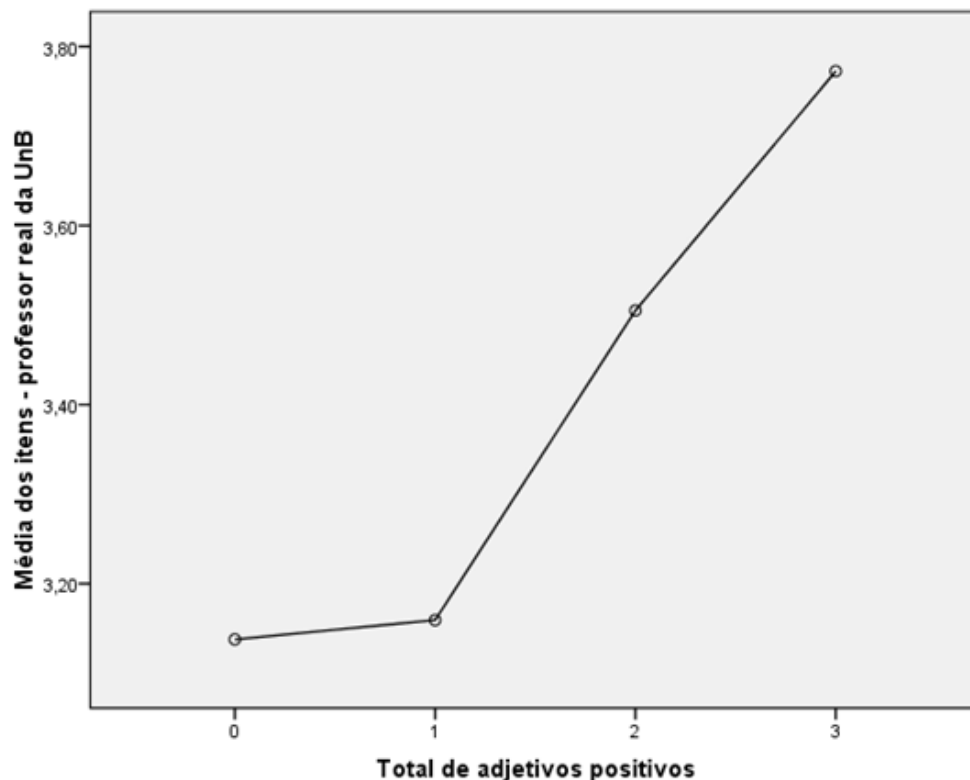


Figura 4. Professor real da UnB X adjetivos positivos

Considerando a avaliação do professor real da UnB, foi realizada uma ANOVA a fim de verificar a influência dos itens específicos na imagem do professor. Essa quantidade de adjetivos variou significativamente diante dos itens “possuir muito conhecimento”, “ser amigável com o aluno”, “saber lidar com pessoas”, “ministrar boas aulas”, “ser bom orientador” e “saber avaliar o desempenho do aluno nas

disciplinas”. A Tabela 7 apresenta as relações que foram significativas ($p < 0,05$) quanto a influência desses itens na mudança de frequência de adjetivos positivos. Isso quer dizer quanto melhor se avalia esses itens específicos, a imagem do professor é modificada no sentido apresentado.

Tabela 7. Sentido da mudança da quantidade de adjetivos citados em função do item

Item	Sentido da mudança da quantidade de adjetivos		F*
	De	Para	
Possuir muito conhecimento	0	2	-0,711
	0	3	-0,962
Ser bom orientador	0	3	-1,020
Ser amigável com o aluno	1	2	-0,672
	1	3	-0,795
Saber lidar com pessoas	1	2	-0,521
	1	3	-0,936
Ministrar boas aulas	0	3	-1,071
	1	2	-0,570
	1	3	-0,987
Saber avaliar o desempenho do aluno nas disciplinas	0	3	-0,994
	1	3	-0,859
	2	3	-0,630

* Valores significativos $p < 0,05$

Os itens “possuir muito conhecimento” e “ser bom orientador” são suficientes para mudar a imagem de nenhum adjetivo positivo (negativa) para dois ou três desses. Os itens ser “amigável com o aluno” e “saber lidar com pessoas” não influenciam essa mudança de imagem de negativo para positivo, mas contribuem para a melhora dessa imagem, de um para dois ou três adjetivos positivos. Ao mesmo tempo, os itens “ministrar boas aulas” e “saber avaliar o desempenho do aluno nas disciplinas” influenciam a mudança de imagem de negativo para positivo (de zero para três adjetivos positivos) e a melhora dessa imagem (de um ou dois para dois ou três adjetivos positivos).

O acesso às mídias

A Tabela 8 evidencia as médias relativas à frequência com que os alunos acessam as diversas mídias. A mais acessada, com média mais de um ponto superior às outras e o menor desvio padrão, indicando maior concordância entre os participantes (média 4,68 e desvio padrão 0,70) são sites, em segundo lugar (média 3,30 e desvio padrão 1,39) vem a televisão e em terceiro lugar, as mídias externas (média 3,18 e desvio padrão 1,33). Em seguida, leitura de jornais, revistas, acesso a blogs e escuta a rádios, assumiram médias inferiores e muito próximas entre si.

Tabela 8. Com que frequência você aluno acessa essas mídias?

Mídias	Mínimo	Máximo	Média	Desvio padrão
Sites	1	5	4,68	,705
TV	1	5	3,30	1,391
Mídias externas (outdoor, painel, frontlight)	1	5	3,18	1,330
Jornais	1	5	2,86	1,299
Revistas	1	5	2,74	1,176
Blogs	1	5	2,61	1,444
Rádio	1	5	2,47	1,374

Com relação aos sites que os alunos frequentam, a Figura 5 apresenta a frequência com que diversos sites foram citados como mais frequentados pelos alunos. Foram consideradas as citações com frequência a partir de três, ou seja, pelos menos três alunos citaram o site em questão. O site de relacionamentos *Orkut*, foi citado por 34 alunos (29%) como aquele mais acessado, seguido, em termos de maior número de citações, pelos sites *Globo* (16%), *Google* (14%), sites de e-mails (11%), *Correio web* (7%) e o site da UnB (7%). Os outros foram citados por menos de 5% dos alunos, cada.

Sites mais frequentados pelos alunos

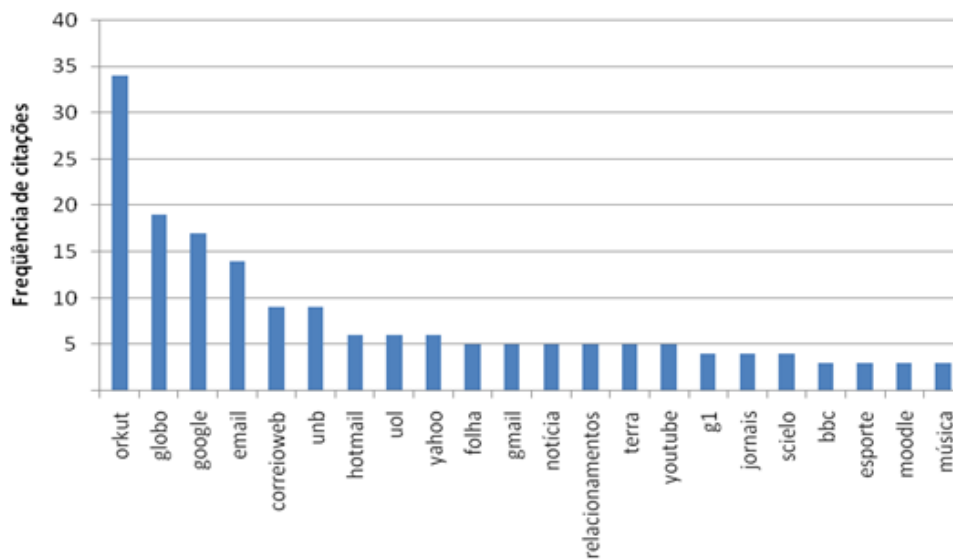


Figura 5. Sites mais frequentados pelos alunos

Em questão referente ao horário em que frequentemente se está em frente à televisão, os alunos relataram em, sua grande maioria, horários no período da noite, sendo que 18% deles informaram apenas a palavra noite. O horário mais relatado foi das 20 horas (32% dos alunos), seguido pelas 21 horas (30%), 22 horas (18%) e 23 horas (16%). Nessa questão, os alunos em geral informaram mais que um desses horários.

Algumas correlações significativas positivas e negativas foram encontradas entre o acesso a diferentes mídias e as médias atribuídas ao professor real da UnB. Isso implica nas seguintes afirmações:

- Quanto mais os alunos são leitores de **mídia impressa** (jornais e revistas), **mais** eles consideram que os professores da UnB **têm muito conhecimento** ($r = 0,23$; $p < 0,05$).
- Quanto mais os alunos são **ouvintes ou telespectadores** (rádio ou TV), **menos** eles consideram os professores da UnB **bons orientadores** ($r = -0,18$; $p < 0,05$).
- Quanto mais alunos acessam **mídia interativa** (sites ou blogs) **ou externa**, **menos** eles acreditam que os professores da UnB **sabem avaliar bem o desempenho dos alunos** ($r = -0,18$; $p < 0,05$).

1.3 CONCLUSÃO

A partir dos dados apresentados, alguns aspectos podem ser levantados a respeito da imagem do professor da UnB, bem como das características dessa amostra que podem influenciar esta sua percepção.

Em sua maioria, os alunos associam ao professor da UnB adjetivos positivos que dizem respeito à sua capacitação, status, empenho e dedicação ao trabalho na Academia. Da mesma forma, atribuem aos professores altos escores quanto a esse tipo de quesito (na escala de frequência do professor real da UnB). Por outro lado, os alunos dão maior importância a fatores que vinculam aspectos mais técnicos àqueles mais tácitos, que envolvem habilidades interpessoais e interação com o aluno, ao idealizar um bom professor.

Essa oposição pode indicar, no entanto, não o fato de que as primeiras características, muito encontradas no professor da UnB, não sejam de fato importantes, mas simplesmente que os alunos percebem um déficit nessas outras, as últimas, e a partir daí atribuem-lhes maior importância.

Não se pode ignorar, a partir de então, os fatores que claramente influenciam a percepção de professor ideal e real. Um fator interessante é o semestre que o aluno cursa e, conseqüentemente, sua idade (ou vice-versa): **alunos mais velhos e em semestres mais avançados tendem a idealizar menos o bom professor.** Pode-se deduzir que isso decorra do fato de que esses alunos já tiveram mais contato com a profissão professor, tendendo a não considerar como muito importantes simplesmente **todos** os fatores listados a respeito. Por outro lado, pode-se pensar que o próprio contato com o professor, adquirido com o tempo, contribua para um menor distanciamento entre as características ideais e aquelas que esses alunos encontram no professor da UnB.

Outro aspecto importante a ser destacado é que quanto **maior a renda familiar do aluno, menos este associa palavras positivas ao professor da UnB.** Esse fator demográfico, portanto, pode influenciar qualquer tentativa de trabalhar a imagem do professor UnB. Da mesma forma, a participação em estágio surge como fator relevante, já que **alunos que já participaram de estágio supervisionado**, comparados àqueles que não o fizeram, **tendem a avaliar melhor o professor da UnB quanto ao item “ministrar boas aulas”**, um dos itens mais



Empresa jr. de psicologia

importantes ao se pensar na possibilidade de mudança da imagem do professor, que será discutida a seguir.

A partir do fato de que **quanto mais os alunos avaliam bem os professores da UnB, mais eles tendem a atribuir-lhes uma boa imagem** (aumenta a frequência de adjetivos positivos por eles citados), outras conclusões são possíveis considerando-se os itens específicos que influenciam essa frequência de adjetivos. O professor da UnB "possuir muito conhecimento" e "ser bom orientador" são quesitos que fazem o aluno associar palavras positivas a ele, ou seja, que fazem mudar da imagem negativa para positiva. Uma vez que ele já tenha citado alguma palavra positiva, ou seja, uma vez que ele já tenha alguma imagem positiva, outros critérios entram para melhorar ainda mais a imagem do professor, nesse caso "ser amigável com o aluno" e "saber lidar com pessoas".

Os itens "ministrar boas aulas" e "saber avaliar o desempenho do aluno nas disciplinas" podem propiciar tanto uma mudança da imagem como uma melhora dessa, destacando-se o fato de que este último quesito foi capaz de elevar todas as frequências (0, 1 e 2) para a frequência máxima, ou seja, melhora mais ainda a imagem do professor.

Esses resultados geram a seguinte conclusão, essencial para se pensar em atividades que pretendam modificar a imagem do professor da UnB: **conhecimento e boa orientação são apenas critério para mudar essa imagem (de negativa para positiva), se o objetivo é melhorá-la, considerando aqueles que já assumem uma visão positiva do professor, critérios de relacionamento interpessoal ("ser amigável com o aluno" e "saber lidar com pessoas") devem ser considerados. Além disso, os aspectos "ministrar boas aulas" e "saber avaliar o desempenho do aluno" são muito interessantes já que são responsáveis não apenas pela mudança, mas também pela melhora da imagem do professor (de negativa para positiva).**

Numa busca por uma valorização da imagem desse professor, os aspectos responsáveis pela mudança e/ou melhora dessa imagem podem ser enfatizados, desde que de fato existentes, afinal o aluno tem suas percepções a partir do contato com o professor e com percepções compartilhadas por outras pessoas. Se o que lhe é transmitido, não acontece na realidade, é mais difícil que esse conteúdo contribua para



Empresa jr. de psicologia

modificar suas atitudes ou comportamentos com relação ao professor. Além disso, centrar uma campanha nesses aspectos sem que a realidade corresponda ou passe a corresponder pode gerar um efeito de "propaganda enganosa".

É importante ainda considerar os dados que sugerem que a assistência a diferentes mídias acompanha diferentes percepções dos alunos quanto aos professores. O professor é mais considerado como quem possuiu muito conhecimento, quanto mais os alunos são leitores de mídia impressa. Ele é visto tanto mais como bom orientador quanto mais os alunos são ouvintes e telespectadores. Quanto mais os alunos acessam mídias interativas ou externas, mais eles acreditam que o professor sabe avaliar bem o desempenho dos alunos. Certamente esses dados não podem ser desconsiderados ao se pensar em estratégias para trabalhar com a imagem do professor nessas diferentes mídias.

**Etapa 2 - Pesquisa de Percepção de Imagem do
Professor Universitário: Resultados referentes à
pesquisa com a comunidade.**

O objetivo desta etapa da pesquisa foi identificar como os professores universitários são percebidos pela comunidade, representada neste estudo por dois grupos, sendo o primeiro pais de alunos universitários e, o segundo, profissionais ativos nos meios de comunicação. Com esse intuito, foram realizados estudos exploratórios, buscando verificar quais aspectos os pais de alunos identificavam como mais significantes e característicos dos professores e quais aspectos os profissionais nos meios de comunicação identificavam como relevantes em relação à profissão destes educadores.

Nesta etapa, o relatório é dividido em três partes. A primeira é composta pela apresentação do método, ou seja, a forma como a pesquisa foi feita com os pais de alunos e a descrição dos resultados obtidos. Em seguida, o método da pesquisa feita com os profissionais da mídia, os resultados e discussão destes. E, por fim, as considerações finais destas pesquisas.

2.1 Pesquisa com pais de alunos

2.1.1 MÉTODO

Participantes

Foram entrevistados 5 pais de alunos universitários, sendo que os filhos de 2 destes pais estão atualmente matriculados na Universidade de Brasília (UnB) enquanto que outros 3 são graduandos em universidades privadas do DF. Todos os pais entrevistados são graduados, 3 deles em universidades privadas e 2 em universidades públicas.

Instrumento

Foi utilizado um roteiro de entrevista semi-estruturado (ver Anexo 2). As duas primeiras perguntas visavam caracterizar os entrevistados. As três perguntas seguintes buscavam identificar a percepção que os pais de alunos têm tanto das universidades públicas quanto das privadas. Já as perguntas de 6 à 9 procuravam saber como os pais entrevistados percebem os professores universitários. As duas últimas questões tratavam da valorização do professor, sendo que os participantes eram inquiridos se o



Empresa jr. de psicologia

professor era ou não valorizado e o que poderia ser feito para que essa valorização passasse a ocorrer.

Procedimentos

Os entrevistados foram selecionados por conveniência. As entrevistas foram realizadas pessoalmente, gravadas e posteriormente transcritas. A duração média das entrevistas foi de 5 minutos.

Análise de dados

A após a transcrição de todas as entrevistas, foi feita uma análise de conteúdo. A análise de conteúdo, definida como técnica para a descrição objetiva, sistemática e quantitativa do conteúdo manifesto de comunicações, tem por objetivo tornar possível sua interpretação. Esta análise envolve a elaboração de indicadores, retomando-se os objetivos iniciais diante do material obtido. Esses indicadores orientam a organização e sistematização das idéias e posterior compilação dos dados.

Ao concluir a análise de conteúdo, foram obtidas seis categorias, sendo elas: universidade pública, universidade particular, professores de universidade particular, professores da UnB, características dos professores universitários e valorização da profissão professor.

2.1.2. RESULTADOS

Universidade Pública

Todos os pais entrevistados pontuaram que as universidades públicas são melhores que as privadas, são mais renomadas, vistas como referências e estão em um nível mais elevado que as privadas.

Ao identificar pontos que colocam a universidade pública como melhor que outras, os pais citaram que ao cursar uma universidade pública o aluno ingressa no mercado de trabalho mais facilmente, não só pela boa formação, mas também pela valorização que tem um profissional formado em uma universidade pública como a UnB. Foi também possível notar nas falas dos entrevistados que a formação dos professores e o investimento na parte de laboratórios normalmente é melhor do que as outras, o que favorece uma atividade de pesquisa elevada e de excelência.



Empresa jr. de psicologia

Os entrevistados também citaram os pontos negativos da universidade pública. Foi pontuada com alta frequência a questão de carência de recursos financeiros e falta de investimento do governo, que prejudicam os alunos e professores, pois reflete na ausência de recursos materiais e humanos, o que, conseqüentemente, diminui a qualidade do ensino. Ainda sobre os pontos negativos, um dos pais citou o fato da alta carga política que está em volta da universidade pública, o que dificulta o trabalho do professor e as atividades dos alunos.

Especificamente sobre a UnB os pais foram unânimes em dizer que a UnB é um exemplo e modelo para o país, apesar de já ter sido melhor anteriormente.

Foi possível perceber que os pais têm uma imagem positiva da universidade pública, não havendo diferença entre pais que tem filhos na universidade pública e os que têm filhos na universidade particular.

Universidade Particular

Dois dos pais entrevistados que tem filhos em universidade particular, pontuaram que a universidade particular possui uma vantagem em relação a pública, pois o foco é na formação do aluno para o mercado de trabalho, enquanto que a universidade pública é voltada mais para teoria e pesquisa.

Pais de alunos que cursam universidade UnB não falaram sobre a universidade particular.

Professores de universidade particular

Os pais apresentaram nessa categoria falas que refletem a opinião de seus filhos, alunos de escola particular. Todos disseram que seus filhos estão satisfeitos com seus professores e pontuaram como qualidades o fato destes professores estarem mais envolvidos com os alunos, há mais atenção, que é entendida como uma dedicação diferenciada em relação ao professor de universidade pública. Como pontos fracos, foi citado a questão de que esses professores normalmente exercem outras atividades, tem outros empregos em contra-ponto a dedicação exclusiva do professor de universidade pública.

Professores da UnB

Os dois pais de alunos da UnB foram unânimes em citar que ouvem de seus filhos que alguns professores são bons, porém, também são constantes as críticas em



Empresa jr. de psicologia

relação à didática, ou seja, a forma de ministrar a aula e transmitir o conhecimento. Além disso, foi citado como diferencial, o fato dos professores também serem pesquisadores, pois assim podem transmitir aos alunos essas experiências e favorecer que o aluno vá além da teoria, além do que está nos livros, podendo, ainda, favorecer a atração do aluno para uma futura carreira de pesquisador.

Somente um dos pais com filho em escola particular falou sobre os professores da UnB. Disse que devido à dedicação exclusiva, esses professores podem se aprimorar mais em suas especialidades, o que os deixam com maior conhecimento.

Foi possível identificar que os pais que não têm filhos na UnB tem maior dificuldade de falar sobre os professores, o que pode ser um indício de que eles tem pouco conhecimento sobre os docentes da UnB, sendo talvez necessário pensar em estratégias que divulguem a UnB e o trabalho de seus professores para além da população que esta diretamente envolvida com essa universidade.

Características dos professores universitários

Os adjetivos citados com maior frequência para caracterizar o professor universitário foram: comprometido, dedicado e sábio. Na opinião dos pais, o professor universitário é bastante envolvido com sua profissão, trabalham visando novas descobertas para melhorar a sociedade e exercem uma profissão que necessita de bastante conhecimento.

Não houve caracterizações de imagem negativa.

Valorização da profissão professor

Todos os pais foram unânimes em relatar que a profissão não é valorizada. Citaram os fatores que representam essa desvalorização, sendo o principal deles a questão da baixa remuneração.

Os pais disseram que a educação é a base do progresso do país e o professor universitário é responsável por formar os futuros profissionais, por isso deveriam ser mais valorizados pelo governo. Essa valorização, segundo os pais, se daria principalmente pelo aspecto financeiro, mas outros fatores também foram apresentados, tais como o governo proporcionar uma melhor preparação e formação do professor, diminuir a carga horária que atualmente é vista como alta, além de dispor de maiores recursos materiais.

Para os pais, o governo é o único que pode dispor de meios para valorizar o professor universitário.

2.2 Pesquisa com a mídia

2.2.1. MÉTODO

Participantes

Foram entrevistados quatro jornalistas:

- Uma assessora de imprensa do Ministério da Previdência Social;
- Um apresentador e diretor de um programa numa emissora nacional de televisão;
- Um editor virtual do Diário Oficial da União (ex-funcionário de outros três jornais de circulação em Brasília e de uma rádio);
- Um produtor, apresentador e comentarista diário em dois programas de rádio, colunista de vários sites, revistas e jornais.

Instrumento

Foi utilizado um roteiro de entrevista semi-estruturado (ver Anexo 3). As duas primeiras perguntas visavam caracterizar a interação entre meios de comunicação e professores universitários, explorando a percepção dos entrevistados em relação à participação destes educadores na mídia. As duas perguntas seguintes abordavam a valorização do professor, sendo que os participantes eram inquiridos se essa profissão é ou não valorizada no país e o como os estes profissionais contribuem para tal. As duas próximas perguntas questionam acerca da atratividade das profissões e como isso poderia ser aplicado no caso dos professores universitários. Com relação à atuação destes profissionais como pesquisadores, as quatro últimas perguntas tratavam da divulgação e publicação de pesquisas científicas e de como os meios de comunicação e os próprios professores contribuíam para isso.

Procedimento de coleta e análise de dados

Os entrevistados foram contatados via telefone e por solicitação dos mesmos, as entrevistas foram enviadas via e-mail e as respostas encaminhadas no dia seguinte.

Os dados foram submetidos à análise de conteúdo e as falas dos entrevistados divididas em dois grandes eixos: Percepção da Mídia e Interação Professor-Mídia. A

categoria Percepção da Mídia foi subdividida em: aspectos que contribuem para a desvalorização da profissão, aspectos que contribuem para a valorização da profissão e atratividade profissional. A categoria Interação Professor-Mídia foi subdividida em: entrevistas e divulgação do trabalho / profissão (Anexo 3).

A análise de conteúdo, definida como técnica para a descrição objetiva, sistemática e quantitativa do conteúdo manifesto de comunicações, tem por objetivo tornar possível sua interpretação. Esta análise envolve a elaboração de categorias, retomando-se os objetivos iniciais diante do material obtido. Essas categorias orientaram a organização e sistematização das idéias e posterior discussão de dados.

2.2.2. RESULTADOS

A partir da análise de conteúdo, as seguintes categorias foram elaboradas:

Percepção da Mídia

Esta categoria se refere à forma como os entrevistados percebem a profissão do professor universitário, em termos de valorização e desvalorização desta e da atratividade da profissão.

a) Aspectos que contribuem para a desvalorização da profissão

Foi unânime a percepção de que a profissão de professor universitário não é valorizada em termos financeiros, ou seja, está faltando investimento para a categoria em diversos âmbitos. A baixa remuneração dos professores foi citada em todas as entrevistas, sendo assim, nota-se a importância desse quesito, na ótica da mídia, em relação à valorização da profissão (“... professores mal remunerados ficam desmotivados...”). Eles enfatizaram que a remuneração não é adequada, o que contribui para a manutenção do status de desvalorização da profissão.

Outro ponto supracitado foi a questão da falta de investimento e interesse do governo (“A desvalorização fica por conta dos governantes”). Segundo a maioria dos entrevistados o Estado não investe em treinamento e capacitação de professores de terceiro grau. Além disso, há também a carência de recursos materiais, necessários para a execução de aulas satisfatórias, pois na maioria das universidades públicas brasileiras, faltam recursos tecnológicos, a exemplo de computadores e outros



Empresa jr. de psicologia

equipamentos básicos de informática, salas de aula adequadas e laboratórios com instrumentos modernos.

Ainda sobre a questão da desvalorização, um dos entrevistados relatou que “do ponto de vista do impacto e influência nas políticas públicas” a categoria também não é valorizada. Para dois dos entrevistados, a pregação ideológica por parte dos professores e a sindicalização da defesa da classe, aspectos relacionados à política partidária, são fatores que contribuem para a desvalorização do professor universitário, pois resultam na retirada do foco principal dessa profissão, que seria informar e formar os jovens da sociedade. Além dos já citados, outros dois aspectos foram mencionados com relação ao tema, seriam estes: a desatualização dos professores em relação ao universo no qual seus alunos vivem e a dificuldades destes em promoverem sua profissão, isto é, a falta de marketing pessoal por parte dos educadores.

b) Aspectos que contribuem para a valorização da profissão

Em consonância com os dados supracitados, os entrevistados percebem um maior incentivo financeiro, isto é, um aumento da remuneração dos professores, como fator determinante para melhorar a valorização dessa classe. Esta seria a principal forma do governo dar mais segurança para que os profissionais de educação superior pudessem desempenhar suas funções. Acerca dessas questões, um dos entrevistados relatou que “Em primeiro lugar, o Estado tem a obrigação de oferecer segurança. Outro ponto é a questão remuneratória.”

Também foi citada a necessidade de melhorar a formação dos professores universitários no que diz respeito à transmissão do conhecimento. Para que esses profissionais sejam valorizados eles precisam ser capazes de mostrar como o conhecimento teórico por eles ensinado pode ser deslocado para a prática do dia a dia e, ao mesmo tempo, serem também capazes de utilizar a tecnologia para tornar suas aulas agradáveis, entretendo enquanto ensinam.

Um dos entrevistados acredita que a profissão do professor universitário é valorizada, mas somente com relação a sua importância dentro da sociedade. Foi mencionado também que somente os próprios professores poderiam contribuir para essa valorização. Dessa forma, para que eles possam ser mais valorizados, de acordo com nossa amostra, é importante que eles tenham consciência do seu papel social,



Empresa jr. de psicologia

uma vez que eles são formadores de opinião para a grande massa de jovens que entra nas universidades. Dessa forma, além de ser um agente transmissor de conhecimentos, é um referencial como pessoa, como cidadão e, portanto, tem o compromisso de passar também valores morais que certamente influenciarão no delineamento do caráter de seus alunos. Ainda segundo os participantes, o professor também deve despertar nos alunos a necessidade de novas descobertas no campo do conhecimento e da pesquisa. Como citado anteriormente, é importante, porém, que não haja um distanciamento entre o mundo acadêmico e a realidade corporativa, sendo mais uma responsabilidade do professor passar conhecimentos atuais e relevantes para seus alunos.

Ainda com relação à postura desses profissionais, um dos entrevistados acredita que os professores devem desempenhar suas atividades de bom grado e, por exemplo, dar aulas prazerosamente, buscando cumprir da melhor forma o compromisso de ensinar. Assim, seguindo essa linha de conduta, eles passariam a ser mais respeitados pela sociedade e, posteriormente, seriam reconhecidos também do ponto de vista financeiro.

Uma questão muito citada, com respeito à valorização da profissão, foi a prolixidade e a utilização de termos muito técnicos por professores universitários em entrevistas para os meios de comunicação. O que contribui para um maior distanciamento entre esses profissionais e a sociedade, já que as pessoas de fora da Academia têm dificuldade em compreender a fala dos professores. A elaboração de verbalizações mais acessíveis a comunidade, assim como a retirada de assuntos que não tenham pertinência a sua área de atuação, são medidas propostas pelos entrevistados para facilitar a comunicação dos acadêmicos com a sociedade, o que poderia influenciar positivamente na avaliação social desses profissionais.

c) Atratividade profissional

Duas falas foram apresentadas a respeito do que atrai profissionais para o cargo de professor, e por isso uma categoria sobre a atratividade em torno da profissão de professor universitário foi evidenciada. De acordo com essas verbalizações, fica claro que os entrevistados não percebem essa profissão como atraente e acreditam ser de responsabilidade do próprio professor a mudança dessa imagem.



Empresa jr. de psicologia

Para que uma profissão seja considerada atraente os entrevistados crêem que é importante que ela proporcione prazer a quem a exerce, que ajude as pessoas, que contribua para transformações sociais e na construção de uma sociedade mais justa.

Interessante notar, que no quesito sobre atratividade profissional a remuneração não foi vista como algo primordial. Um dos entrevistados reproduziu a seguinte verbalização a esse respeito: “[...] portanto qualquer profissão é atraente se você consegue mais do que simplesmente ser eficiente e ganhar o seu no final do mês”. Essa questão só ganha um caráter importante quando se levanta o questionamento sobre valorização.

Interação Professor-Mídia

a) Em entrevistas

Esta categoria se refere à percepção dos entrevistados quanto a boa realização ou não de uma entrevista para a mídia. No geral, os entrevistados acham que professores universitários costumam dar respostas satisfatórias quando entrevistados pela mídia, uma vez que o assunto em pauta seja área de atuação ou de estudo do professor. De acordo com um dos entrevistados: “Os professores universitários são, na maioria das vezes, ótimos entrevistados por dominarem muito o assunto e ficarem mais à vontade para a devida resposta”.

No entanto, acreditam que professores acadêmicos costumam falar de forma muito teórica como se estivessem diante de outro acadêmico, o que pode comprometer o resultado final de uma boa entrevista. Com relação a esse assunto um entrevistado relatou: “Cada um tem um jeito de expressar e organizar as idéias. Já vi entrevistas brilhantes e outras desastrosas. Normalmente os acadêmicos flutuam anos luz distantes da realidade prática e costumam falar como se estivessem diante de outro acadêmico”.

De maneira geral os entrevistados alegam que os professores são prolixos em suas análises, dessa forma fica de responsabilidade do jornalista traduzir a questão técnica ou científica para uma linguagem compreensível ao grande público leitor. Acerca do tema um dos entrevistados reproduziu a seguinte verbalização: “Acho que é o linguajar normalmente pouco acessível, desconsiderando que o interlocutor (jornalista) e o público (leitor) não estão tão familiarizados com o tema quanto o professor que o domina”.

b) Divulgação do trabalho/profissão

Esta categoria se refere à percepção que os entrevistados têm em relação ao interesse e divulgação da mídia de resultados de pesquisas científicas realizadas por professores universitários. Todos os entrevistados acreditam que há um grande interesse por parte da mídia em divulgar resultados de pesquisas científicas que estejam relacionadas a questões que estão em evidência no momento, e citam programas como Globo Repórter, Câmera Record, SBT Repórter como aqueles que dedicam longas e repetidas edições ao assunto. Alguns exemplos citados pelos entrevistados com assuntos que a mídia se interessa em veicular são: pesquisas com células-tronco e, mais recentemente, pesquisas relacionadas ao desenvolvimento da vacina da gripe (suína ou A).

Também foram observadas nas entrevistas diversas verbalizações ressaltando que apesar de existirem publicações sobre pesquisas científicas estas ainda são muito poucas. Um dos motivos levados para essa situação seria a preferência do jornalismo brasileiro por noticiários com conteúdo negativo, sensacionalista. Segundo um dos entrevistados: “Só quando existem perspectivas de “causar” (ocasiões em que pesquisas científicas são publicadas). Tragédias ou a cura do câncer dão audiência. Saúde e beleza também. Mas o interesse é superficial e focado no sensacionalismo”.

Ainda com relação ao que é publicado pela mídia, foi verbalizado que esta não está interessada em valorizar as pesquisas e o esforço dos professores universitários, mas apenas em difundir informações superficiais que causam impacto e que não transmitem o devido valor ao que realmente os meios de comunicação se destinam a informar. Para um entrevistado os “Meios de comunicação são superficiais, vazios e focados no escândalo. Querem mostrar o errado e não se interessam em valorizar nenhuma profissão, a não ser a de jornalista ou artista”.

2.3 CONCLUSÃO

As perguntas das entrevistas utilizadas nesses estudos tratavam de diferentes aspectos, o que nos permitiu ter uma percepção mais abrangente acerca dos professores universitários.

Nas entrevistas com os pais, destaca-se a maneira como as universidades federais são vistas, todos os entrevistados afirmaram que estas são mais renomadas,



Empresa jr. de psicologia

que estão em um nível mais alto que as universidades privadas e que proporcionam uma facilidade na inserção no mercado de trabalho. No entanto, como aspectos negativos apontaram a falta de recursos financeiros e investimentos do governo que, segundo os entrevistados, acabam comprometendo a qualidade de ensino. Evidenciaram como diferencial da universidade pública a dedicação dos professores com os alunos e o maior envolvimento destes com pesquisas, o que contribui para uma maior especialização e aprofundamento nos estudos e para despertar nos alunos motivação para se dedicar aos estudos.

Os professores das universidades públicas receberam algumas críticas durante as entrevistas. Os pais disseram que ouve muitas reclamações de seus filhos sobre a forma de ministrar e transmitir o conhecimento dos professores, pois muitas vezes os alunos consideram que seus professores têm muito conhecimento, no entanto, não conseguem passá-los de modo eficiente. Nesse mesmo sentido, os profissionais representantes da mídia criticaram a forma como os educadores davam entrevistas considerando-as prolixas e muito técnicas. Nota-se que essa dificuldade de transmitir conhecimento e de comunicar-se com outras pessoas que não sejam também especialistas, podem prejudicar a relação entre educadores e sociedade em geral. Outro aspecto criticado pelos entrevistados do grupo da mídia foi a influência negativa das pregações ideológicas e das disputas partidárias, que segundo nossos entrevistados deslocam o foco dos professores de assuntos educacionais para assuntos políticos.

Assim como as universidades públicas, os professores destas instituições foram caracterizados, pelos pais dos alunos, de forma positiva não apresentando nas entrevistas nenhum adjetivo negativo. Os adjetivos citados com maior frequência foram: comprometido, dedicado e sábio. Na opinião dos pais, o professor universitário é bastante envolvido com sua profissão, trabalham visando novas descobertas para melhorar a sociedade e exercem uma profissão que necessita de bastante conhecimento.

Apesar de ser-lhes atribuídos apenas adjetivos positivos, todos os pais foram unânimes em relatar que a profissão não é valorizada. Além disso, tantos os pais, quanto os profissionais da mídia, apresentaram como um dos fatores dessa desvalorização, a questão da baixa remuneração, considerada inadequada e desmotivadora. As pessoas representantes da mídia também atribuíram como causa



Empresa jr. de psicologia

desta desvalorização a falta de investimento e interesse do governo pela classe, representado pela falta de recursos materiais nas universidades e pela carência de treinamentos e capacitações para o aperfeiçoamento dos professores universitários. Aspectos estes significantes para a avaliação social deste profissional.

Outro aspecto que evidencia a desvalorização dos educadores universitários, esta evidenciada nas falas dos entrevistados da mídia, quando constatam que a mídia só tem interesse em divulgar e publicar materiais científicos produzidos pelos professores que sejam assuntos evidentes do momento, representando um pequeno número de publicações. Ou seja, os meios de comunicações não estão preocupados em valorizar as produções dos professores, optam, na maioria das vezes, por noticiar somente aquilo que dá audiência.

Considerando o panorama observado, os entrevistados apresentaram uma série de meios para que o professor universitário passasse a ser mais valorizado. Nota-se uma diferença nas soluções apresentadas pelos grupos. Pais de alunos acreditam que o governo é o único capaz de fornecer meios para a valorização destes educadores, eles apresentaram soluções como: melhor preparação e formação destes, diminuição da carga horária, entre outros; já os profissionais dos meios de comunicação encontram a resposta nas atitudes dos próprios professores. Os representantes da mídia disseram que a valorização diz respeito à postura do próprio professor, como, por exemplo: ter a capacidade de manter a atenção dos alunos, conduzir aulas com prazer e compreender a importância de sua função social. Além disso, ponderou-se sobre a necessidade de capacitações com relação à transmissão do conhecimento, para que os professores sejam mais eficientes e atualizados. Interessante constar que ambos citaram o aspecto financeiro, ou seja, o aumento dos salários, como uma das principais formas de valorização.

Etapa 3 - Pesquisa de Percepção de Imagem do Professor Universitário: resultados da etapa do governo

O objetivo desta etapa da pesquisa foi identificar a percepção que o governo tem dos professores universitários. Com esse intuito, foi realizado um estudo exploratório, buscando verificar quais aspectos profissionais de instituições governamentais ligadas à docência universitária identificavam como relevantes em relação à profissão dos professores universitários.

Este relatório apresenta três partes, sendo que a primeira é o método, ou seja, a forma como a pesquisa foi feita, a segunda parte é composta pelos resultados obtidos e discussão destes e, por fim, considerações finais.

3.1 MÉTODO

Participantes

Foram entrevistadas oito pessoas ligadas ao Governo:

- Consultora do governo na área de ensino público.
- Coordenador do Ministério da Educação.
- Coordenador do Ministério da Ciência e Tecnologia.
- Diretor do Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais.
- Assessor do Ministro da Ciência e Tecnologia.
- Secretário do Governo do Distrito Federal
- Dois Senadores integrantes da Comissão de Educação, Cultura e Esporte do Senado Federal.

Instrumento

Foi utilizado um roteiro de entrevista semi-estruturado (ver Anexo 4). A primeira pergunta buscava identificar quais pessoas e instituições devem valorizar os professores universitários. As três perguntas seguintes tratavam de como o professor poderia ser valorizado, ou seja, quais estratégias poderiam ser usadas para tornar essa profissão mais atraente. As duas próximas perguntas abordavam a valorização do professor, sendo que os participantes eram inquiridos se essa profissão é ou não valorizada no país e o que poderia ser feito para que essa valorização passasse a ocorrer. A última questão procurava saber como as personalidades entrevistadas percebem os professores universitários.



Empresa jr. de psicologia

Procedimento de coleta e análise de dados

Os entrevistados foram contatados via telefone. Dois deles solicitaram que suas entrevistas fossem enviadas via e-mail e as respostas encaminhadas no dia seguinte. O restante dos participantes agendou um horário para que a entrevista fosse realizada pessoalmente, sendo que estas foram gravadas com a autorização dos entrevistados.

Os dados foram submetidos à análise de conteúdo e as falas dos entrevistados divididas em seis categorias: Responsáveis pela valorização da profissão de professor universitário, Estratégias para valorização, Meios para aumentar a valorização do professor pela sociedade, Valorização da profissão de professor universitário, Aspectos que contribuem para a desvalorização e Características do professor universitário.

A análise de conteúdo, definida como técnica para a descrição objetiva, sistemática e quantitativa do conteúdo manifesto de comunicações, tem por objetivo tornar possível sua interpretação. Esta análise envolve a elaboração de categorias, retomando-se os objetivos iniciais diante do material obtido. Essas categorias orientaram a organização e sistematização das idéias e posterior discussão de dados.

3.2 RESULTADOS

A partir da análise de conteúdo, as seguintes categorias foram elaboradas:

Responsáveis pela valorização da profissão de professor universitário

Esta categoria se refere às pessoas e instituições que, na opinião de nossos entrevistados, mais deveriam valorizar a profissão de professor universitário.

Observa-se claramente que o governo é visto como principal responsável pela valorização do professor universitário, sendo citado por seis dos oito entrevistados. Segundo dois participantes o principal agente a favor dessa valorização dentro do governo deveria ser o Legislativo, por meio da criação de leis que contribuíssem para a solução de problemas encontrados pelos docentes.

A segunda instituição mais citada pelos entrevistados foi a sociedade. Metade dos participantes acredita que ela deve contribuir para valorização dos professores. Segundo um dos entrevistados: “(a profissão de professor universitário deveria ser valorizada pela) Sociedade como um todo - ela é transcendente, é transversal, ela está presente em todos os setores, quando você fala de uma profissão, certamente tem



Empresa jr. de psicologia

setores mais diretamente ligados, a de professor não, ela é transcendente, está presente em todas as instâncias da sociedade.”.

Em seguida, a pessoa mais mencionada como responsável pela valorização da profissão de professor universitário seria o próprio professor. De acordo com dois dos nossos entrevistados esses profissionais constituem importante parcela para aumentar a valorização da carreira. Por isso é necessário que os professores se autovalorizem, para que possam passar essa imagem para o restante da sociedade.

Além dessas instituições e pessoas já citadas, também foram encontradas verbalizações referentes ao presidente Lula, sendo inclusive comentado sobre a falta de ações contundentes em defesa do magistério por parte dele. Os alunos, as famílias e a indústria também foram mencionados como responsáveis pela valorização da profissão de professor universitário.

Estratégias para valorização

Foi unânime a percepção de que a principal estratégia para aumentar a valorização dos professores universitários seria a **melhoria salarial**. O aumento da remuneração dos professores foi citado em todas as entrevistas, sendo assim, nota-se a importância desse quesito, na ótica do próprio governo, em relação à valorização da profissão. Eles enfatizaram que a remuneração não é adequada, o que contribui para a manutenção do status de desvalorização da profissão.

Outro ponto mencionado por metade dos participantes foi a questão da **melhoria das condições de trabalho**. É necessário que se invista mais em infraestrutura, promovendo um ambiente que favoreça o desempenho dos professores. O apoio a inovações, projetos e programas especiais também foi apontado como um meio de melhorar as condições de trabalho dos docentes universitários.

Ainda com relação às estratégias para valorização, outros dois aspectos colocados foram o reconhecimento e principalmente o tratamento respeitoso para com os professores. Os entrevistados acreditam que para que os professores possam se sentir valorizados eles devem ser respeitados e ter seu trabalho e sua carreira reconhecidos. Um dos participantes propõe: “Atuações (por parte do governo) que reconheçam os méritos e demonstre o respeito.”.

Um aumento da autonomia universitária e a avaliação e diferenciação dos professores de acordo com seu desempenho pelo governo também foram



Empresa jr. de psicologia

considerados fatores relevantes para ampliar a valorização da profissão de professor universitário.

Meios para aumentar a valorização do professor pela sociedade

De acordo com as personalidades entrevistadas, é fundamental que os professores se mostrem produtivos para que a sociedade possa valorizá-los. A Academia é um lugar de intensa produção científica, mas esses conhecimentos muitas vezes não se mostram aplicáveis no dia-a-dia das pessoas comuns. O ideal é que a universidade se mostre útil para resolução dos problemas enfrentados pela sociedade, só assim ela será valorizada pelos cidadãos. De acordo com um dos participantes: “É fundamental que ele (o professor universitário) esteja inserido em ações que tenham impacto social, qualquer profissional se sente mais valorizado quando o conjunto da ação tem uma repercussão social maior.”.

É papel das instituições governamentais relacionadas à docência universitária fazer a ligação entre os professores do ensino superior e a sociedade. Além disso, o governo também deve atuar de forma a mostrar à sociedade a importância de aspectos culturais e reconhecer esses profissionais de maneira pública.

Por fim, também foram encontradas verbalizações referentes à necessidade de que essa valorização parta da própria Academia. Dessa forma, os professores universitários serão valorizados pela sociedade à medida que se auto-valorizarem. Somente um dos entrevistados acredita que os professores universitários já têm uma boa imagem perante a sociedade, isso devido principalmente ao reconhecimento dado as universidades públicas pela classe média do país.

Valorização da profissão de professor universitário

Seis dos entrevistados percebem a profissão de professor universitário como sendo valorizada. Citam como aspectos que confirmam isso o fato de que o título de professor, principalmente aqueles que atuam em universidades públicas e renomadas como a UnB, traz um reconhecimento social significativo que possibilita que esses profissionais sejam respeitados pela sociedade como membros de uma profissão nobre e importante, conforme citado por um dos participantes: “Professor é um título nobre, a gente sente que as pessoas reconhecem isso. Você pode estar em qualquer lugar, haverá sempre uma referencia especial pelo fato de você ser professora de uma



Empresa jr. de psicologia

universidade com qualidade, bem situada.” Outro aspecto levantado por dois deles é a questão do professor universitário ser mais valorizado do que o professor de educação básica, de forma que essa diferenciação não ocorre no nível salarial e sim no nível da valoração social, ou seja, a sociedade brasileira tende a perceber de maneira mais positiva o professor universitário, em detrimento aqueles que trabalham com a educação básica. Ainda entre os seis respondentes supracitados, três deles ressaltaram que apesar de perceberem essa valorização, ela ainda está aquém do desejado, ou seja, ainda há fatores que precisam ser melhorados para desenvolver a valorização desejada, como ocorre em outros países com uma maior tradição acadêmica.

Os outros dois entrevistados não percebem essa valorização. Um deles acrescenta ainda que a valorização é ainda menor quando se trata de Brasília, pois nessa cidade aquelas profissões relacionadas ao mundo político são as mais valorizadas e reconhecidas como importantes.

Aspectos que contribuem para desvalorização do professor universitário

Essa categoria apresenta o conteúdo da fala de três dos entrevistados que relataram alguns aspectos que influenciam a desvalorização da profissão. Foi unânime o relato de que o próprio comportamento do professor universitário pode influenciar a desvalorização. Dentre esses comportamentos foram citados: a apresentação desleixada, com linguagem não adequada; professores com baixo desempenho acadêmico que tem dificuldades em transmitir conhecimento e, por último, o fato do professor divulgar pouco a sua produção, conforme citado por um dos participantes: “Quando o povo não vê o produto de uma categoria ele não respeita aquela categoria”.

Características do professor universitário

As características mais citadas para identificar o professor universitário foram: sabedoria, competência, formação, qualificação e criatividade, que estão relacionadas mais diretamente com o conhecimento e intelectualidade que cerca o mundo acadêmico. Nesse sentido, os entrevistados entendem que o professor universitário é uma classe muito bem formada, informada, preparada e que precisam de uma boa dose de dinamismo e criatividade para exercer sua atividade.



Empresa jr. de psicologia

Outro conjunto de características citadas diz respeito mais a aspectos atitudinais do professor, sendo elas: compreensivo, atencioso, amável, dedicado, humilde e comprometido.

Por último, algumas características foram citadas, porém em baixa frequência: desencanto, herói e desvalorizado.

3.3 CONCLUSÃO

Com essa pesquisa foi possível identificar a percepção que o governo tem dos professores universitários. Foi observado que os entrevistados percebem o governo como aquele que, prioritariamente, deveria valorizar o professor. É interessante notar que pessoas ligadas ao governo o colocam como principal responsável pela valorização. Além do governo, a sociedade representa outro público que deveria valorizar o professor, afinal de contas o trabalho é voltado, ou deveria ser, para a sociedade em geral. Pelo relato dos entrevistados, o próprio professor também deveria auto-valorizar mais. O exposto aqui demonstra que utilizar estratégias que atinjam esses públicos (governo, sociedade e professores) seriam relevantes quando falamos em valorização.

Ao tratar de como o professor poderia ser valorizado, ou seja, quais estratégias poderiam ser usadas para tornar essa profissão mais atraente, foi verificado que a questão salarial representa um ponto central, em seguida está a questão das condições de trabalhos que são vistas como inadequadas. Valorizar a profissão por esses pontos depende de medidas e políticas governamentais de amplo alcance. Outros pontos citados foram o reconhecimento e o tratamento respeitoso para com os professores, que poderiam ser estratégias adotadas sem depender das políticas governamentais, podendo ser desenvolvidas por uma campanha publicitária, por exemplo.

Quando se falam em meios para aumentar a valorização do professor pela sociedade, está se falando sobre o que pode ser feito, o que precisa ser modificado para que o professor universitário seja valorizado. Nesse sentido, a pesquisa mostrou que é muito importante que o professores apresentem para a sociedade a sua produção, ou seja, é necessário que ocorra uma divulgação dos produtos realizados na Academia. Além disso, o governo poderia tratar de reconhecer publicamente a importância da profissão.



Empresa jr. de psicologia

Quanto à valorização da profissão, a grande maioria dos entrevistados relatou que percebem a profissão como sendo valorizada, no âmbito local e nacional, porém também falam que essa valorização ainda está aquém do patamar desejado.

Em relação às características do professor universitário, foi possível notar que os adjetivos utilizados estavam em sua grande maioria relacionados a uma percepção de imagem positiva do professor universitário.

Etapa 4 - Pesquisa de Percepção de Imagem do Professor Universitário: resultados da etapa dos professores

O objetivo dessa etapa da pesquisa foi a investigação de determinados aspectos sobre a valorização e desvalorização da profissão de professor universitário. O estudo teve caráter exploratório e buscou-se, nesse sentido, compreender quem mais deveria valorizar o professor e como essa valorização poderia ser feita.

O relatório a seguir é composto por uma descrição do desenho de pesquisa, ou método utilizado e dos resultados alcançados em conjunto com a discussão das possíveis implicações desses.

4.1 MÉTODO

O objetivo do presente relatório foi a investigação de determinados aspectos sobre a valorização da profissão de professor universitário. O estudo teve caráter exploratório e buscou-se, nesse sentido, compreender quem mais deveria valorizar o professor e como essa valorização poderia ser feita.

Participantes

Em um total de vinte e sete entrevistados, participaram dessa etapa da pesquisa cinco doutorandos e vinte e dois professores da UnB. O quadro abaixo mostra a distribuição de professores/doutorandos entrevistados por área do conhecimento.

Áreas	Professores	Doutorandos
Exatas	10	2
Humanas	7	1
Saúde	5	2

Quadro 1 - Descreve o número de professores por área.

A área de exatas compreende os cursos de matemática (n=2), agronomia (n=1), engenharia florestal (n=1), engenharia mecânica (n=1), biologia (n=3), física (n=3) e geologia (n=1); a de humanas contém os cursos de antropologia (n=1), sociologia (n=1), filosofia (n=2), comunicação social (n=1), ciências contábeis (n=2) e pedagogia (n=1), enquanto a de saúde engloba psicologia (n=5), farmácia (n=1) e nutrição (n=1).

Instrumento

O instrumento utilizado para a coleta de dados foi um roteiro de entrevista semi-estruturado, organizado em torno de cinco tópicos principais relacionados à valorização do professor (Ver Anexo 5). A primeira questão voltava-se para quais instituições deveriam valorizar o professor universitário em sua opinião, em seguida



Empresa jr. de psicologia

três questões sobre qual o papel da mídia, das entidades de representação de classe e dos alunos na valorização dos professores e, por fim, o que países com mais tradição acadêmica ofertam a seus professores, em termos de atividades, eventos ou honrarias, com o objetivo de valorizar o profissional.

Procedimentos de coleta e análise dos dados

Inicialmente, os professores foram contatados para o agendamento das entrevistas, alguns via e-mail explicativo, tendo seus correios eletrônicos coletados nos sítios de cada departamento, outros pessoalmente, sendo buscados nos departamentos e institutos situados no campus Darcy Ribeiro da Universidade de Brasília. Caso fosse manifestado interesse pelo professor, a entrevista era marcada em uma hora mais conveniência para o entrevistado.

Estas, com duração entre seis e vinte e três minutos, foram realizadas pessoalmente, no campus da Universidade de Brasília, em um local conveniente ao entrevistado, foram gravadas e transcritas integralmente. Em seguida procedeu-se à análise de conteúdo das mesmas.

A análise de conteúdo é definida como técnica para a descrição objetiva, sistemática e quantitativa do conteúdo manifesto de comunicações, tem por objetivo tornar possível sua interpretação. Esta análise envolve a elaboração de indicadores, retomando-se os objetivos iniciais diante do material obtido. Esses indicadores orientam a organização e sistematização das idéias e posterior compilação dos dados.

Nesse sentido, separou-se a ocorrência de determinados termos e, então, criaram-se as seguintes categorias para agrupar tais referências: entidades e pessoas que mais deveriam valorizar o professor, mídia, entidades de representação de classe, alunos e países com maior tradição acadêmica.

4.2 RESULTADOS

A partir das análises de conteúdos, os dados foram organizados conforme as categorias supracitadas.

Entidades e pessoas que mais deveriam valorizar o professor

Os dados apontam que a instituição que mais deveria valorizar a profissão de professor universitário é o governo, citado em 70,3% das entrevistas. Em seguida, com 59,25% de citação, a sociedade como um todo e em terceiro lugar, com 37,03% de

menção nas entrevistas, aparece a universidade. As entidades menos citadas foram as empresas privadas e os próprios professores, com alusão de 14,81% cada. A figura 6 mostra a freqüência dos termos chave citados.

Pessoas e instituições que deveriam valorizar o professor

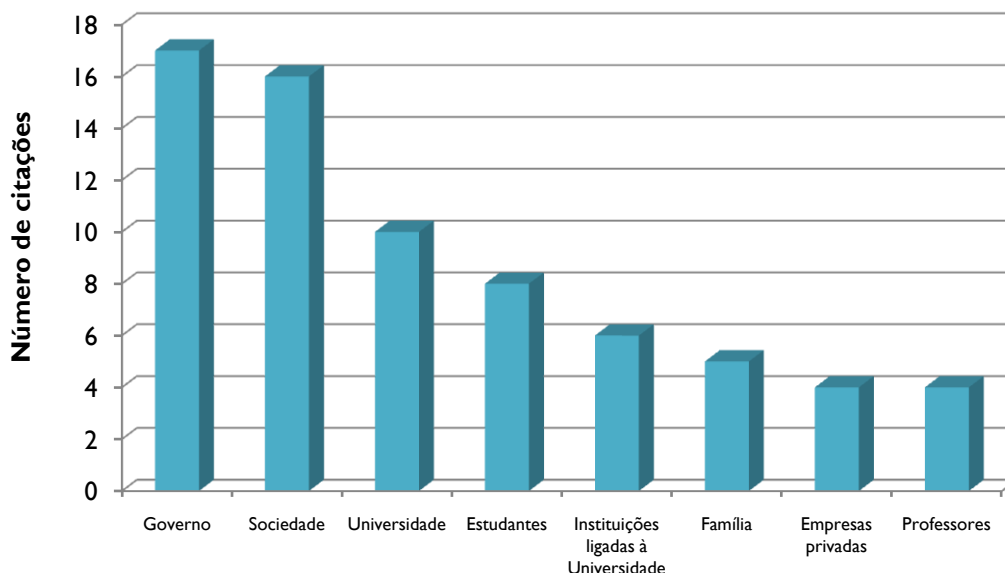


Figura 6. Pessoas e instituições que deveriam valorizar o professor

A grande maioria dos professores não se sente devidamente valorizado, especialmente por parte do Governo. Segundo eles, a Universidade é citada como um meio de geração de tecnologia que desencadeia em desenvolvimento do país como um todo – econômico, cultural, intelectual. Dessa forma, não valorizar a profissão do professor universitário seria “atitude burra”.

Quanto a sociedade os entrevistados apontam para uma falta de entendimento da população em geral sobre a importância da sua profissão como possíveis formadores de pessoas, não somente transmissores de conhecimento, como mencionado por uma professora da Agronomia: “(...) eu acho que é uma profissão extremamente relevante quando você pensa que esta formando pessoas. E a chance de que você modifique a forma como o mundo ta caminhando é grande.”

A terceira entidade mais citada, a Universidade, desampara o professor a partir do momento em que não fornece as condições mínimas necessárias para o bom desempenho desses. Porém esse discurso a respeito da Universidade remete a negligência do Governo à Educação, mencionada pelos professores em outros tópicos.

Mídia

Quando questionados como a mídia poderia ser uma aliada na valorização do professor, 70,3% dos entrevistados responderam que ela poderia divulgar mais sobre a atividade do professor na universidade, ou seja, sobre a pesquisa, extensão e a sala de aula. Alguns entrevistados acreditam que a mídia já está exercendo um bom papel (14,81%), enquanto outros crêem que, quando ela procura por fontes técnicas, ela não sabe como transcrever essa informação e que isso seria um empecilho. Os professores e doutorandos esperam, ainda, que a mídia faça uma procura por fontes técnicas (14,81%), pois isso seria uma forma de divulgação e reconhecimento do trabalho de professor. Percebe-se que a categoria “divulgar mais o trabalho do professor” se destaca das demais, com 19 citações, enquanto a segunda mais apontada teve apenas quatro citações. A figura 2 elucida com mais clareza esse resultados.

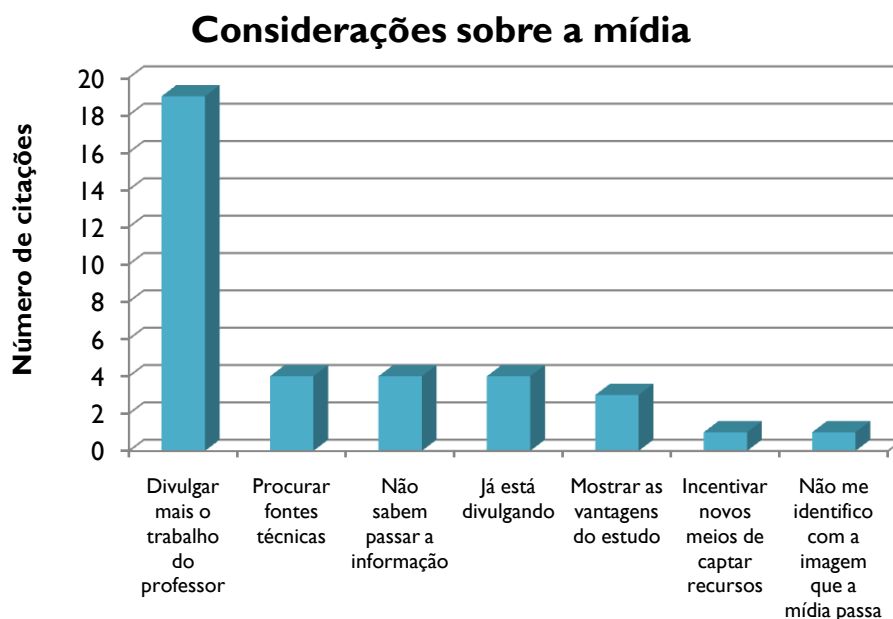


Figura 7. Considerações sobre a mídia

O que as entidades de representação deveriam fazer

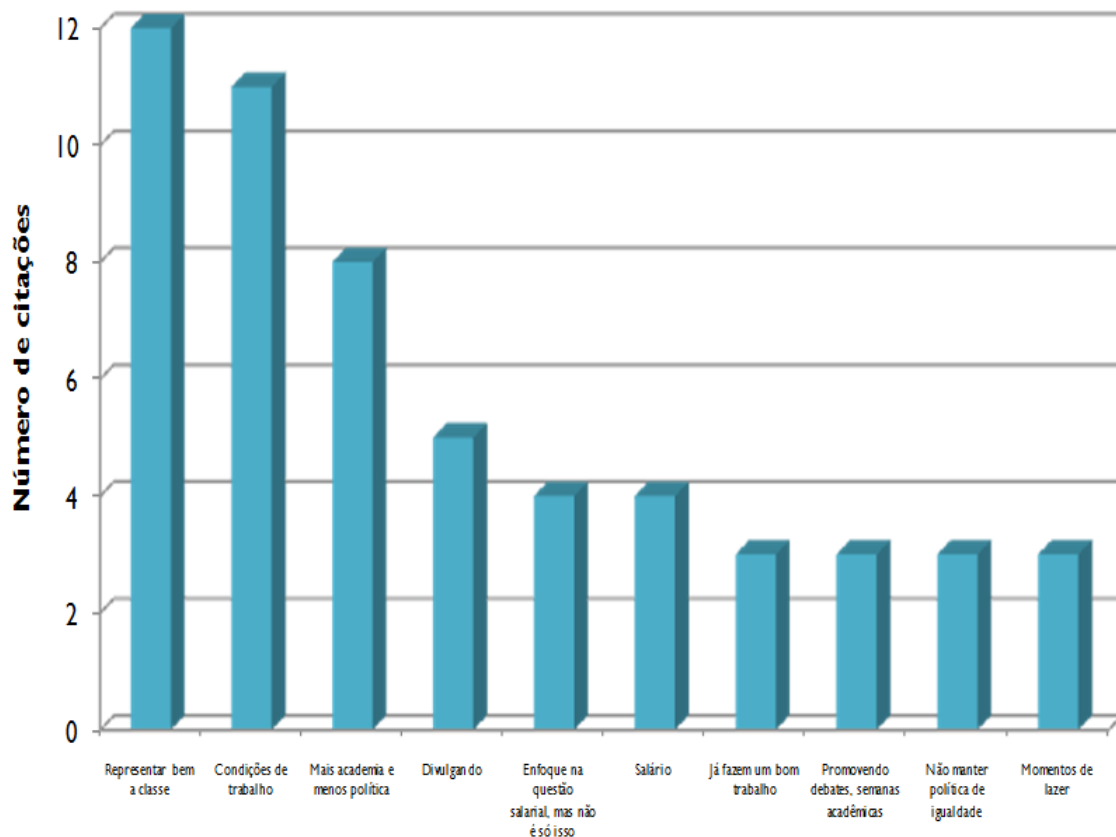


Figura 8. O que as entidades de representação deveriam fazer

Segundo os entrevistados a mídia, enquanto canal de informações, poderia ser uma aliada na reconstrução da mentalidade brasileira acerca do conceito da Educação, visto que foi apontada uma falta de entendimento acerca da própria profissão por parte da Sociedade no item anterior. Para eles não cabe à mídia a estruturação de uma nova imagem, mas a transmissão do real papel do professor, aquele que não apenas ministra aulas, mas faz pesquisa e extensão universitária.

O número de professores e doutorandos que acreditam que a mídia já faz esse trabalho de divulgação o professor é bem menor comparado com o número daqueles que acreditam que deveria haver mais divulgação. Por outro lado há aquela parcela que acredita que a informação está sendo transmitida, porém em caráter pontual ou de maneira errônea, sendo muitas vezes mal fundamentada. Isso pode denegrir a imagem não só do professor como também da Academia, sendo necessária a busca por fontes técnicas para a veiculação dessa informação.



Empresa jr. de psicologia

Entidades de Representação de Classe

a) O que deveriam fazer

Sobre o que as entidades de representação de classe deveriam fazer para valorizar o professor, formou-se 13 classes a partir da constelação de respostas dadas. Dentre elas, ganha destaque a categoria “representar bem a classe”, com citação entre 44,44% dos entrevistados. Segundo o discurso dos entrevistados, representar bem a classe seria lutar pelos interesses de toda a categoria, não apenas de uma parcela dela (“Defendendo direitos e deveres dos professores”, Professora do curso de Psicologia). Outro ponto que é possível de ser destacado diz respeito à luta por melhorias nas condições de trabalho do professor universitário. Os entrevistados afirmam (40,3%) que esse devia ser um interesse defendido pelas entidades de classe. Há ainda outra categoria relevante, com 29,6% das citações, que é defender mais interesses acadêmicos e menos políticos, desvinculando as entidades de classe de partidos políticos. A figura 8 mostra a frequência das citações.

b) Entidades e a valorização na sociedade fora da academia

A maneira como as entidades de representação de classe poderiam ajudar na valorização fora da academia seria divulgar o que se faz na universidade e os próprios professores para a sociedade não-acadêmica. Essa divulgação, segundo a fala dos entrevistados seria “esclarecendo a população de maneira geral o trabalho, sabe, mostrando como é o cotidiano de um professor, todas as atividades que ele desenvolve, além da sala de aula” (Professora do curso de Geologia). Por outro lado, 14,81% dos professores e doutorandos acreditam que essa não seja uma função das entidades de representação de classe.

Entidades de representação de classe: ação fora da academia

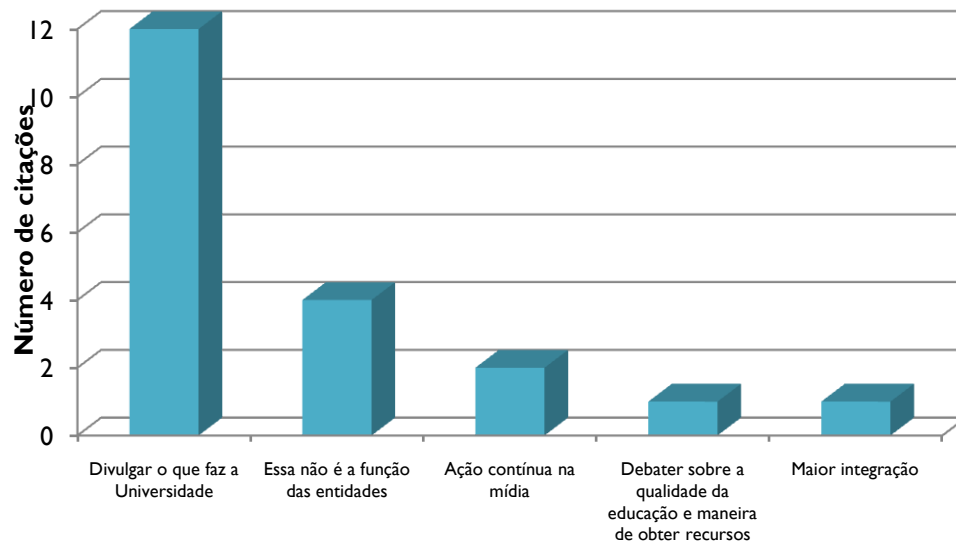


Figura 9. Entidades de representação de classe: ação fora da academia

As entidades de representação de classe figurariam como um veículo, no sentido de intercambiar informações e necessidades que representem o interesse de todos os professores, não somente de uma parcela reduzida, entre eles e o Governo. Nesse sentido, os professores afirmaram que o excesso de ideologização e politização sindical (“Eu não me sinto representado quando você tem um grupo ideologizado em demasia que dirige essas entidades”; Professor do curso de Psicologia) os afastam, causando dispersão da categoria, resultante de uma perda no foco das questões acadêmicas e da busca pelas melhorias nas condições de trabalho tão mencionadas (“(...) mas é sempre assim, você tem uma pauta de reivindicação, enorme, que passa, claro, por salário, condições de trabalho, e qualquer aceno do governo pra melhorar a questão salarial termina-se a greve e você nunca discute as condições de trabalho, em especial na UnB; Professor do curso de Matemática) tanto no que diz respeito ao distanciamento dos alunos da carreira acadêmica quanto do abismo existente entre o tipo de valorização no Brasil e nos outros países com mais tradição acadêmica.

Quando feita alusão a relação entre as entidades de representação de classe e a sua possível influência na valorização do professor na sociedade fora da academia, grande parte dos entrevistados sugeriu a divulgação de quem são os professores e o que eles realizam, para dessa forma criar uma aproximação entre comunidade e Universidade, indo além da Extensão universitária. Uma das sugestões dadas pelos professores foi a criação de um banco de dados de acesso livre à comunidade

contendo informações sobre os professores e o que eles pesquisam, abrindo caminho para o contato de todos com as pesquisas que estão sendo realizadas dentro da Universidade, que também são parte do trabalho do professor, além de sala de aula. Essa idéia seria uma possível forma de superar a distância existente entre o que se conhece do professor universitário e o que ele realmente faz, fato que é citado inúmeras vezes como uma das causas da desvalorização.

Alunos

a) Como demonstrar a valorização do professor

A categoria mais expressiva citada pelos entrevistados, quando questionados sobre como o aluno poderia valorizar o professor, foi “estudando” (40,74%), seguida pela classe “respeitando o professor” (33,33%). As categorias “assiduidade”, “atingindo a meta do professor”, “envolvimento com diferentes movimentos estudantis” e “ficando interessado” foram citadas com a mesma freqüência (14,81%). Apenas 11,11% dos entrevistados apontaram que já se sentem devidamente valorizados e que os alunos já são bons. A figura 10 mostra a freqüência das citações.

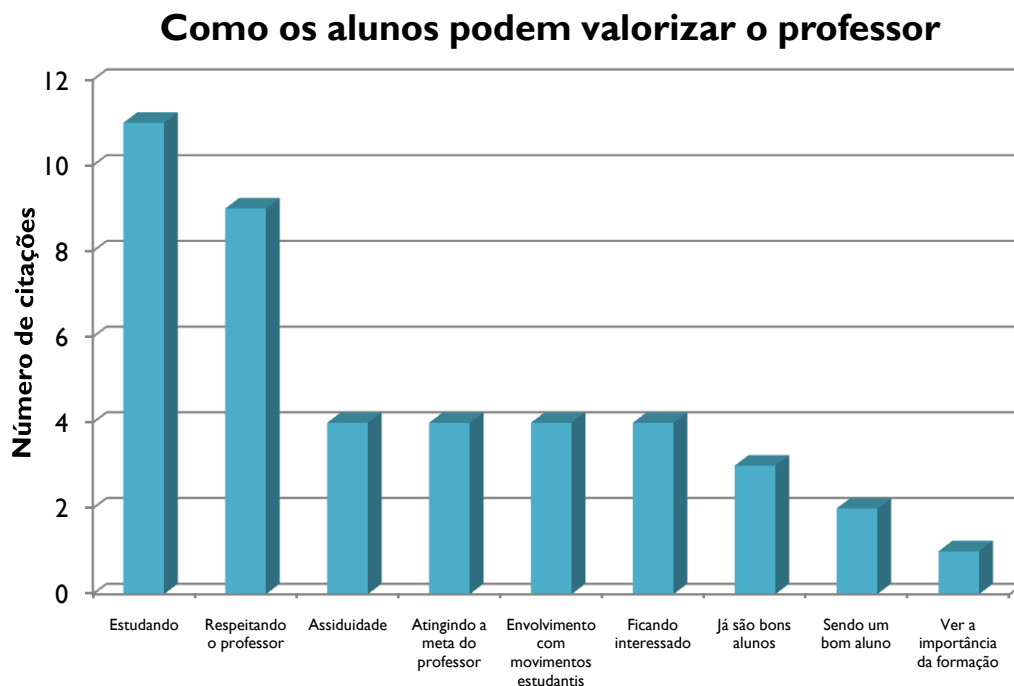


Figura 10. Como os alunos podem valorizar o professor

b) Alunos com inclinação acadêmica

Quando questionados se ocorria de alguns alunos que por ventura tivessem inclinação acadêmica acabam não seguindo essa carreira por conta da desvalorização, 59,25% dos entrevistados acreditam que isso ocorre, ou seja, que os alunos desistem de seguir carreira acadêmica. Já outros 22,22% afirmam que não, que quando a pessoa realmente quer ser professor ela se torna um (“Aqueles que gostam você consegue ver mesmo assim”, Doutorando, Comunicação Social).

Alunos com inclinação acadêmica desistem por conta da desvalorização?

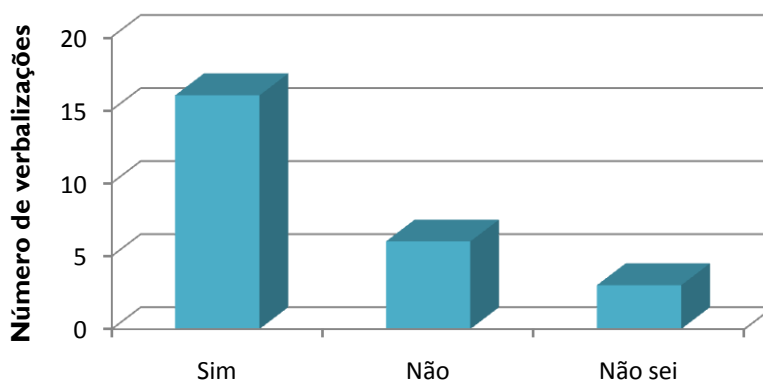


Figura 11. Alunos com inclinação acadêmica desistem por conta da desvalorização?

c) O que fazer para motivar os alunos a serem professores

Sobre como motivar os alunos para não desistirem da carreira acadêmica, os entrevistados sugeriram várias maneiras. Dentre eles, 33,33% acreditam que a desmotivação vem das dificuldades da própria profissão. A segunda categoria mais apontada foi “maior reconhecimento” (22,22%), isto é, um maior reconhecimento da profissão acarretaria uma maior motivação para que os alunos se tornassem professores. Outro ponto mencionado foi a apresentação de que a carreira de professor é uma carreira relevante para a sociedade em geral, com 18,51%. Com porcentagens iguais estão as categorias “elucidar o que o professor faz” e “ter mais contato com a profissão”, citado por 14,81%.

Como motivar os alunos a seguirem carreira acadêmica

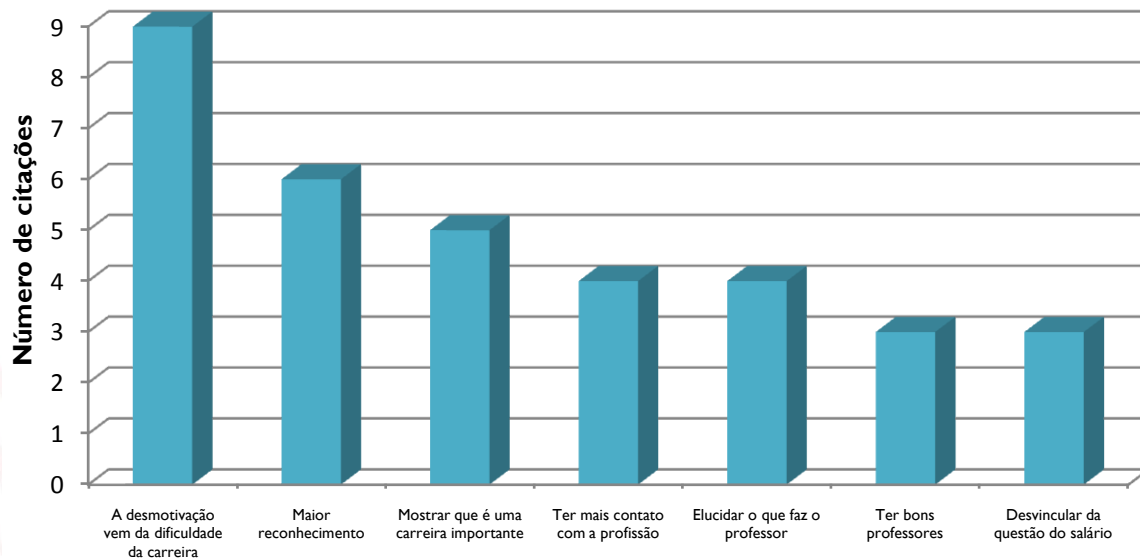


Figura 12. Como motivar os alunos a seguirem carreira acadêmica

Para os entrevistados a maneira que os alunos podem demonstrar valorização é essencialmente cumprindo seu papel, ou seja, estudando. Tendo em vista que um dos papéis do professor é o ensino, a completude desse trabalho em sala de aula ocorreria a partir do momento em que os alunos demonstram terem aprendido e mostram interesse em aprender mais.

A carreira acadêmica foi mencionada pela maioria dos entrevistados como não-atrativa em função tanto da questão salarial quanto da questão de falta de condições para o exercício devido da sua profissão. A maior parte dos professores e doutorandos acredita que mesmo aqueles com inclinação para a carreira acadêmica desistem por causa das questões anteriormente citadas. Como estratégia para motivação dos alunos em relação à Academia, primeiramente deveriam ser melhoradas as condições de trabalho. Depois disso vem o maior reconhecimento da profissão, junto com a divulgação da relevância dessa profissão para os possíveis futuros professores.

Países com mais tradição acadêmica

As maiores diferenças apontadas entre o Brasil e os países com tradição acadêmica - como, por exemplo, a Alemanha, o Canadá, os Estados Unidos, a França –

foi um maior recurso financeiro destinado a essa área e melhores condições de trabalho (40,47%, cada). Além disso, há um maior respeito pelo trabalho dos professores (18.51%), passando por um maior reconhecimento do trabalho.

O que acontece nos países com mais tradição acadêmica

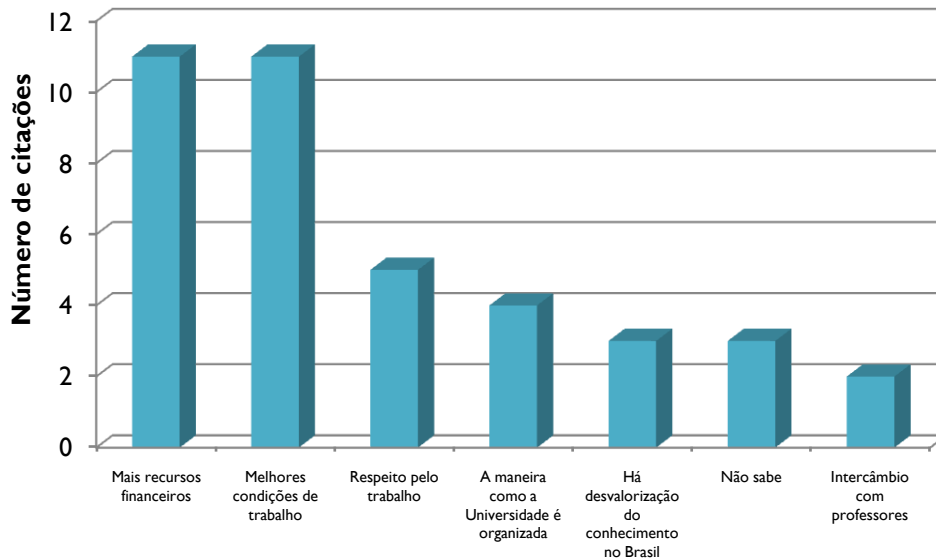


Figura 13. O que acontece nos países com mais tradição acadêmica

Com respeito às questões de recursos financeiros e melhores condições de trabalho, os países com mais tradição acadêmica são referidos como mais desenvolvidos nesse aspecto. Esses fatores seriam fruto de uma organização acadêmica diferente além de um Governo que valoriza mais a questão da Educação.

Desse modo, de acordo com todo o discurso dos entrevistados, foi revelado além de uma desvalorização da Educação como um todo no país também um direcionamento das expectativas da responsabilidade pela manutenção das condições devidas para o exercício da profissão pelo Governo, que segundo eles tem falhado nesse aspecto. Porém, as entidades de representação de classe, também tem se mostrado falhas em levar para as autoridades da área as reais preocupações e necessidades do professor para o Governo, devido a excessiva politização que tira de foco as questões acadêmicas que tanto interessam aos professores. Seria recomendada uma maior aproximação de todos os professores, para que eles se sintam bem representados e valorizados. Abrir um espaço para a comunidade no meio universitário também se faz mister, porém essa abertura deve ser bem pensada. A



Empresa jr. de psicologia

modificação da imagem do professor universitário exige uma ação contínua de divulgação das atividades realizadas e, claro, para que essas atividades sejam bem executadas se faz necessária uma transformação nas condições de trabalho como um todo. Mesmo com essa demanda pelas melhores condições, a entidade de representação de classe, para os professores, precisa ser não só um veículo de informações e necessidades, mas também um espaço para integração e intercâmbio de experiências entre os professores pela promoção de debates e semanas acadêmicas voltadas para esse público.

4.3 CONCLUSÃO

De acordo com todo o discurso dos entrevistados, foi revelado além de uma desvalorização da Educação como um todo no país também um direcionamento das expectativas da responsabilidade pela manutenção das condições devidas para o exercício da profissão pelo Governo, que segundo eles tem falhado nesse aspecto.

As entidades de representação de classe, também tem se mostrado falhas em levar para as autoridades da área as reais preocupações e necessidades do professor para o Governo, devido a excessiva politização que tira de foco as questões acadêmicas que tanto interessam aos professores. Seria recomendada uma maior aproximação de todos os professores, para que eles se sintam bem representados e valorizados. Abrir um espaço para a comunidade no meio universitário também se faz mister, porém essa abertura deve ser bem pensada.

Professores e doutorandos apontam para uma valorização que se reflete em termos práticos, de reconhecimento de suas ações e de cumprimento de papéis, por parte do Governo, da Mídia e dos próprios alunos. Dessa forma, o Governo valoriza o professor quando valoriza a Educação como um todo e ao investir na profissão, propiciando melhores condições de trabalho, especialmente. A Mídia valoriza o professor ao cumprir seu papel de transmitir informações, com veracidade e imparcialidade. No mesmo sentido, ao estudar, o aluno cumpre o seu papel e valoriza o professor, reconhecendo uma de suas funções, que é o ensino, ao mesmo tempo em que respeita o professor e contribui para que seu trabalho tenha sucesso (atingindo sua meta e se interessando, por exemplo).

Outro aspecto que permeia o discurso dos entrevistados e merece atenção, se manifesta especialmente na categoria de “alunos com inclinação acadêmica”.



Empresa jr. de psicologia

Professores e doutorandos acreditam no geral que alunos podem não seguir a carreira acadêmica pela desvalorização da profissão. Para isso apontam como sugestão a melhoria das condições de trabalho e o melhor reconhecimento da profissão. Além disso, pode-se perceber como sugestão, um trabalho de mudança da imagem da própria profissão, isso é explicitado pelas categorias: “apresentação de que a carreira de professor é uma carreira relevante para a sociedade em geral”, ou seja, um esclarecimento a respeito de sua importância, “elucidação do que faz o professor” e “ter mais contato com a profissão”. Esses aspectos sugerem a opinião de que a profissão pode não ser compreendida por todos assim como os próprios entrevistados a enxergam.

A modificação da imagem do professor universitário exige uma ação contínua de divulgação das atividades realizadas e, claro, para que essas atividades sejam bem executadas se faz necessária uma transformação nas condições de trabalho como um todo. Mesmo com essa demanda pelas melhores condições, a entidade de representação de classe, para os professores, precisa ser não só um veículo de informações e necessidades, mas também um espaço para integração e intercâmbio de experiências entre os professores pela promoção de debates e semanas acadêmicas voltadas para esse público.

CONCLUSÃO FINAL

Com este trabalho foi possível identificar a percepção de (1) alunos, (2) professores da Universidade de Brasília, (3) da comunidade (aqui representada pela mídia e por pais de universitários) e (4) do governo quanto à imagem e valorização dos professores universitários. Dessa forma, apresenta-se aqui a conclusão extraída dos resultados encontrados.

Algumas convergências puderam ser observadas entre o discurso dos entrevistados. De acordo com os dados obtidos, os participantes referentes às frentes do governo, da comunidade e os próprios docentes da UnB compartilham a visão de que os professores universitários não são valorizados ou, quando há valorização, esta ainda está muito aquém do patamar desejado. Ainda com relação à opinião destes participantes, percebe-se que o principal responsável apontado por essa situação de desvalorização seria o governo. As principais reivindicações para o Estado seriam a melhoria salarial e das condições de trabalho.

Com relação às estratégias para a modificação desse status de desvalorização, houve certa divergência entre as frentes entrevistadas. Por exemplo, tanto a mídia quanto os próprios professores acreditam que a aproximação entre comunidade e Academia seja essencial para mudar a percepção da profissão de docente universitário. Ambos concordam ainda que a comunicação entre essas duas instituições é falha. Contudo, discordam quanto aos meios para diminuir essa distância entre os professores universitários e a sociedade. Como os profissionais de mídia classificam o discurso dos professores como prolixo e muito técnico, sendo assim de difícil compreensão para os leitores e telespectadores, acreditam que eles deveriam ser mais objetivos e utilizar uma linguagem mais simples. Já os professores, preocupados com a distorção de suas palavras pelos jornalistas, querem que a mídia escreva com mais veracidade e imparcialidade.

Outro ponto importante abordado nas entrevistas com os participantes de mídia, do governo e dos professores foi a questão da divulgação do trabalho dos docentes e da produção acadêmica. Os entrevistados acreditam que ainda há pouca divulgação de todas as atividades realizadas pelos professores universitários e dos produtos produzidos por estes. Apresentar e ressaltar a importância desse trabalho para a sociedade certamente seria uma boa forma de melhorar e apurar a percepção



Empresa jr. de psicologia

que as pessoas têm dos professores universitários, levantado possivelmente a um aumento da valorização dos mesmos.

Além de identificar a percepção dos participantes quanto à valorização do professor, também pretendíamos identificar a imagem do professor universitário. Ambos os alunos, os pais de alunos e o governo apresentaram uma imagem positiva dos professores, atribuindo-lhes adjetivos referentes à capacitação, status, empenho e dedicação ao trabalho na Academia. De acordo com os dados obtidos pelo questionário respondido pelos alunos, para uma melhora na imagem dos professores devem ser considerados aspectos de relacionamento interpessoal (os alunos valorizam professores que são amigáveis e que sabem lidar com as pessoas) e características com relação ao desempenho dos professores (professores que ministram boas aulas e que sabem avaliar o desempenho do aluno também são muito valorizados).



Empresa jr. de psicologia

REFERÊNCIAS

Freitas, H., Cunha Júnior, M. V. M. & Moscarola, J. (1996). Pelo resgate de alguns princípios da análise de conteúdo: aplicação prática qualitativa em marketing. Anais do Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração, Angra dos Reis, RJ, Brasil, 20.

Gradin, L. A. (2008). As representações sociais no processo de formação docente em serviço: um estudo com memoriais de formação. Dissertação de Mestrado, Campinas.

Pinol, S. T. (2004). A imagem das instituições de ensino superior junto às empresas de seleção e recrutamento. Gestão Universitária, Florianópolis: Insular.

ANEXOS

Anexo I

Questionário

Ao pensar em características de professores da UnB que você conhece. Escreva três primeiros adjetivos que você se lembra.

1.

2.

3.

Circule de acordo com sua opinião dentre os números de 1 a 5 nas características citadas aquelas características que melhor descrevem um bom professor. Onde 1 corresponde a pouco importante e 5 a muito importante.

Ter muitos títulos acadêmicos.	Pouco importante	1	2	3	4	5	Muito Importante
Ter muito conhecimento.	Pouco importante	1	2	3	4	5	Muito Importante
Ser especialista de uma área.	Pouco importante	1	2	3	4	5	Muito Importante
Ser amigável com o aluno.	Pouco importante	1	2	3	4	5	Muito Importante
Relacionar-se bem com outros professores.	Pouco importante	1	2	3	4	5	Muito Importante
Saber lidar com as pessoas.	Pouco importante	1	2	3	4	5	Muito Importante
Ministrar boas aulas.	Pouco importante	1	2	3	4	5	Muito Importante
Ser bom orientador.	Pouco importante	1	2	3	4	5	Muito Importante
Saber avaliar o desempenho do aluno nas disciplinas.	Pouco importante	1	2	3	4	5	Muito Importante

Responda:

	Sim	Não
Já participou de alguma pesquisa com algum professor?		
Já participou de algum projeto de extensão?		
Já participou se inscreveu em disciplina de monitoria?		
Já participou de estágio supervisionado?		

Circule os itens abaixo de acordo com a frequência com que professores da UnB, que você conhece, apresentam as características abaixo. Onde 1 corresponde a raramente os professores apresentam tais características e 5 eles muito frequentemente apresentam a característica.

Possuir muitos títulos acadêmicos.	Raramente	1	2	3	4	5	Muito Frequentemente
Possuir muito conhecimento.	Raramente	1	2	3	4	5	Muito Frequentemente
Ser especialista em sua área de atuação.	Raramente	1	2	3	4	5	Muito Frequentemente
Ser amigável com os alunos.	Raramente	1	2	3	4	5	Muito Frequentemente
Relacionar-se bem com os outros professores.	Raramente	1	2	3	4	5	Muito Frequentemente
Saber lidar com pessoas.	Raramente	1	2	3	4	5	Muito Frequentemente
Ministrar boas aulas.	Raramente	1	2	3	4	5	Muito Frequentemente
Ser bom orientador.	Raramente	1	2	3	4	5	Muito Frequentemente
Saber avaliar o desempenho do aluno nas disciplinas.	Raramente	1	2	3	4	5	Muito Frequentemente

Circule os itens abaixo de acordo com a frequência com que você aluno, acessa essas mídias. Onde 1 corresponde a raramente acessa essa mídia e 5 eles muito frequentemente acesso a essa mídia.

TV	Raramente	1	2	3	4	5	Muito Frequentemente
Rádio	Raramente	1	2	3	4	5	Muito Frequentemente
Revista	Raramente	1	2	3	4	5	Muito Frequentemente
Jornal	Raramente	1	2	3	4	5	Muito Frequentemente
Sites	Raramente	1	2	3	4	5	Muito Frequentemente
Blogs	Raramente	1	2	3	4	5	Muito Frequentemente
Mídias externas (outdoor, painel, frontlight)	Raramente	1	2	3	4	5	Muito Frequentemente

Sobre Seus Costumes e hábitos:

Horário que freqüentemente está em frente à TV _____

Horário que freqüentemente ouve rádio _____

Assunto que freqüentemente lê matérias em revistas _____

Assunto que freqüentemente lê matérias em jornais _____

Sites que freqüentemente acessa: _____

Blogs que freqüentemente acessa: _____

Lugares que costuma sair (baladas, bares, etc): _____

Sexo: Masculino Feminino

Idade: _____ Curso: _____ Semestre: _____

Estado civil: _____ Cidade/Bairro onde mora? _____

Qual a renda (em salários mínimos) da sua família?

Entre 1 salários (R\$ 465) e 3 salários (R\$1395).	
Entre 3 salários (R\$1395) e 5 salários(R\$2325).	
Entre 5 salários (R\$2325) e 7 salários(R\$3255).	
Entre 7 salários (R\$3255) e 9 salários(R\$4185).	
Entre 9 salários (R\$4185) e 11 salários(R\$5115).	
Entre 11 salários (R\$5115) e 15 salários (R\$6975).	
Mais de 15 salários (R\$ 6975)	

Entrevista com os pais

1. Tem graduação? Onde fizeram? Qual curso?
2. Pais de alunos de faculdade privada ou pública?
3. Você preferiria ter feito outro tipo de faculdade?
4. Você gostaria que seus filhos fizessem outro tipo de faculdade?
5. O que você acha das universidades públicas? E da UnB?
6. Você percebe diferença entre os professores de universidades públicas e professores de universidades particulares? Quais?
7. Você acha que os professores de universidades públicas deveriam ser exclusivamente professores ou também pesquisadores?
8. Qual a opinião dos seus filhos sobre os professores deles?
9. Ao pensar em características dos professores universitários, quais os três primeiros adjetivos que vem à sua cabeça?
10. A profissão de professor universitário é valorizada no país? E na cidade de Brasília?
11. Como a profissão do professor poderia ser mais valorizada?

Anexo 3

Estamos organizando uma série de atividades para melhorar a interação de professores com o público. Para isto faremos algumas perguntas relativas à interação com acadêmicos.

- 1- Professores universitários costumam dar boas entrevistas, considerando-se os objetivos da mídia?
- 2- Quais aspectos, ao longo de uma entrevista, os professores mais têm dificuldades (apresentação pessoal, explicação acessível, prolongamento desnecessário de informação, outros)?
- 3- A profissão de professor universitário é valorizada no país?
- 4- Como os professores contribuem (ou podem contribuir) para a (des)valorização da profissão?
- 5- O que é uma profissão atraente na sua opinião?
- 6- Temos pensado em tornar a profissão de professor mais atraente, você acha isto possível? Como?
- 7- Qual a última matéria divulgada, da qual você se lembra, sobre um resultado de pesquisa científica?
- 8- Há interesse dos meios de comunicação em divulgar e publicar matérias sobre os avanços da ciência (resultados de pesquisa, avanços científicos)?
- 9- Você acha que se publica pouco ou muito sobre ciências (o mundo universitário) nos meios de comunicação?
- 10- Concluindo como os professores contribuem para as coisas serem assim? E como os meios de comunicação contribuem?

Breve Apresentação: Estamos realizando uma pesquisa sobre a valorização da profissão de professor universitário em nossa sociedade. Por isso, gostaríamos de lhe fazer algumas perguntas

1 - Quais as pessoas (e instituições) que mais deveriam valorizar a profissão de professor universitário?

2 - Como as entidades do governo, ligadas à docência universitária podem demonstrar o apreço que tem pelos professores?

3 - O que eles podem fazer para que os professores sejam valorizados, FORA âmbito financeiro?

4 - Você acha que estas entidades (do governo) podem ajudar a sociedade extramuros (fora da academia) a valorizar mais o professor?

5 - A profissão de professor universitário é valorizada no país? E na cidade de Brasília?

6 - Como a profissão do professor poderia ser mais valorizada?

7 - Ao pensar em características dos professores universitários, quais os três primeiros adjetivos que vem à sua cabeça?

Dados adicionais

Cargo do entrevistado:

Local onde trabalha:

Entrevista Professores/Doutorandos da UnB

Professor, vamos conversar sobre a valorização da profissão de professor universitário em nossa sociedade – gostaríamos mais de bater um papo, mas para contemplar alguns pontos - estou aqui com um roteiro (entrevista semi-estruturada).

Quais as pessoas (e instituições) que mais deveriam valorizar a profissão de professor universitário?

→ lembrar que professor = professor universitário

**mídia valorização e professor*

A mídia tem impacto na valorização das profissões em geral – como ela pode ser aliada de professores na valorização desta profissão?

**entidades valorização professor*

Como as entidades de representação de classe ou associações ou coisas assim – como FUB e ADUnB - podem demonstrar o apreço que tem pelos professores? O que eles podem fazer para que os professores sejam valorizados, FORA âmbito financeiro?

Você acha que estas entidades podem ajudar a sociedade extra-muros (fora da academia) a valorizar mais o professor?

**alunos valorização professores*

Como um aluno pode demonstrar que valoriza sua profissão?

Você acha que alguns alunos que tem inclinação para ciências abandonam ou evitam este caminho pela baixa valorização que tem o professor universitário em nossa sociedade?

O que poderia ser feito com os alunos para que estes tivessem mais interesse em se tornar professores?

**afetos*

Professor, em suas experiências – que tipo de atividades, eventos ou honorarias, países com mais tradição acadêmica (sérios) ofertam a seus professores?