



**ENTREVISTA Isabel Capelo Gil**, directora da Faculdade de Ciências Humanas - UCP

# “Somos uma comunidade de saber”

A directora da FCH aborda alguns dos principais temas para a Faculdade que dirige: proximidade no ensino, áreas estratégicas e empregabilidade.

**Qual a principal marca distintiva da Faculdade de Ciências Humanas (FCH) da Universidade Católica Portuguesa (UCP)?**

O sentido de ser uma comunidade de saber e a ousadia da inovação por caminhos não trilhados nas Ciências Sociais e Humanas.

**A (baixa) ratio professor/aluno é uma das vossas maiores preocupações. A proximidade também é um factor essencial no ensino superior?**

A baixa ratio não é uma preocupação, mas sim um objectivo que procuramos manter. A proximidade é fundamental para criar uma relação de confiança com o discente e também para propiciar um modelo que permita o desenvolvimento das competências científicas, sociais e emotivas do aluno. Em vez de apostar na massificação do ensino, desejamos a selecção competitiva e a excelência no ensino e na investigação.

**Quais são as áreas estratégicas da faculdade?**

A FCH decidiu apostar nos próximos anos na promoção de actividades de investigação, ensino e colaboração com o mercado nas três seguintes áreas: indústrias culturais e criativas; ‘media’ e novas tecnologias; economia social. A Faculdade de Ciências Humanas desenvolve actividade na área das Humanidades e Ciências Sociais, harmonizando aquilo que alguns chamam as “Humanidades duras” (Filosofia, Literatura, História) com saberes sociais de pendor mais aplicado (Sociologia, Ciências da Comunicação, Psicologia, Antropologia). Com as áreas estratégicas, a Faculdade cria áreas temáticas de enfoque interdisciplinar que coligem o saber

mais reflexivo e o estudo aplicado, coordenando-o com o que são áreas de interesse estratégico para o desenvolvimento de Portugal e da Europa.

**E porquê essas três áreas específicas?**

As indústrias da cultura, por exemplo, congregam hoje um poder económico fundamental para o relançamento das economias enfraquecidas da Europa. O consumo de cultura constitui hoje em dia um dos motores fundamentais do crescimento, de resto bem patente no peso que este sector de actividade tem nas sociedades mais ecléticas da Europa, como por exemplo a Alemanha e o Reino Unido. A cultura como poder simbólico (na educação, na leitura, no cultivo da música, da arte ou do cinema) ou como produto (no consumo cultural, no turismo) é hoje fundamental para relançar a Europa. Do mesmo modo, a área dos ‘media’ tem um papel fundamen-

**“A cultura como poder simbólico ou como produto é hoje fundamental para relançar a Europa.”**

tal na forma de representação das sociedades, bem como na afirmação da sua cultura democrática. A FCH tem um corpo docente experiente no tratamento destas áreas e sobretudo na sua articulação com os parceiros no mercado. Finalmente, o enfoque em modelos de engenharia social decorre da experiência acumulada nas áreas de

intervenção social, bem como do facto de entendermos que as questões de integração dos indivíduos em sociedades cada vez mais complexas e desumanizadas exigem uma resposta eficaz, não apenas ao nível das práticas, mas igualmente das estratégias e dos modelos de acção.

**Quais são os dados disponíveis sobre a empregabilidade dos alunos da FCH?**

A FCH tem uma média de 90 por cento de empregabilidade ao final dos primeiros seis meses. Destacam-se deste grupo as áreas de Serviço Social e também de Ciências da Comunicação. O Curso de Serviço Social da UCP-Lisboa é o curso de licenciatura com mais elevada taxa de empregabilidade neste sector, frequentemente apontado de deprimido. O mesmo acontece com o Curso de Comunicação Social e Cultural, embora a taxa mais elevada não seja exactamente nas áreas de jornalismo, mas sim de comunicação empresarial e na área da ‘internet’ e novos ‘media’. Estes dados são fruto de um trabalho constante, longo e moroso com os parceiros no mercado laboral e também de uma integração expressiva destes parceiros no nosso próprio processo de avaliação das formações. Os programas de ‘mentoring’, que geram mentores para os alunos em formação, sobretudo nas áreas de Comunicação e Línguas Estrangeiras Aplicadas, têm sido um sucesso na forma como estes profissionais têm “apadrinhado” jovens alunos de licenciatura. Falamos já muitas vezes de mentores que foram ex-alunos da FCH e que agora têm cargos de responsabilidade nas áreas empresariais, dos ‘media’, da gestão da cultura, diplomacia, etc.

**Além da valência dos próprios conteúdos e de quem os transmite, que estratégias têm sido usadas pela FCH-UCP para alcançar esses bons resultados?**

**“Temos a coragem de questionar os nossos pressupostos para continuarmos relevantes num tecido social e educacional cada vez mais exigente.”**

A FCH entende-se como uma instituição aprendente, aberta à inovação e à criatividade. Temos a coragem de questionar os nossos pressupostos para continuarmos a ser relevantes num tecido social e educacional cada vez mais exigente. Este processo fundamenta-se em três eixos: auscultação regular dos empregadores e fornecedores de estágios (através de visitas à universidade, visitas dos alunos e do Gabinete de Avaliação e Desenvolvimento Profissional da FCH às instituições, Expocarreiras e ‘showcasing’ dos empregadores aos nossos alunos, programas de ‘mentoring’); visitas a escolas e disponibilidade ‘in-house’ para a divulgação personalizada dos cursos (dias abertos); captação internacional de alunos e forte actividade de internacionalização, quer do corpo docente residente, quer atraindo os maiores especialistas internacionais nas nossas áreas de trabalho. Sem qualquer hesitação, posso dizer que muitos dos investigadores contemporâneos que têm vindo a mudar o paradigma das Ciências Sociais e Humanas nos últimos anos têm passado pela FCH e leccionado nos nossos cursos. ■





## “Captamos alunos para as unidades de investigação”

A principal responsável pela Faculdade de Ciências Humanas explica como é feita a ligação entre os dois primeiros graus de ensino e a investigação e formação profissional. E explica qual o papel dos centros de estudos e da Escola de Pós-Graduação.

### Como se articulam os centros de estudos e os institutos com a oferta académica ao nível das licenciaturas, pós-graduações e mestrados?

Os quatro centros de investigação (Centro de Estudos de Comunicação e Cultura, Centro de Estudos de Filosofia, Centro de Estudos de Serviço Social e Sociologia, e Centro de Estudos dos Povos e Culturas de Expressão Portuguesa) desenvolvem trabalho de enfoque interdisciplinar sobre as áreas de intervenção da Faculdade. Os centros têm valências diferenciadas, desenvolvendo investigação fundamental e trabalhos de serviço à comunidade, como prestação de serviços. A qualidade de um centro de investigação verifica-se no trabalho produzido e no seu reconhecimento nacional e internacional, na craveira dos seus investigadores sénior, mas também na capacidade de atrair jovens cientistas sociais e de humanidades.

### Portanto, sem nunca descurar a entrada de gente nova...

Sem renovação qualquer unidade séria está condenada à extinção. O corpo docente está integrado nestas unidades consoante a sua especialidade, mas somos também muito activos na captação dos melhores alunos de mestrado e doutoramento para as nossas unidades de investigação. Os alunos têm condições excepcionais para desenvolver os seus trabalhos, tendo acesso a financiamento para apresentação de trabalhos fora de Portugal, estão integrados em equipas prestigiadas e muito activas e com acesso facultado a redes especializadas de investigação. No Centro de Estudos de Comunicação e Cultura os alunos do Doutoramento em Estudos de Cultura, por exemplo, fazem todos parte de projectos

nacionais e internacionais da unidade.

### Como está a trabalhar a FCH nas áreas complementares do ensino superior e na investigação?

A FCH é uma Faculdade integrada numa universidade de investigação (Research University), pelo que o nosso enfoque central é o trabalho para o avanço da ciência. Todavia, não descuramos de forma alguma a formação de profissionais já integrados no mercado laboral e que voltam à universidade para complementar competências. Sobretudo nas áreas da comunica-

“ Não descuramos a formação de profissionais já integrados no mercado e que voltam à universidade para complementar competências.

ção organizacional, da gestão dos ‘media’, no trabalho de organizações de cariz social, na gestão da diversidade, da ética social e empresarial, mas também das indústrias da criatividade, a Escola de Pós-Graduação tem sido muito activa na forma como desenvolve novas estratégias de educação ao longo da vida. Com parcerias de referência, como é o caso da RTP – que conosco participa numa formação avançada de Tradução para o Audiovisual –, a área da formação de executivos é fundamental para fazer a ponte entre um ensino de humanidades, potencialmente de cariz mais reflexivo, com o que são as necessidades actuais de formação de recursos humanos. A formação da pessoa é fundamental para o sucesso das organizações, e é nesse sentido que a Escola de Pós-Graduação tem trilhado um caminho de sucesso. ■

