



SIMPÓSIO DE INTEGRAÇÃO, INOVAÇÃO E TECNOLOGIA

COMUNICAÇÃO PÚBLICA: uma visão dos públicos e da práxis do IFB

Rafaela Caetano de Moraes¹
Fernanda Lacerda²

RESUMO: Este resumo apresenta parte de esforços empreendidos, em 12 meses de trabalho, em prol da pesquisa intitulada “Comunicação pública: perspectivas e possibilidades para o Instituto Federal de Brasília”, contemplada pelo Edital 10-2022 - PRPI-RIFB-BRASÍLIA - PIBIC FAPDF, de 07 de junho de 2022. A comunicação pública é um dever dos agentes públicos, assim como desenha-se enquanto um norteador da rede de comunicação educacional. Por isso, o objetivo geral da pesquisa foi analisar a comunicação pública dentro a comunidade e na práxis do Instituto Federal de Brasília. Para tanto, foram empregados métodos quantitativos e qualitativos para coletar dados, como: questionário, entrevista e análise documental. Participaram da pesquisa estudantes, servidores - docentes e técnicos administrativos - dentre eles gestores, e terceirizados de 6 dos 10 *campi* e Reitoria. O estudo apontou alguns direcionamentos sobre a comunicação pública do IFB à luz do interesse público e evidenciou cenários institucionais importantes e passíveis de pesquisas futuras.

Palavras-chave: comunicação pública, interesse público, Instituto Federal de Brasília.

ABSTRACT: This summary presents part of the efforts carried out over a 12-month period as part of the research project titled “*Public Communication: Perspectives and Possibilities for the Federal Institute of Brasília*”, supported by Public Call 10-2022 – PRPI-RIFB-BRASÍLIA – PIBIC FAPDF, dated June 7, 2022. Public communication is not only a duty of public agents but also serves as a guiding principle for educational communication networks. The main goal of the research was to analyze public communication within the community and in the praxis of the Federal Institute of Brasília (IFB). To this end, both quantitative and qualitative methods were employed for data collection, including questionnaires, interviews, and document analysis. Participants included students, staff members - both academic and administrative - managers, and outsourced personnel from six out of the ten campuses, as well as the Central Administration. The study points out some directions for IFB’s public communication in the context of public interest and key institutional scenarios that may serve as foundation for future researches.

Keywords: public communication, public interest, Federal Institute of Brasília.

¹ Orientadora da pesquisa. Doutora em Comunicação. Professora do Instituto Federal de Brasília. E-mail: rafaela.caetano@ifb.edu.br

² Bolsista da pesquisa. Estudante do curso de Tecnologia em Eventos. Email: fernanda.lacerda@estudante.ifb.edu.br

INTRODUÇÃO

A comunicação pública não costuma ser um tema de pesquisa nos Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia. Um exemplo é o artigo “A comunicação pública vinculada à gestão escolar no Instituto Federal de Mato Grosso”, publicado na Revista Eixo. Na pesquisa, Silva e Ferreira (2021) voltam os esforços metodológicos para o Ensino Médio Integrado do IFMT, especialmente no tocante de sua divulgação à comunidade. Porém, o foco da pesquisa proposta neste projeto é compreender a comunicação pública em um aspecto mais abrangente, que envolva os públicos do IFB, bem como suas práticas. Diante desse cenário, esta pesquisa se justifica pelo papel que o IFB pode protagonizar para o fortalecimento do tema na Rede Federal. Além disso, esta pesquisa pode colaborar na função educativa que a comunicação pública possui em uma instituição que tem a formação do indivíduo como missão.

O objetivo geral do projeto foi analisar a comunicação pública dentro a comunidade e na práxis do Instituto Federal de Brasília. Por consequência, um dos objetivos específicos foi ajustado. Além disso, por questões de adequações da pesquisa em razão do tempo e dos limites que se impuseram às pesquisadoras, um dos objetivos específicos foi retirado do projeto. Ao final, os objetivos específicos da pesquisa foram: 1) Averiguar o entendimento da comunidade do IFB sobre o conceito de comunicação pública; 2) Identificar estratégias de comunicação que privilegiem a comunicação pública; 3) Mapear ações institucionais que se relacionam à comunicação pública; e 4) Verificar a menção da comunicação pública em documentos institucionais

O percurso metodológico desta pesquisa compreendeu desde a revisão bibliográfica, cuja necessidade se apoia na perspectiva de empregar fontes de referência reconhecidas na área da Comunicação, especialmente da comunicação pública, bem como estudos recentes sobre o tema, até o delineamento de uma pesquisa que congregou métodos quantitativos e qualitativos em sua coleta e análise.

Considerados os preceitos de pesquisa elucidados por Lakatos e Marconi (2010), foi enviado um questionário online (elaborado via Google Formulário) aos servidores – técnicos-administrativos e docentes –, estudantes e terceirizados a fim de cumprir com o primeiro objetivo específico (averiguar o entendimento da comunidade do IFB sobre o conceito de comunicação pública). Este método de coleta foi bastante divulgado para a comunidade acadêmica através de e-mail institucional, instagram e grupos de whatsapp. As mensagens enviadas por e-mail institucional alcançaram outros *campi* por intermédio de alguns

Diretores-Gerais que participaram da pesquisa e contatos da professora orientadora da pesquisa.

Vale destacar que outras estratégias se fizeram necessárias para aumentar o número de respondentes do questionário, dentre elas o contato direto com os terceirizados do Campus Brasília e solicitação de que a mensagem da pesquisa enviada via whatsapp fosse encaminhada aos funcionários alocados em outros *campi*, bem como o apoio das Atléticas e Centros Acadêmicos de cursos do IFB, do campus Brasília, a fim de promover maior efetividade na comunicação com os estudantes. Ainda no campus Brasília, a pesquisa foi divulgada no Informativo Interno “Acontece no CBRA - Nº 8 /2023” e no instagram.

Neste percurso, encontramos algumas dificuldades para divulgação da pesquisa. Dentre elas, a impossibilidade da Diretoria de Comunicação publicizá-la à comunidade acadêmica. Segundo o referido setor, este tipo de informação não pode ser veiculada pela Dicom. Além disso, um dos Diretores-Gerais que participou da pesquisa informou que não podia fazer divulgação pessoal de pesquisas em seu *campus* e que essa decisão havia sido tomada de forma colegiada em reunião de dirigentes.

Em consonância com as autoras Lakatos e Marconi (2010), foi feita uma entrevista não estruturada com a Diretora de Comunicação da Reitoria para contemplar o segundo objetivo específico (identificar estratégias de comunicação que privilegiem a comunicação pública). A fim de alcançar o terceiro objetivo específico (mapear ações institucionais que se relacionam à comunicação pública), foi feita uma entrevista com a Reitora e alguns dos Diretores-Gerais dos *campi* que fazem parte do IFB. No transcorrer da pesquisa, visto que o Campus Brasília é o único que possui uma Coordenação de Comunicação, o ocupante do cargo no período foi convidado a participar da entrevista. Outro setor que foi agregado à pesquisa foi a Ouvidoria do IFB.

A entrevista foi marcada com os referidos gestores por e-mail. Algumas aconteceram presencialmente e foram gravadas, mediante ciência do respondente, enquanto outras foram respondidas via e-mail. Optamos por flexibilizar as formas de participação devido à agenda dos gestores. No total, foram 9 (nove) entrevistados, destes 3 (três) optaram por participar pelo e-mail e 6 (seis) decidiram dar a entrevista presencialmente. Todos assinaram o termo de livre consentimento para colaborar com a pesquisa.

Tivemos a devolutiva da Reitora, da Diretora de Comunicação (substituta, tendo em vista as férias da ocupante efetiva), da Ouvidora, do Coordenador de Comunicação do Campus Brasília e de 5 (cinco) dos 10 (dez) Diretores-Gerais dos *campi*. Durante esta etapa, alguns obstáculos dificultaram o acesso aos Diretores-Gerais, como as férias e o período

eleitoral pelo qual passavam a Reitoria e os *campi*. Este episódio, além de atrasar as entrevistas, impossibilitou o contato por e-mail com alguns dos Diretores-Gerais, ainda que várias tentativas tenham sido empreendidas. Assim, metade dos gestores máximos das unidades do IFB participou da entrevista.

De modo geral, o roteiro de entrevista foi utilizado para todos os entrevistados. Porém, algumas perguntas foram alteradas e acrescentadas de acordo com o setor, isso especialmente no tocante à Reitoria, Diretoria de Comunicação, Ouvidoria e Coordenação de Comunicação do Campus Brasília.

O quarto objetivo específico (analisar a menção da comunicação pública em documentos institucionais) foi desenvolvido através de pesquisa documental (LAKATOS e MARCONI, 2010) de arquivos oficiais e vigentes, disponíveis no *site* do IFB. A expressão “comunicação pública” foi buscada nos documentos e analisado o contexto de seu emprego e demais informações que caracterizam sua promoção em ações institucionais.

Como requisito para a análise documental, em atendimento ao objetivo específico supracitado, foram pesquisados documentos disponíveis no *site* do IFB (www.ifb.edu.br) que não estivessem em áreas de acesso restrito aos estudantes ou aos servidores. Conforme a pesquisa se desenvolveu, notamos a necessidade de analisar os documentos relacionados à Ouvidoria, visto que ela se relaciona diretamente com o conceito de comunicação pública adotado nesta pesquisa.

Após a identificação dos documentos, dos textos e das leis disponibilizadas em *links*, no *site* no IFB, quando se relacionavam ao tema e dados estatísticos, todos foram lidos e analisados. Em seguida, uma matriz de dados foi montada com a relação dos documentos, a página onde os termos “comunicação pública” ou “interesse público” estavam citados, o trecho em que era citado e em seguida se ele estava sendo usado no sentido de “comunicação pública” adotado nesta pesquisa ou com sentido variado, como comunicação institucional.

Reunidos os dados quantitativos do questionário e os dados qualitativos das entrevistas e dos documentos oficiais do IFB foi possível traçar um panorama da comunicação pública no Instituto a fim de promover discussões sobre o seu cenário institucional.

REFERENCIAL TEÓRICO

A comunicação pública conceitualmente possui referências amparadas na participação, cidadania, debate, engajamento e democracia deliberativa. Neste sentido, defendemos a comunicação pública pelo seu caráter do interesse público, não como

publicidade dos atos do poder público. Weber (2007, p. 23) admite “[...] que a comunicação pública existe quando se constitui como redes, a partir da circulação de temas de interesse público gerados, gerados em sistemas de comunicação”.

Assim, destacamos o pensamento que “A determinação do conteúdo da comunicação pública é orientada pelo ideal normativo das referências convencionais, tais como: o interesse público, o direito à informação, a busca da verdade e da responsabilidade social dos meios de comunicação de massa” (MATOS, 2009, p. 111).

López (2011) afirma que a comunicação pública deve ser inclusiva, participativa e democrática. Ainda no que se relaciona aos seus pressupostos, a comunicação pública, segundo Duarte (2009; 2011), necessita, entre os seus diversos objetivos, propor-se a mapear as demandas sociais, fazer circular informações plurais, incentivar a formulação e implementação de políticas públicas, privilegiar a atuação do cidadão e enfatizar a comunicação como um processo complexo.

Weber (2007) elenca algumas redes de comunicação, como a religiosa, a científica e educacional, a política, entre outras, que compõem a rede de comunicação pública para o debate de temas, quando estes são de interesse público. Nessas redes, há a possibilidade de expressão dos indivíduos para participação do debate público. Por isso, a importância dessas instituições para a constituição político-democrática.

De acordo com Medeiros e Chirnev (2021), os professores da rede pública e os funcionários públicos também são agentes da comunicação pública. Consoante a este pensamento, Weber (2007) afirma que a rede de comunicação educacional possui destaque na construção da comunicação pública, assim como Haswani (2013) assevera que o interesse social é o objeto dos sujeitos públicos. Nesse sentido, o IFB ao lançar mão da comunicação pública pode incentivar ou não essas práticas a nível de gestão, bem como na função social que possui de formar cidadãos críticos, como prevê sua missão e valores institucionais.

RESULTADOS FINAIS

Consideramos que os objetivos da pesquisa foram alcançados. Por meio da coleta de dados variados com diferentes públicos e unidades do IFB, foi traçado um panorama da visão dos públicos acerca da comunicação do IFB e seus canais e estratégias, especialmente no tocante à comunicação pública e interesse público.

Como defendido por alguns autores empregados no referencial teórico deste estudo, as instituições de ensino, como o IFB, bem como os servidores são promotores da comunicação pública através de suas redes de informação de interesse público. Nas palavras

da Reitora: “Como instituição de ensino podemos atuar na comunicação pública de várias maneiras das quais eu destaco: divulgação dos projetos de pesquisa, extensão e ensino que são desenvolvidas por nossa comunidade; divulgação de oportunidades de vagas gratuitas em cursos técnicos, superiores e de formação continuada; promoção de eventos (encontros, seminários, congressos etc) e debates públicos e publicação de conteúdo informativo (notícias, vídeos, podcast etc). Além disso, o IFB pode também atuar, por meio de entrevistas de opinião, referência em determinados assuntos, levando informação de qualidade para a população”. Em consonância com esta ideia, um dos Diretores-Gerais disse que “A comunicação pública tem que carregar consigo os preceitos básicos de inclusão e ter como foco o cidadão e usuário dos serviços prestados, de maneira ética e eficaz, valorizando ainda mais o produto da nossa Instituição que é a Educação profissional pública, gratuita e de qualidade”

Nesse sentido, acreditamos que o Instituto, também como uma autarquia pública federal, tem o compromisso social de divulgar informações de interesse da sociedade civil, o que não se confunde com comunicação institucional. Na pesquisa, percebemos que, em alguns momentos, há um sombreamento na comunicação do IFB quanto aos seus preceitos institucionais e de interesse público.

A pesquisa, especialmente por intermédio das entrevistas com gestores, demonstrou realidades singulares dos *campi*. Nas entrevistas, identificamos os esforços dos gestores a fim de potencializar a comunicação, além de sugestões, como cursos de formação para os públicos do IFB, e problemas que prejudicam a comunicação, como a falta de recursos próprios e de servidores da área da comunicação na Dicom e nos *campi*.

No questionário, vários índices foram satisfatórios, como a compreensão da comunidade acadêmica acerca do conceito de comunicação pública. Por outro lado, alguns percentuais são passíveis de atenção, especialmente os que trataram sobre a comunicação do IFB e seus canais. As perguntas que questionaram acerca da confiabilidade e do sentimento de pertença tiveram respostas que merecem atenção. Na opinião de alguns entrevistados e de acordo com autores utilizados nesta pesquisa a comunicação pública deve ser inclusiva, participativa e democrática (LÓPEZ, 2011). Para Duarte (2009), a comunicação pública está calcada no cidadão, no diálogo e na participação ativa. Por esses motivos, há necessidade de repensar alguns aspectos da comunicação no IFB.

A pesquisa teve algumas limitações, como o número de respondentes do questionário, alguns *campi* não participaram de nenhuma forma de coleta de dados (questionário ou entrevista) e o período eleitoral que prejudicou o contato com alguns

gestores. Porém, esses fatores não afetaram o objetivo da pesquisa e deixaram possibilidades em aberto para a continuidade de novos estudos.

Referências

DUARTE, Jorge. Sobre a emergência do(s) conceito(s) de comunicação pública. In: KUNSCH, Margarida Maria Krohling (org.). **Comunicação pública, sociedade e cidadania**. São Caetano do Sul: Difusão, 2011. p. 121-134. (Série Pensamento e Prática). 4.v.

_____. Instrumentos de comunicação pública. In: DUARTE, Jorge (org.). **Comunicação Pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009. p. 59-71

HASWANI, Mariângela Furlan. **Comunicação pública: bases e abrangências**. São Paulo: Saraiva, 2013.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 7 ed. São Paulo: Atlas, 2010.

LÓPEZ, Juan Camilo Jaramillo. Advocacy: uma estratégia de comunicação pública. In: KUNSCH, Margarida Maria Krohling (org.). **Comunicação pública, sociedade e cidadania**. São Caetano do Sul: Difusão, 2011. p. 61-80. (Série Pensamento e Prática). 4.v.

MATOS, Heloisa. **Capital social: interfaces e articulações**. São Paulo: Summus, 2009.

MEDEIROS, Armando; CHIRNEV, Lilian. (orgs). **Guia de comunicação pública**. Brasília: Associação Brasileira de Comunicação Pública, 2021. Disponível em: <<https://abcpública.org.br/wp-content/uploads/2023/03/GUIA-DE-COMUNICACAO-PUBLICA.pdf>>. Acesso em: 06 jul. 2025.

SILVA, Laura Rodrigues da; FERREIRA, Ed Wilson Tavares. A comunicação pública vinculada à gestão escolar no Instituto Federal de Mato Grosso. **Revista Eixo**, v. 10, n. 3, p. 61-71, setembro-dezembro de 2021. Disponível em: <<https://arquivorevistaeixo.ifb.edu.br/index.php/RevistaEixo/article/view/895>>. Acesso em: 06 jul. 2025.

WEBER, Maria Helena. Na comunicação pública, a captura do voto. **Logos 27: Mídia e democracia**, ano 14, p. 21-42, 2º semestre 2007. Disponível em: <<http://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/logos/article/view/12464>>. Acesso em: 06 jul. 2025.