
Comunicação Pública e Política de Comunicação em Universidades Federais¹

Suzy Meiry Silva²

Magno Luiz Medeiros da Silva³

RESUMO

A criação de políticas de comunicação está se ampliando entre as instituições de federais de ensino superior, as quais devem realizar comunicação pública devido a natureza de sua constituição. A pesquisa busca entender de que forma esses documentos estabelecem norteamentos para que a comunicação atenda aos interesses públicos como prioridade. O objetivo da pesquisa é identificar contribuições da implantação de uma política de comunicação como estratégia que contribui para a cidadania. A metodologia envolve revisão bibliográfica, análise documental e entrevistas. A pesquisa está em estágio inicial, na etapa de revisão bibliográfica e levantamento de dados.

PALAVRAS-CHAVE

Comunicação pública; política de comunicação; cidadania; instituições federais de ensino superior.

INTRODUÇÃO

As instituições públicas têm como finalidade atender demandas da sociedade e, para tanto, têm o dever de dar conhecimento de seus serviços, explicitando as formas de acesso, abrindo espaço para dialogar com os cidadãos usuários desses serviços, compreendendo suas necessidades, recebendo avaliação, sugestões e críticas, a fim de que possa adequar o que oferecem, buscando garantir os direitos das pessoas de usufruir dos serviços públicos.

¹ Trabalho apresentado no GP Política e Estratégias de Comunicação, no XXIV Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutoranda no Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Goiás

³ Orientador e Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Goiás

Dentre as instituições públicas, destacamos para estudo as universidades federais. Têm por missão formar profissionais qualificados, com pensamento crítico e humanista para atuar na sociedade. Têm, ainda, o papel de difundir o conhecimento científico, realizar ações de extensão, oferecer serviços relacionados a seus estudos, arte e cultura à sociedade.

Como instituição pública, as universidades têm como dever realizar comunicação pública a qual tem como pressuposto o interesse dos cidadãos. Para efetivar esse compromisso, de forma a auxiliar as instituições federais de ensino superior a cumprir seu papel de socializar o conhecimento e, assim, cooperar para a cidadania, a política de comunicação é uma estratégia valiosa, pois oferece parâmetros de planejamento e ação para a instituição como um todo.

A elaboração de uma política de comunicação é uma estratégia que pode contribuir para que o compromisso com a comunicação pública se estabeleça na IFES. Assim como há políticas estabelecidas para a graduação, pós-graduação, internacionalização e extensão, deve haver também uma política para a área de comunicação, que estabeleça diretrizes para nortear o planejamento, execução e avaliação de estratégias, produtos e serviços.

Em levantamento preliminar, identificamos que das 63 universidades federais, 13 (18%) instituições possuem política de comunicação constituída, de forma a orientar o relacionamento dessas instituições com a sociedade. Assim, buscamos compreender como estes documentos estabelecem norteamentos para que a comunicação pública seja praticada por essas instituições.

METODOLOGIA

A metodologia da pesquisa envolve o levantamento bibliográfico e com a identificação dos principais conceitos que orientam a discussão teórica.

Na parte documental que, conforme menciona Duarte (2012, p. 271), “compreende a identificação, a verificação e a apreciação de documentos para um determinado fim”, os documentos a serem analisados são políticas de comunicação elaboradas por instituições federais de ensino superior, tendo como referência a comunicação pública.

Faremos também um estudo a partir de entrevistas semi-abertas a serem realizadas com gestores e servidores da área de comunicação de instituições que possuem política de comunicação. A entrevista contará com um roteiro de questões-guias estabelecidas a partir da pergunta de pesquisa, conforme orienta Triviños (apud DUARTE, 2012, p. 66). O objetivo é identificar a percepção dos entrevistados sobre as contribuições da política de comunicação para a comunicação das Ifes.

Os dados de cada um dos estudos citados serão objeto de análise de conteúdo, com o estabelecimento de categorias para reunir um conjunto de respostas, conforme as orientações de Selltiz (1985, p. 441-442), que menciona que as categorias devem “(a) ser derivadas de um único princípio de classificação; (b) ser exaustivo, sendo possível colocar qualquer resposta em uma das categorias; (c) as categorias devem ser mutuamente exclusivas; não ser possível colocar determinada resposta em mais de uma categoria” (apud DUARTE, 2012, p. 79).

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O francês Pierre Zémor destaca-se como o autor que mais exerceu influência nos estudos brasileiros sobre comunicação pública até o momento, conforme destaca Duarte (2009, p. 60). O pesquisador tornou-se conhecido no Brasil por meio da tradução adaptada pela Profa. Elizabeth Brandão, em 1995, da obra *La communication publique*.

Zemor (2009, p. 214) estabelece uma intrínseca relação entre a comunicação pública e as instituições públicas, cabendo a estas a missão de tornar conhecidas as informações de interesse público, que dizem respeito a toda a sociedade, o que inclui dados públicos acumulados e organizados, serviços que são disponibilizados, regras e normas de como fazer uso de serviços. No rol de ações de comunicação pública que as instituições públicas têm o dever de desenvolver, incluem-se também a necessidade de prestar contas, realizar campanhas e estabelecer diálogos possibilitando a participação da sociedade em processos decisórios.

A perspectiva apontada por Zemor sobre comunicação pública identifica-se com a cidadania, na medida em que valoriza o direito a informação, defende o acesso a bens sociais, prioriza o interesse público, instiga o diálogo e a participação e ratifica a responsabilidade das instituições públicas na distribuição dos bens sociais.

A cidadania envolve o conjunto de direitos e deveres das pessoas na sociedade, com vistas a distribuir os bens sociais e garantir uma vida digna. Embora sejam provenientes de valores universais, os direitos estão relacionados a decisões políticas. Conforme Soares (2004, p. 51), diferem de um país para outro, por estarem vinculados à ordem jurídica e política de cada nação.

Embora a existência de leis não assegure a cidadania, elas são um instrumento importante de referência para atuação das instituições e das pessoas, principalmente na defesa de direitos que contribuam para diminuir as desigualdades. Dallari (2004, p. 39) afirma que “com a proclamação, a garantia e a promoção de direitos, o que se dá é o reconhecimento de que o direito existe e deve ser respeitado por todos, devendo-se fazer o possível para que seja efetivado”.

Assim como a cidadania, a comunicação pública também trata-se de uma conquista, que resulta tanto do amadurecimento dos profissionais da área quanto da participação política da sociedade. Isto porque exige dos profissionais a mudança de foco na prática da comunicação e conquista de apoio da gestão das instituições para empreender esta mudança. Por parte da sociedade, exige engajamento para o diálogo e a participação política.

Bucci (2021) entende que quando as instituições públicas deixam de discutir e definir uma política de comunicação, colaboram para a falta de democracia. Nessa perspectiva, a maior parte das instituições de ensino superior, que não têm o direcionamento para a área de comunicação formalmente constituído, estão a dever à sociedade uma comunicação mais efetiva.

A elaboração de uma política de comunicação por parte das universidades públicas pode colaborar como elemento norteador de práticas da comunicação pública, ao orientar o planejamento estratégico, planos, projetos, ações e produtos a partir de valores e princípios comprometidos com o interesse público, numa perspectiva para além da informação, incluindo a perspectiva de relacionamento.

LEVANTAMENTOS INICIAIS

Em 2013, o Instituto Federal de Santa Catarina publicou sua primeira versão de Política de Comunicação e, a partir daí, outras 13 instituições da rede federal de educação superior também seguiram o mesmo caminho e estabeleceram formalmente

suas diretrizes de comunicação.

Estudos sobre política de comunicação em instituições federais de ensino superior têm surgido, desde então, como a dissertação de Marcela Lin, defendida em 2013, intitulada Política de comunicação em instituições de educação profissional, científica e tecnológica: proposta a partir da experiência do IFSC. A pesquisa analisa o processo de elaboração da política de comunicação enquanto experiência de aprendizagem organizacional para uma mudança estratégica.

Também estuda o objeto a tese defendida por Solange Prediger (2023): A implementação de uma política de comunicação organizacional integrada, estratégica e pública em uma instituição federal de ensino superior: um modelo a partir da experiência da UFSM. A pesquisa estuda as estratégias e desafios para elaboração e implantação da Política.

Também foram publicados artigos, como o de Moisés Calheiros e Célia Maria da Silva Carvalho, sobre A Importância da institucionalização de uma Política de Comunicação nas Universidades Federais (2020).

Percebemos que os estudos sobre o objeto têm despertado interesse, porém, são poucos ainda os estudos, demonstrando relevância de novos estudos e perspectivas.

Quanto às contribuições para a comunicação pública que a estratégia de estabelecer uma política de comunicação pode trazer para as Ifes, não encontramos estudos, demonstrando a importância da investigação que propomos.

CONSIDERAÇÕES

Política de comunicação tem sido discutida no Brasil principalmente relacionada a atuação de veículos e conglomerados de comunicação, com foco em questões políticas e econômicas. Relacionada a ambientes organizacionais são poucos os estudos encontrados, destacando-se o trabalho de Wilson Bueno, tanto como teórico, como consultor. Bueno (2009) explica que isso ocorre por ser difícil encontrar exemplos devidamente documentados, sendo os casos de maior destaque na literatura de comunicação o da Rhodia (1985) e o da Embrapa, da década de 80.

Embora, conforme atesta Bueno (2009, p. 307), as organizações brasileiras “não têm se preocupado em definir, de maneira sistemática e competente, diretrizes gerais e específicas de comunicação, internamente pactuadas e explicitamente

indicadas, de modo a construir uma autêntica política de comunicação”, iniciativas estão surgindo, a partir das instituições federais de ensino superior, um *locus* apropriado para a experimentação e divulgação de conhecimentos científicos.

Um estudo sobre políticas de comunicação poderá colaborar, de forma geral, para ampliar os estudos sobre o tema. E, de forma particular, contribuirá para estudos sobre política de comunicação em instituições públicas, especialmente em instituições federais de ensino superior.

A ausência de uma política de comunicação indica que a comunicação não é percebida como componente estratégico de gestão e relacionamento com a sociedade. Conseqüentemente, recursos deixam de ser direcionados para o setor, as ações de comunicação atendem menos as necessidades da instituição e os direitos da sociedade, que é prejudicada no acesso a informações, espaços de discussões e serviços a que tem direito. Por outro lado, a existência de política de comunicação demonstra o compromisso em melhorar a comunicação e contribuir para a cidadania.

REFERÊNCIAS

BUENO, Wilson da Costa. **Comunicação Empresarial: políticas e estratégias**. São Paulo: Saraiva, 2009.

BUCCI, Eugênio. **O papel da comunicação pública na democracia**. Congresso Brasileiro de Comunicação Pública e Cidadania. Acesso em 27/02/2024: https://www.youtube.com/watch?v=731YHecTne4&list=PLTtVU0kdT_nJ4jRrDoJmKBytI4hTfiR5k&index=4

DALLARI, Dalmo de Abreu. **Um breve histórico dos direitos humanos**. In: CARVALHO, José Sérgio (org.). Educação, cidadania e direitos humanos. Petrópolis, RJ: Vozes, 2004.

DUARTE, Jorge (org.). **Comunicação Pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público**. São Paulo: Editora Atlas S.A., 2009.

DUARTE, Jorge (org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Editora Atlas S.A., 2012.

LIN, Marcela. **Política de comunicação em instituições de educação profissional, científica e tecnológica**: proposta a partir da experiência do IFSC. Dissertação, Instituto Federal de Santa Catarina, 2013

PREDIGER, Solange. **A implementação de uma política de comunicação organizacional integrada, estratégica e pública em uma instituição federal de ensino superior**: um modelo a partir da experiência da UFSM. Tese, Universidade Federal de Santa Maria, 2023. Repositório: <http://repositorio.ufsm.br/handle/1/29542>. Acesso em 23/06/2024.

SOARES, Maria Victoria Benevides. **Cidadania e direitos humanos**. In: CARVALHO, José Sérgio. Educação, cidadania e direitos humanos. Petrópolis: Editora Vozes, 2004.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: A pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 1987.

ZEMOR, Pierre. **As formas da comunicação pública**. In: DUARTE, Jorge (org.). Comunicação Pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público. São Paulo: Editora Atlas S.A., 2009.