

DESAFIOS DA COMUNICAÇÃO PÚBLICA EM INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR DO INTERIOR ¹

Tássia Fernandes Gouveia de Lima²
Universidade Federal de Jataí

Estael de Lima Gonçalves³
Universidade Federal de Jataí

Fernanda da Cunha Barbosa⁴
Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro

RESUMO

A partir da análise documental de relatórios da UFJ e da UFRRJ e das vivências das gestoras da área, este estudo identifica entraves estruturais à comunicação pública institucional em IFES interiorizadas. Recursos humanos escassos, orçamento restrito e baixa infraestrutura comprometem a gestão da informação e a relação com a sociedade. Conclui-se que a valorização institucional da comunicação é essencial para fortalecer a identidade, a transparência e o pertencimento acadêmico.

PALAVRAS-CHAVE: comunicação institucional, ensino superior, interiorização, desafios, visibilidade

INTRODUÇÃO

A comunicação institucional desempenha um papel essencial na promoção da identidade, transparência e engajamento das instituições federais de ensino superior (IFES). No entanto, instituições localizadas no interior enfrentam desafios específicos que impactam sua capacidade de comunicação e visibilidade. Este estudo analisa os principais desafios da comunicação institucional nessas instituições, com base na realidade da Universidade Federal de Jataí (UFJ) e da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ).

O estudo permitiu identificar desafios estruturais e operacionais que impactam a gestão da comunicação pública em instituições interiorizadas.

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Comunicação Pública e Educação: Desafios na Valorização e Divulgação do Ensino Superior, evento integrante da programação do 25º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, realizado de 20 a 22 de maio de 2025.

² Produtora Cultural na UFJ, email: tassiafernandes@ufj.edu.br

³ Técnica em Assuntos Educacionais e Diretora da Secretaria de Comunicação na UFJ, email: estaellima@ufj.edu.br

⁴ Jornalista e Coordenadora da Coordenadoria de Comunicação Social na UFRRJ, email: comunicacao@ufrrj.br

As duas instituições, apesar de localizadas fora das capitais, apresentam realidades bastante diversas, o que permite estabelecer um panorama que pode ser exemplar do que ocorre em todo o país em relação aos desafios enfrentados pela comunicação pública institucional das instituições de ensino superior federais.

Este estudo adota uma abordagem qualitativa, com base na análise documental de relatórios de gestão recentes da UFJ e da UFRRJ, complementada pela observação indireta das práticas de comunicação adotadas por essas instituições e das vivências das gestoras da área. A análise concentrou-se na identificação de aspectos estruturais, operacionais e contextuais que influenciam a comunicação pública universitária em instituições interiorizadas. A metodologia fundamenta-se nos pressupostos da análise institucional e da comunicação pública como campo de mediação democrática (Brandão, 2020; Matos, 2019).

A origem da UFRRJ remonta ao ano de 1910, com a Escola Superior de Agricultura e Medicina Veterinária. Está localizada na cidade de Seropédica, no estado do Rio de Janeiro, com câmpus universitários também nos municípios de Nova Iguaçu, Três Rios e Campos dos Goytacazes. Segundo dados do ano de 2023, a UFRRJ tem um corpo discente de graduação de cerca de 21 mil pessoas, entre estudantes dos cursos presenciais e Educação a distância (EAD). São 60 cursos de graduação e 40 programas de pós-graduação. O Câmpus sede da instituição conta com o curso de Comunicação Social, com habilitação em jornalismo, o que pode contribuir para a estrutura de comunicação institucional.

Já a UFJ, enquanto universidade autônoma, tem sua origem no ano de 2018, com sua desvinculação da Universidade Federal de Goiás (UFG), sendo conhecida como uma universidade supernova. A origem da instituição remonta à implantação do Campus Avançado de Jataí da UFG, no ano de 1980. Com um corpo discente de cerca de 4 mil estudantes, a UFJ conta com 25 cursos de graduação e 15 cursos de pós-graduação stricto sensu. A instituição não tem em sua estrutura cursos da área de comunicação.

A rede de comunicação pública formada pelas IFES brasileiras é a maior de toda a América Latina (Almeida, 2024) e pode, e deve, funcionar como um recurso valioso de diálogo e articulação com a sociedade, gerando resultados como a expansão do

confiança das pessoas na ciência e nas instituições, além da valorização dos serviços e dos profissionais das IFES, entre tantos outros.

A pesquisa “Percepção Pública da Ciência e Tecnologia no Brasil 2023”, realizada pelo Centro de Gestão e Estudos Estratégicos (CGEE), em colaboração com o Instituto Nacional de Comunicação Pública da Ciência e Tecnologia (INCT-CPCT) e a Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência (SBPC), revela que mais de 60% dos brasileiros se interessam por ciência e tecnologia, apesar dos ataques que o campo tem sofrido nos últimos anos, o que denota a existência de amplo campo para a atuação da comunicação pública, sobretudo aquela voltada para a popularização da ciência.

Em análise da série histórica dessa mesma pesquisa é possível identificar que as fontes de informação que mais inspiram confiança para as pessoas não são os cientistas, que representavam apenas 7,8% na pesquisa de 2015 e, apesar de um acréscimo considerável, alcançam a confiança de apenas 12,9% dos entrevistados em 2023. A comparação com os líderes de confiança, jornalistas e médicos - na pesquisa de 2015 os dois grupos profissionais somavam 47,7% de confiança e 51,5% em 2023 - destaca a importância de uma aproximação efetiva de quem produz ciência com a sociedade.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

A escassez de profissionais especializados em comunicação, sobretudo nas IFES mais jovens e interiorizadas, compromete a qualidade e a regularidade da produção informativa. O relatório de gestão da UFJ de 2023 evidencia a ausência de equipes robustas para lidar com as múltiplas demandas da comunicação pública. Isso acarreta uma descentralização desordenada da comunicação, prejudicando a construção de uma narrativa institucional coesa (Brandão, 2020).

Cabe destacar que o Decreto nº 10.185/2019 (Brasil, 2019) proibiu a realização de concursos públicos e o provimento de cargos efetivos na administração pública federal vinculados às áreas de comunicação, afetando profissionais como jornalistas, relações-públicas, publicitários, programadores visuais e técnicos em audiovisual. Essa medida tem gerado consequências graves, especialmente para as universidades federais recém-criadas, que dependem da contratação de pessoal qualificado para consolidar suas estruturas e garantir o pleno funcionamento de suas atividades.

Já a UFRRJ, mesmo contando com um curso de Comunicação Social em seu campus sede, ainda enfrenta sobrecarga dos profissionais alocados na área, refletindo um padrão nacional nas IFES, onde a comunicação institucional muitas vezes é relegada a uma função administrativa e não estratégica (Jacomini & França, 2018). Nas universidades mais antigas, como a UFRRJ, o citado decreto de 2019 impede a reposição de postos de trabalho e de novos concursos para suprir as demandas prementes.

Ambas as instituições apontam para a limitação orçamentária como um fator crítico. A UFJ, como universidade recente e em fase de consolidação, enfrenta entraves significativos para investir em equipamentos, plataformas digitais e contratação de serviços especializados. Essa realidade está alinhada com os estudos de Brandão (2020), que ressaltam como a subvalorização orçamentária da comunicação impacta diretamente sua efetividade, sobretudo nas IFES de menor porte.

Problemas como conexão instável à internet, falta de equipamentos de gravação e edição, bem como limitações energéticas, são recorrentes nos campi interiorizados. Tais condições dificultam não apenas a produção de conteúdo, mas também sua disseminação em canais digitais. A UFRRJ, apesar de mais consolidada, também relata dificuldades de infraestrutura nos campi fora da sede principal, limitando a atuação da comunicação descentralizada.

A distância geográfica das grandes capitais e das redações da grande imprensa é um fator que contribui para a baixa visibilidade das IFES interioranas. Esse aspecto é agravado pela pouca cultura digital em algumas regiões, dificultando a criação de vínculos duradouros com as comunidades locais (Matos, 2019). Há um descompasso entre o potencial comunicativo das ações acadêmicas e o alcance efetivo dessas informações.

Universidades situadas em grandes centros urbanos tendem a atrair mais atenção da mídia, de estudantes e de financiadores. A UFJ, ainda em processo de consolidação, enfrenta grande desafio em competir por visibilidade com universidades como a UFG, da qual se originou. Esse fenômeno reforça a necessidade de estratégias de comunicação territorializadas e que valorizem as especificidades locais (Almeida, 2024).

A falta de políticas sistemáticas de formação continuada para os profissionais de comunicação é outro entrave apontado nos relatórios. O déficit de capacitação impede a

adoção de boas práticas em assessoria de imprensa, comunicação digital, linguagem acessível e estratégias multiplataforma. Segundo Jacomini & França (2018), o investimento em formação é decisivo para qualificar a comunicação pública universitária, aproximando-a de padrões democráticos e participativos.

A baixa participação da comunidade acadêmica nos processos de comunicação, sobretudo em cursos noturnos, compromete a efetividade das estratégias de engajamento institucional. Esse distanciamento é reflexo tanto de falhas na escuta ativa quanto da ausência de mecanismos que promovam o sentimento de pertencimento institucional (Brandão, 2020). A comunicação pública, nesse contexto, precisa ser compreendida como ferramenta de mobilização social e não apenas de divulgação.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os desafios enfrentados pelas IFES interiorizadas revelam um cenário de vulnerabilidade estrutural e simbólica da comunicação pública institucional. Recursos humanos insuficientes, infraestrutura precária, limitação orçamentária e baixo engajamento comunitário são elementos que dificultam a consolidação de práticas comunicacionais democráticas e eficazes.

Superar tais entraves exige uma articulação interinstitucional que promova o compartilhamento de experiências, o fortalecimento das redes de comunicação pública e o investimento contínuo em infraestrutura e capacitação. É imperativo reconhecer a comunicação pública institucional não como um setor acessório, mas como um vetor estratégico para o desenvolvimento acadêmico, científico e social das universidades.

As experiências da UFJ e da UFRRJ, embora distintas, evidenciam a importância de políticas públicas e institucionais que valorizem a comunicação como elemento central para o fortalecimento da ciência, da educação e da cidadania.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, C. (2024). Comunicação pública e universidades federais: desafios e perspectivas. **Revista Comunicação & Sociedade**, 46(1), 112-129.

BRANDÃO, J. (2020). Comunicação pública em instituições de ensino superior: entre a transparência e a invisibilidade. **Revista Latinoamericana de Comunicação**, 9(2), 85-103.

BRASIL. Decreto nº 10.185, de 4 de dezembro de 2019. Proíbe a realização de concursos públicos e o provimento de cargos efetivos na administração pública federal direta, autárquica e fundacional, nas áreas de comunicação social e de produção cultural. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, ed. 234, seção 1, p. 1, 5 dez. 2019.

Disponível em:

http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2019/decreto/D10185.htm. Acesso em: 20 mar 2025.

Confiança na ciência no Brasil em tempos de pandemia - 2022. Resumo Executivo. Brasília, DF: **Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia em Comunicação Pública da Ciência e Tecnologia**, 2022.

JACOMINI, M. A.; FRANÇA, V. (2018). Gestão da comunicação nas universidades federais brasileiras: um estudo sobre estrutura, desafios e possibilidades. **Revista Gestão Universitária**, 15(1), 34-52.

MATOS, H. (2019). A comunicação pública e a crise das instituições: para além da informação institucional. *Revista Brasileira de Comunicação Pública*, 13(25), 40-59.

Percepção pública da C&T no Brasil - 2015. Resumo Executivo. Brasília, DF: **Centro de Gestão e Estudos Estratégicos**, 2016.

Percepção pública da C&T no Brasil - 2023. Resumo Executivo. Brasília, DF: **Centro de Gestão e Estudos Estratégicos**, 2024.