

"Quem somos": o papel dos comunicadores no estabelecimento da identidade organizacional do Instituto Federal Catarinense.¹

Rafaela Zorzetto DE CAMARGO²

Denise FERNANDES³

Instituto Federal Catarinense, Blumenau, SC

RESUMO

A pesquisa “Quem somos: o papel dos comunicadores no estabelecimento da identidade organizacional do Instituto Federal Catarinense” busca compreender qual o entendimento que os comunicadores, atuantes na instituição no ano de 2022, têm sobre a identidade organizacional do Instituto. Trata-se de uma pesquisa em andamento, realizada no âmbito do Mestrado Profissional em Educação Profissional e Tecnológica (ProfEPT), na área de Ensino, ofertado no IFC *Campus* Blumenau, em Santa Catarina. Os processos educativos sempre estiveram atrelados às transformações sociais. As mudanças econômicas, políticas e culturais, em cada época, alteraram os modos de organizar a produção, influenciando, dessa maneira, nos processos educativos. (ALMEIDA & SUHR, 2012). Entre diversas discussões sobre a necessidade de uma educação unitária e universal, destinada à superação da dualidade entre cultura geral e cultura técnica, o início dos anos 2000 foi marcado por uma expansão da Educação Profissional no cenário brasileiro. (MOURA, 2007). Com a proposta de um novo modelo de instituição, em 29 de dezembro de 2008, por meio da Lei 11.892, foram criados os Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia (Institutos Federais ou IFs). Um dos principais propósitos dos Institutos Federais, conforme enuncia Pacheco (2015), é a superação da dualidade estrutural entre ensino profissionalizante e ensino acadêmico, articulando trabalho, ciência e cultura na perspectiva da emancipação humana. Considerando as diversas singularidades desta proposta de instituição, pode-se citar

¹ Trabalho apresentado na DT 6 – Interfaces Comunicacionais do XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 16 a 18 de junho de 2022

² Mestranda do Programa de Mestrado em Educação Profissional e Tecnológica em Rede - ProfEPT, Instituto Federal Catarinense (IFC). Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda, Universidade de Passo Fundo (UPF). E-mail: rafaela.zorzettodecamargo@gmail.com

³ Doutora em Fisiologia Vegetal, Universidade Federal de Viçosa (UFV). Docente do Programa de Mestrado em Educação Profissional e Tecnológica em Rede - ProfEPT, Instituto Federal Catarinense (IFC). E-mail: denise.fernandes@ifc.edu.br

como uma das principais o compromisso com a formação humana integral em todos os níveis e modalidades. Especializados na oferta de Educação Profissional e Tecnológica (EPT) nos diferentes níveis e modalidades de ensino, os Institutos Federais oferecem diversos tipos de cursos, quais sejam: qualificação profissional, educação profissional técnica de nível médio, cursos superiores de tecnologia, de licenciatura e de bacharelado, e pós-graduação - *lato e stricto sensu*. Dentre o conjunto de profissionais que atuam nessas instituições, existem aqueles que têm como função específica dos cargos promover a comunicação entre a instituição e seus públicos, atuando no planejamento e execução da comunicação organizacional. De acordo com Brandão (2012) a principal característica da comunicação organizacional se concentra em estabelecer relacionamentos com os diversos públicos, a fim de construir uma identidade e uma imagem dessas organizações, sejam elas públicas ou privadas, a partir de uma compreensão estratégica da comunicação. No caso de instituições públicas, trata-se de comunicar aos cidadãos a oferta dos serviços públicos e os mecanismos para que tenham acesso a eles, com ações estabelecidas e alinhadas com os valores e propósitos da organização (CEZAR, 2019). É fundamental o papel que a comunicação ocupa no processo que abrange a definição de identidade organizacional de uma instituição, na formação da imagem no imaginário dos indivíduos bem como a construção da reputação ao longo do tempo. Ou seja, é a partir da comunicação organizacional que os públicos percebem a identidade da organização e, por meio dela, constroem a imagem organizacional e a reputação (FERREIRA, 2018). Conforme afirma Kunsch (2008) é preciso que a comunicação seja vista de maneira integrada, não fragmentada, agregando valor à organização e auxiliando no cumprimento da missão e na fixação pública de seus valores. Partindo de uma perspectiva em que a comunicação é entendida como estratégica, as ações de comunicação tendem a distanciar-se de atuações meramente funcionais, sendo a comunicação concebida, portanto, como um fenômeno que é inerente à natureza das organizações, desenrolando-se em várias dimensões e sujeita às influências conjunturais e dos contextos econômicos, sociais, políticos, culturais e tecnológicos (KUNSCH, 2008). Almeida (2008) ressalta que o entendimento de conceitos como cultura, identidade, imagem e reputação organizacionais tornam-se cada vez mais importantes na relação das organizações com seus grupos de relacionamento, tanto internos quanto externos, à medida que interagem

e se inter-relacionam, num espaço de criação e renovação de intercâmbio simbólico. O conceito de identidade organizacional pode ser descrito, conforme Almeida (2008), como uma série de atributos entendidos como exclusivos de uma instituição por seus componentes, não sendo necessariamente comum a todos, mas sustentado por grupos específicos que determinam papéis, regras, procedimentos, símbolos, etc. Por outro lado, a imagem organizacional, de acordo com Torquato (2008), é o reflexo da organização de acordo com a percepção de seus públicos. Logo, quanto mais a imagem traduzir aquilo que a organização realmente é, ou seja, quanto mais a imagem retratar a identidade, mais efetivo terá sido o processo de comunicação. Historicamente, a Educação Profissional no Brasil passou por diversas mudanças organizacionais e pedagógicas, o que exige uma atuação mais estratégica dos comunicadores atuantes nas instituições, com a finalidade de identificar a identidade e consolidar a imagem dos Institutos Federais. A partir de um conciso resgate histórico é possível pontuar algumas características que compõem cada período da Educação Profissional no Brasil. Entre essas fases, destaca-se o período da chegada da família real portuguesa e os anos decorrentes do século XIX, no qual várias instituições de ensino com caráter assistencialista foram criadas, destinadas ao atendimento de órfãos e desvalidos. Durante a Segunda Revolução Industrial, que ocorreu no final do século XIX, novas tecnologias foram descobertas e, conseqüentemente, ampliaram-se os processos de produção em massa. Tais transformações afetaram a organização da escola e o conhecimento, antes transmitido por meio do “aprender fazendo”, foi adaptado a processos formais, escolarizados (ALMEIDA & SUHR, 2012). Em 1937, com a outorga da nova Constituição do Brasil até a década de 90, com a tramitação da nova LDB no Congresso Nacional, foram vários avanços e retrocessos no que respeita a discussão sobre a “dualidade estrutural”. Tal termo se destina a conceituar uma formação com viés acadêmico, intelectualizado, destinada à elite, enquanto que a outra é direcionada para a classe trabalhadora, orientada pela demanda do mercado e empenhada na formação de mão de obra. (KUENZER, 2005 *apud* ALMEIDA & SUHR, 2012). Sem o intuito de demarcar ou reduzir os fatos e acontecimentos históricos, mas com o objetivo de assinalar as características mais evidentes que ainda hoje perpassam e compõem a identidade dos Institutos Federais, pode-se elencar como principais: a de cunho assistencialista, a direcionada ao setor produtivo e a que colabora para a formação

humana integral. É possível afirmar que esse intrincado de concepções teóricas e pedagógicas que permeiam a história da Educação Profissional acarreta certa dificuldade na consolidação da atual identidade dos Institutos Federais (LOUREIRO, 2020). Nesse sentido, apesar de terem completado uma década de existência, os IFs ainda buscam a consolidação de seu papel junto à sociedade, por meio do fortalecimento do que vem a ser a instituição na sua essência, em busca de uma identidade para além da definição meramente legal (PACHECO, 2015). Com a finalidade de contribuir com as discussões sobre esse tema, a pesquisa em curso tem como objetivo compreender quais são as percepções que os comunicadores, atuantes na instituição em 2022, têm sobre a identidade organizacional do Instituto Federal Catarinense (IFC). Metodologicamente, esta será uma pesquisa translacional, uma vez que pretende que os conhecimentos acadêmicos gerados possam ser aplicados em um produto educativo voltado às demandas da sociedade (CAPES, 2019), como também será uma pesquisa qualitativa e exploratória. A coleta de dados se dará a partir de entrevistas semiestruturadas com os comunicadores dos 16 *campi* do IFC. Ao mesmo tempo, o estudo de textos e legislação que orientam a criação dos IFs, bem como de documentos basilares do IFC, permitirá a análise dos dados coletados pelas entrevistas, que tomará como referência metodológica a análise de Conteúdo proposta por Bardin (2011), na modalidade temática. O roteiro de entrevista será baseado em 4 grandes temas, quais sejam: escola, Educação Profissional e Tecnológica, identidade e imagem organizacional e atividades de comunicação, com as perguntas agrupadas de acordo com a finalidade dos dados que se pretende obter. A intenção é verificar quais as semelhanças entre as percepções dos comunicadores, explicitadas por meio das respostas na entrevista, com os atributos identificados nos textos oficiais pesquisados. A partir das especificidades da atuação profissional dos comunicadores, será proposto um Glossário de Comunicação da Educação Profissional e Tecnológica. Espera-se que esta pesquisa possa contribuir com as discussões sobre a identidade organizacional do Instituto Federal Catarinense, disponibilizando aos comunicadores mais informações sobre as características que compõem a "essência" da instituição.

PALAVRAS-CHAVE: comunicação; identidade organizacional; Educação Profissional e Tecnológica; Institutos Federais.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Ana Luisa de Castro Almeida. A construção de sentido sobre “quem somos” e “como somos vistos”. In: MARCHIORI, Marlene. **Faces da cultura e da comunicação organizacional**. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2008. p. 31-50

ALMEIDA, A. C. de, & SUHR, I. R. F. (1). Educação profissional no Brasil: a construção de uma proposta educativa dual. **Revista Intersaberes**, 7(13), 81-110. <https://doi.org/10.22169/revint.v7i13.248>

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011, 229 p.

BRANDÃO, E. P. (2012). **Conceito de comunicação pública**. In: DUARTE, J. (Org.), **Comunicação pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público** (pp. 1-34). São Paulo: Atlas.

CAPES. Diretoria de Avaliação. **Documento de área 2019**. Área de avaliação: Ensino. 2019. [S.I]. Disponível em: <https://www.gov.br/capes/pt-br/centrais-de-conteudo/ENSINO.pdf>. Acesso em: 01 de maio de 2022.

FERREIRA, Dôuglas Aparecido. O uso estratégico da identidade, imagem e reputação organizacional: contribuição da comunicação sobre as possibilidades e desafios dessa prática. **ForScience: revista científica do IFMG, Formiga**, v.6, n.3, e00429, jul./dez. 2018.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Comunicação organizacional: conceitos e dimensões dos estudos e das práticas**. In: Marchiori, M. (org) **Faces da cultura e da comunicação organizacional**. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2008, p.167-190.

LOUREIRO, Thiago. **Trabalho, subjetividade e identidade dos Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia: Análise de um caso *sui generis***. 2020. 471 f. Tese (Doutorado em Educação) - Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2020.

MOURA, Dante Henrique. Educação básica e Educação Profissional e Tecnológica: dualidade histórica e perspectivas de integração. **Holos**, Ano 23, Vol. 2 - 2007. p. 04-30.

PACHECO, Eliezer Moreira. **Fundamentos Político-Pedagógico dos Institutos Federais**, IFRN, 2015

TORQUATO, Gaudêncio. **Tratado de Comunicação: organizacional e política**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2008.