

A comunicação pública nas universidades: propostas que contemplam o diálogo e o pertencimento na UFPR¹

Juliana Marques BORGHI²

João Cubas MARTINS³

Universidade Federal do Paraná, Curitiba, PR

Resumo

O trabalho proposto tem o objetivo de incentivar a discussão teórica e empírica sobre a relação existente entre a comunicação pública e o planejamento institucional realizado nas universidades brasileiras. São expostos, neste sentido, conceitos e ações promovidas pela Superintendência de Comunicação (Sucom) da Universidade Federal do Paraná (UFPR), com o objetivo de apresentar alguns produtos desenvolvidos, que priorizam as construções sociais. A metodologia traz referencial teórico sobre a temática, pesquisa documental e análise interpretativa da relação entre a produção da Sucom e os conceitos envolvendo diálogo, transparência e compromisso com a educação pública. As observações finais contribuem para a compreensão sobre a comunicação enquanto processo que permeia a compartilhamento de saberes.

Palavras-chave: comunicação pública; universidades; inclusão social; conhecimentos e saberes.

Introdução

As universidades públicas desenvolvem planejamentos institucionais estratégicos que compreendem a comunicação enquanto processo de inclusão social e de compartilhamento de conhecimentos. Além do avanço em políticas que trazem estes conceitos, ações e produtos vêm sendo formados a partir da necessidade do diálogo com a comunidade externa. Estes processos visam publicizar o que a universidade faz, para aproximar as pessoas destes ambientes, e reconhecer a contribuição delas para esta construção.

O acesso às informações por meio da tecnologia, de acordo com Valério e Bazzo (2006), potencializa o conhecimento compartilhado e desenvolve a midiatização. A

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Pesquisa Comunicação Pública e Política atividade integrante do XX Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e Relações Públicas.

² Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFPR (PPGCOM/UFPR), e-mail: juliana.marques@ufpr.br

³ Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFPR (PPGCOM/UFPR), e-mail: joaocubas@ufpr.br.

comunicação pública no ambiente educacional, além, compreende a necessidade de ações que fortaleçam os relacionamentos e o interesse social, pela junção de pautas coletivas. E neste caminho, a concretização de mudanças reais, de acordo com as demandas do mundo real (Stredier, 2012; Stredier, Kawamura, 2014).

Desta forma, a proposta traz o papel institucional da Superintendência de Comunicação da Universidade Federal do Paraná (Sucom/UFPR), atrelado a estes conceitos; assim como suas ações e produtos planejados a partir da compreensão das teorias apresentadas.

Comunicação Pública nas Universidades

As universidades públicas, especialmente nas últimas décadas, têm investido em ações que publicizem seu trabalho acadêmico e social. Propostas envolvendo o público interno e externo tem crescido, com o objetivo de aproximar e transformar realidades. As instituições de ensino, governo e agências de fomento têm percebido a importância de o cientista envolver o público em suas pesquisas, especialmente nas últimas décadas (Entradas et al, 2020).

Neste processo, a comunicação, de acordo com Castelfranchi (2008), possibilita um caminho essencial para legitimar a exposição de ideias e a participação social. Trata-se de divulgar, mas sensibilizar e estreitar o contato social, para a construção de saberes.

Além do planejamento interno, ações envolvendo outras entidades parceiras, a exemplo do Colégio de Gestores de Comunicação (Cogecom)⁴, e da Associação Nacional dos Dirigentes das Instituições Federais de Ensino Superior (Andifes)⁵, são consideradas importantes para o fortalecimento da comunicação pública.

O papel e compromisso institucional das universidades públicas pauta-se no desenvolvimento de ações que gerem pertencimento e reconhecimento da identidade. Trata-se do estabelecimento de uma relação com os públicos para propor outras abordagens, estratégias de envolvimento e movimentações, vistas a buscar propostas de

⁴ Disponível em: <https://www.andifes.org.br/colegios/cogecom/>. Acesso em 15.out.2025

⁵ Disponível em: <https://www.andifes.org.br/>. Acesso em 15.out.2025

diálogos e ações que despertem o interesse coletivo, ou seja, questões de interesse de todos (Matos, 2009a).

A Superintendência de Comunicação da UFPR

O planejamento da comunicação na UFPR vem se estruturando, por meio da Superintendência de Comunicação – Sucom⁶, em conjunto com outras áreas, como extensão, cultura, pesquisa, ensino, inovação e tecnologia etc. O compromisso institucional é guiado pelos conceitos que endossam a comunicação pública como eixo prioritário para a compreensão dos conceitos, demandas, estruturas e ações, inclusive para a comunicação de riscos.

A estrutura da Sucom contempla subáreas propostas de acordo com a compreensão da necessidade de demandas institucionais direcionadas pelas categorias dos profissionais que a compõem. Entre elas: relações públicas, jornalismo, design, publicidade e audiovisual, e de núcleos específicos, como de divulgação científica e redes sociais digitais.

Além da rede interna de comunicação, o relacionamento com instituições federais e nacionais, como a ⁷[OBJ] também se destaca como uma instância governamental voltada à mediação entre Estado e sociedade, abordando temas relacionados às tecnologias da informação e à comunicação pública.

Neste sentido, a Sucom trabalha com a comunicação integrada que prioriza a valorização e reconhecimento de uma educação pública e de qualidade, por meio dos seguintes processos e produtos, a citar: Portal institucional⁸, Rede oficial⁹ e UFPR TV¹⁰, entre demais.

Proposta de Metodologia

A metodologia proposta para análise deste trabalho inclui uma perspectiva qualitativa e interpretativa, de forma a relacionar os conceitos abordados sobre a comunicação pública: operadores teóricos, levantamento de informações a respeito dos

⁶ Disponível em: <https://ufpr.br/comunicacao/>. Acesso em 15. out. 2025.

⁷ Disponível em: <https://www.ebc.com.br/>. Acesso em 15.out.2025.

⁸ Disponível em: <https://ufpr.br/>. Acesso em 15. out. 2025.

⁹ Disponível em: https://www.instagram.com/ufpr_oficial/. Acesso em 15. out. 2025.

¹⁰ Disponível em: <https://tv.ufpr.br/>. Acesso em 15. out. 2025.

produtos da Superintendência de Comunicação; e a partir da coleta realizada, considerações sobre a relação entre os conceitos expostos e o planejamento institucional da Sucom.

A proposta de análise considera, a priori, as seguintes unidades e produtos: jornalismo (portal institucional), design e publicidade (seleção de algumas campanhas), relações-públicas (rede de comunicação interna), e núcleo de redes sociais (instagram oficial da UFPR).

A análise relaciona cada uma das áreas com os seguintes tópicos, e posteriormente cruzamento dos dados, especialmente sob o ponto de vista qualitativo. A seguir um exemplo de como será apresentada a análise.

1. **Área** - qual área da comunicação será contemplada (jornalismo).
2. **Propostas e produtos** - informações a respeito do que a superintendência desenvolve (portal institucional).
3. **Públicos** - perfil mais detalhado das pessoas que acessam os respectivos produtos (interno e externo).
4. **Conceitos abordados** – operadores teóricos que trabalham a temática da comunicação e interdisciplinares (divulgação científica).
5. **Planejamento estratégico** - como são desenvolvidas as propostas institucionais, a partir das relações anteriores estabelecidas (são considerados critérios jornalísticos e a compreensão da linguagem simples e acessível).
6. **Ações** - o que é proposto por cada área: atividades, projetos etc (séries e editorias jornalísticas que contemplem o ambiente da universidade).

Considerações

O resumo propõe a apresentação do artigo científico que contempla a relação teórica e empírica sobre a comunicação pública e o planejamento institucional das universidades, a exemplo da Universidade Federal do Paraná.

De acordo com o foco exposto, considera-se relevante abordar a temática, não apenas para reflexões pertinentes sobre a comunicação nos ambientes universitários, mas como as áreas responsáveis pela comunicação estão organizando suas políticas e ações.

O entendimento da comunicação como processo dialógico nos permite, a priori, ir além de seu caráter instrumental, abordando assim, de forma estratégica o estreitamento

interno e externo, por meio da construção social e do aprimoramento desta relação, no longo prazo.

Referências

ENTRADAS, M.; CONEJERO, J. A.; BAUER, M. W.; MUIRCHEARTAIGH, C.; MARCINKOWSKI, F.; OKAMURA, A.; PELLEGRINI, G., et al. Public communication by research institutes compared across countries and sciences: Building capacity for engagement or competing for visibility? PLOS ONE, 2020.

CARDOSO, G. A Comunicação da Comunicação. As pessoas são a mensagem. Lisboa: Editora Mundos Sociais, 2023.

CASTELFRANCHI, J. As serpentes e o bastão: tecnociência, neoliberalismo e inexorabilidade. Tese (Doutorado em Sociologia) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas. Campinas: SP, 2008a. Disponível em: <<https://cteme.files.wordpress.com/2009/06/castelfranchijuri.pdf>>. Acesso em: 18. ago. 2021.

LEWENSTEIN, B. V. Models of Public Understanding: The Politics of Public Engagement. ArtefaCToS, [s. l.], v. 3, n. 1, p. 13-29, 2010. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/231582161_Modelos_de_compreension_publica_la_politica_de_la_participacion_publica_Modelos_of_Public_Understanding_The_Politics_of_Public_Engagement>. Acesso em: 28 fev.2025.

MASSARANI, L. Comunicação da ciência e apropriação social da ciência: algumas reflexões sobre o caso do Brasil. Uni-pluri, 12, 92–100, 2012.

MATOS, H. A Comunicação Pública no Brasil e na França: desafios conceituais. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Anais XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Curitiba, de 2009.

STRIEDER, R. B., & KAWAMURA, M. R. D. Perspectivas de participação social no âmbito da educação CTS. Uni-pluri, 14(2), 101–110. 2014.

VALERIO, M.; BAZZO, W. A. O papel da divulgação científica em nossa sociedade de risco: em prol de uma nova ordem de relações entre ciência, tecnologia e sociedade. Revista IberoAmericana de Ciencia,Tecnologia, Sociedad e Inovación, n. 7, set./dez. 2006.