

Comunicação e Educação Superior Pública: percepção dos estudantes do Colégio Politécnico (UFSM) acerca do ingresso em IES¹

Elise Fernanda Pozzobon MELCHIOR²

Jaqueline Quincozes da Silva KEGLER³

Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS

Resumo

O presente trabalho objetiva analisar a percepção de estudantes do 3º ano sobre meios de informações sobre a educação superior, tensionando teoricamente a Comunicação Pública (Duarte, 2009) e Comunicação e IES (Stasiak, Kegler, 2024; Barichello; Amadori, 1998), no papel da comunicação com a centralidade no cidadão, que une os objetivos do público, das instituições e do Estado. A metodologia consiste na investigação através de questionários aplicados no Colégio Politécnico da UFSM em relação à educação superior. Os resultados sugerem que a percepção dos estudantes é necessária quando da criação de estratégias que estimulem o ingresso e a urgência de mobilização para legitimação do Ministério da Educação e das instituições de educação superior como fontes de informações qualificadas.

Palavras-chave

Comunicação pública; Educação Superior Pública; Ingresso; IES.

Corpo do trabalho

O presente estudo apresenta um recorte dos resultados advindos do Trabalho de Conclusão de Curso “Comunicação e Educação Superior Pública: MEC_Conecta e Descubra UFSM como estratégias de comunicação e estímulo ao ingresso”, defendido no ano de 2024, na Universidade Federal de Santa Maria, na temática da comunicação pública voltada para o ingresso em IES públicas.

O trabalho possuiu metodologias diferenciadas, que oportunizaram a análise de uma plataforma unificadora de conteúdos sobre a educação superior (MEC_Conecta), análise de materiais entregues e conversas despadronizadas durante o “Descubra

¹ Trabalho apresentado na Sessão Temática – Comunicação Pública e Comunicação de Risco, atividade integrante do XIX Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e Relações Públicas.

² Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação (POSCOM- UFSM), Universidade Federal de Santa Maria, elise.melchior@acad.ufsm.br

³ Professora Associada do Departamento de Ciências da Comunicação da UFSM; Docente Colaboradora no Programa de Pós-graduação em Comunicação da UFSM; Líder do Grupo de Pesquisa Comunicação e Desenvolvimento/CNPq; jaqueline.kegler@ufsm.br

UFSM 2024”, a feira de divulgação dos cursos da instituição, e questionário on-line e grupo focal, com a turma de terceiro ano do Colégio Politécnico da UFSM. Neste sentido, o recorte do presente trabalho se dará na apresentação dos resultados do questionário on-line com a turma.

A problematização diz respeito aos dados do Censo da Educação Superior de 2023 (Inep, 2024), em relação à quantidade de vagas disponibilizadas que não foram ocupadas, principalmente, quando do contexto das instituições de educação superior públicas, que apresentam inferioridade em relação ao preenchimento das vagas, sendo apenas 11,40% do ingresso (Brasil, 2024). E ainda, na informação de que cerca de 44,8% da população entre 18 e 24 concluintes do ensino médio, não frequentava a educação superior (Brasil, 2024). Assim, questiona-se: se há vagas e possíveis ingressantes, por que não ocorre o ingresso?

Neste sentido, o acesso à informação toma frente como uma alternativa de resposta. E assim, teoriza-se a Comunicação Pública por Jorge Duarte, de centralidade no cidadão, que perpassa as garantias de direito à informação, estímulo à participação e ao diálogo (Duarte, 2009). Quanto à informação, é necessário relembrar que esta é a “base primária do conhecimento, da interpretação, do diálogo, da decisão” (2009, p. 62), que depende do “conhecimento de sua existência, disponibilidade, oportunidade, acesso, do ambiente em que se viabiliza a interação, de linguagem adequada” (Duarte, 2009, p.64).

Quando no contexto das instituições de educação superior, a comunicação está a serviço dos interesses do público, da instituição e do Estado (Stasiak, Kegler, 2024), e quando sua atuação possui ênfase no exercício da cidadania, prova-se ainda mais relevante às instituições, pois proporciona, durante toda a jornada acadêmica a solidificação de significados, fortalecendo a sua legitimidade e visibilidade baseados na produção de conhecimento, na construção coletiva e na trajetória do processo de formação. Neste sentido, é essencial que a comunicação seja “vista como uma estratégia de desenvolvimento” (Barichello; Amadori, 1998, p. 48), e como fortalecedora do caráter público das instituições de educação superior.

Quando da metodologia do trabalho, as percepções dos estudantes do 3º ano do Ensino Médio em relação à educação superior, as formas de ingresso e meios de

informações, foram entendidas a partir da aplicação de um Questionário Online, oportunizando a resposta sem a presença do pesquisador e alcance do maior número de pessoas de maneira simultânea (Lakatos, Marconi, 2023). A escolha pela única turma de 3º ano do Colégio Politécnico da UFSM ocorreu por acessibilidade, e a aplicação foi realizada no período de 01 a 14 de outubro de 2024, com 28 respostas válidas.

O questionário abarcou diferentes categorias de perguntas, relacionadas à tomada de decisão, ou não, de instituição e curso de ensino superior; maior ou menor utilização de fontes de informação e mídias; presença do assunto em conversas com diferentes grupos e valor de importância para a decisão de algum curso ou instituição; entre outros. Os 28 respondentes afirmaram o interesse em continuar os estudos após conclusão do ensino médio e apenas 8 afirmaram que ainda não haviam realizado a sua decisão quanto à instituição de ensino.

As fontes de informações mais utilizadas foram apontadas como WhatsApp, Sites e Youtube. Por outro lado, as fontes específicas de informações sobre a educação superior apontam para a maior utilização das “Redes sociais do seu colégio/escola (site, instagram e outras)” e “Redes sociais de influencers sobre ensino superior (Youtube, Tiktok e outras)”; e em menor utilização estão “Redes sociais de um curso superior específico (site, instagram e outras)” e “Redes sociais do MEC - Ministério da Educação (site, instagram e outras)”.

Neste sentido, foi questionado a importância de diferentes fatores para a escolha da instituição, e as principais respostas selecionadas foram de Gratuidade da instituição, Formas de ingresso em curso superior (como Enem, Vestibular, e outros processos seletivos), Boa reputação da instituição de ensino e Região do País que se localiza. Quanto ao curso, 7 respostas negativas quanto a sua prévia decisão, assim justificadas por dúvida entre mais de um curso e ter dificuldades de fazer uma decisão, e ter medo de arrependimento da escolha.

Para a escolha de um curso de instituição de ensino superior, os fatores mais importantes selecionados foram “Afinidade com a área do curso”, seguido por “Oferta do Curso que tenho interesse”, e “Previsão de salário/remuneração na profissão que terei” e “Modalidade do curso: presencial ou à distância (EaD)”. Ao buscar entender se

há fatores que fazem os estudantes excluírem cursos de sua lista de opções, os principais resultados trouxeram a “Dificuldade de emprego na profissão” e “Previsão de salário/remuneração na profissão”.

Quanto às formas de ingresso na educação superior, todos os respondentes já haviam ouvido falar do Vestibular e do Processo Seletivo Seriado (PSS) da UFSM, e 3 estavam inscritos para ambos. Em relação às políticas públicas, sobre o Sistema de Seleção Unificada (SISU), 27 respostas já ouviram falar sobre e sabem o que é, e 2 respondentes já ouviram falar, mas não sabem muito bem o que é. Quanto ao Fundo de Financiamento ao Estudante do Ensino Superior (FIES), 15 respostas (51,7% dos respondentes) afirmam já ter ouvido falar e saber o que é, e 14 afirmam ter ouvido falar, mas não saber muito bem o que é. Quanto ao Programa Universidade para Todos (Prouni), 16 respondentes já ouviram falar e sabem o que é, e 13 respondentes já ouviram falar, mas não sabem muito bem o que é.

Neste sentido, é interessante refletir sobre algumas questões relacionadas, como das redes de informação mais utilizadas, suas dúvidas em relação à decisão de cursos e IES, e o papel da comunicação pública e das instituições nesta temática.

Quanto às fontes específicas mais utilizadas, percebe-se a importância de sites do colégio como fonte de informações, e o gargalo que o site do MEC e das instituições de educação superior apresentam, retomando a importância de criação de estratégias do MEC na retomada de seu espaço significativo de legitimidade, para além da operacionalização da qualidade da educação superior, mas também como fonte de produção e divulgação de informações qualificadas, evitando que ocorra o reposicionamento de outros atores na centralidade de passagem de informações sobre a educação superior.

Ademais, é essencial oportunizar o acesso às informações específicas, demonstradas como fatores essenciais na decisão sobre instituições ou cursos, seja de avaliação institucional ou de gratuidade, que também diz respeito ao conhecimento das políticas públicas que garantem o ingresso e permanência em uma instituição (Prouni e Fies). E neste sentido, o acesso retoma a linguagem simples e de fácil utilização, como é o caso da Plataforma MEC_Conecta.

Em conclusão, percebe-se a necessidade de uma ação conjunta entre as IES e

o MEC, em busca de retomada do protagonismo em relação às fontes de informações qualificadas, assertivas e estratégicas aos possíveis ingressantes da educação superior. E ainda, de retomada simbólica de relevância da educação superior desde os anos anteriores ao ingresso, a partir das estratégias de aproximação das universidades com as escolas e colégios, em congruência às normativas da comunicação pública, que centralizam a prática da cidadania plena, e garantem o amplo acesso às informações, oportunizando uma tomada de decisões consciente e assertiva, a partir de informações qualificadas e apresentadas de maneira facilitada, proporcionando mudanças nos índices da educação superior brasileira como um todo.

Referências

BARICHELO, Eugenia Maria Mariano da Rocha. AMADORI, Rosane. Universidade e Comunidade: estudo sobre a necessidade de implantação de assessorias de comunicação nos centros de ensino e administração central da UFSM. In: BARICHELO, E. M. R. Universidade e Comunicação. Editora FACOS, FAPERGS: CNPq, 1998.

BRASIL. Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (Inep). Censo da Educação Superior 2023: notas estatísticas. Disponível em: <https://www.gov.br/inep/pt-br/areas-de-atuacao/pesquisas-estatisticas-e-indicadores/censo-da-educacao-superior/resultados> . Acesso em 04 nov. 2024.

DUARTE, Jorge. Instrumentos de comunicação pública. In: DUARTE, Jorge (org). **Comunicação Pública: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público**. São Paulo: Atlas, 2009. cap. 4, p. 59-71.

LAKATOS, Eva M. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 9th ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2021. E-book. p.202. ISBN 9788597026580. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788597026580/> . Acesso em: 20 nov. 2024.

STASIAK, Daiana; KEGLER, Jaqueline Quincozes da Silva. Políticas de Comunicação Pública em Universidades: UFG e UFSM em análise. **Organicom**, São Paulo, Brasil, v. 21, n. 45, p. 160–172, 2024. DOI: 10.11606/issn.2238-2593.organicom.2024.224646. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/organicom/article/view/224646> . Acesso em: 25 nov. 2024.