

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CULTURA E SOCIEDADE
MESTRADO INTERDISCIPLINAR

ROBERTA MOUZZANA CUTRIM COSTA

**IMAGEM INSTITUCIONAL: a percepção do público estudantil de Ensino Médio sobre o
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Maranhão (IFMA)**

São Luís

2021

Ficha gerada por meio do SIGAA/Biblioteca com dados fornecidos pelo(a) autor(a).

Diretoria Integrada de Bibliotecas/UFMA

Cutrim Costa, Roberta Mouzzana.

IMAGEM INSTITUCIONAL: a percepção do público estudantil de Ensino Médio sobre o Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Maranhão IFMA / Roberta Mouzzana Cutrim Costa. - 2021.

93 f.

Orientador(a): José Ribamar Ferreira Junior.

Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-graduação em Cultura e Sociedade/cch, Universidade Federal do Maranhão, São Luís, 2021.

1. Comunicação organizacional. 2. IFMA. 3. Imagem institucional. I. Ferreira Junior, José Ribamar. II. Título.

ROBERTA MOUZZANA CUTRIM COSTA

IMAGEM INSTITUCIONAL: a percepção do público estudantil de Ensino Médio sobre o Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Maranhão (IFMA)

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade – Mestrado Interdisciplinar da Universidade Federal do Maranhão, como requisito para a obtenção do grau de Mestre em Cultura e Sociedade.

Linha de Pesquisa: Expressões e Processos Socioculturais
Orientador: Prof. Dr. José Ribamar Ferreira Júnior

São Luís

2021

ROBERTA MOUZZANA CUTRIM COSTA

IMAGEM INSTITUCIONAL: a percepção do público estudantil de Ensino Médio sobre o Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Maranhão (IFMA)

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade da Universidade Federal do Maranhão, como requisito para a obtenção do grau de Mestre em Cultura e Sociedade.

Linha de Pesquisa: Expressões e Processos Socioculturais
Orientador: Prof. Dr. José Ribamar Ferreira Júnior

Aprovada em: ____ / ____ / ____.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. José Ribamar Ferreira Junior (orientador)
Universidade Federal do Maranhão

Profa. Dra. Ludimila Santos Matos

Profa. Dra. Zilmara de Jesus Viana de Carvalho
Universidade Federal do Maranhão

Dedico este trabalho ao meu pai, José Benedito Moreno Costa, por me incentivar a buscar por meio da educação novas oportunidades na vida e ao meu filho, Pedro Augusto Costa Ferreira.

AGRADECIMENTOS

Ao longo da vida nós precisamos constantemente do próximo e na minha trajetória acadêmica do PGCULT não foi diferente. Tiveram muitas as pessoas envolvidas que contribuíram para que esse caminho fosse feito com determinação e perseverança. Desta forma, meus sinceros agradecimentos e gratidão:

Primeiramente a Deus, por me manter firme na fé a cada dia e me fortalecer nessa jornada.

Ao meu filho, Pedro Augusto Costa Ferreira, por encontrar em seu sorriso a motivação para superar qualquer obstáculo. Que mesmo criança teve que entender a necessidade da mãe se ausentar para cumprir as obrigações acadêmicas.

Aos meus pais José Benedito Costa e Rosana Moreno Costa, por serem meu porto seguro, nos quais sempre encontrei apoio e incentivo para seguir firme em buscar os meus objetivos. À minha madrinha, Euda Moreno Costa, pelo companheirismo.

Ao meu orientador, Ferreira Júnior, por ter acreditado em mim, por ser sempre tão disponível nessa trajetória, pelo incentivo e profissionalismo constantes.

Aos professores do Programa de Cultura e Sociedade - UFMA pelos ensinamentos recebidos: João Bottentuit, Thelma Chaini, Zilmara Carvalho, Sandra, Marcelo da Silva, pelos ensinamentos recebidos.

Aos amigos de trabalho da Assessoria de Comunicação do IFMA com os quais compartilhei alegrias e angústias do processo acadêmico: Maycon Rangel – *in memoriam* - (que sempre esteve presente nessa jornada e que carinhosamente me chamava de mãe guerreira do mestrado), Yane Botelho, Jorge Martins, Andrea Lima, Mariela Carvalho, Makfferismar Santos e Jonatan Firmino.

As minhas amigas do PGCULT Naysa Serra, Cláudia Silva e Alexandre Neto por caminharmos juntas na vida de mestranda sempre apoiando umas às outras.

As minhas amigas-irmãs que a vida me deu: Valéria Uchoa, Rebeca Mendes e Janaína Maiana, pelo apoio incondicional.

A todos os discentes que se disponibilizaram em responder a pesquisa, fundamental para o desenvolvimento deste trabalho.

A todos os colegas servidores do Instituto Federal do Maranhão que fazem desta instituição instrumento de transformação social por meio da educação pública, gratuita e de qualidade no estado do Maranhão.

"O que faz andar a estrada? É o sonho. Enquanto a gente sonhar a estrada permanecerá viva. É para isso que servem os caminhos, para nos fazerem parentes do futuro".

Mia Couto

RESUMO

Analisar a percepção da imagem do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Maranhão – IFMA – pelo público estudantil. Para atingir o objetivo proposto, a metodologia contempla a pesquisa bibliográfica e exploratória, um olhar para o Método de Configuração de Imagem, segundo a perspectiva de Schuler e Toni (2015). A pesquisa visa entender como o público estudantil se sente na condição de pertencente ao IFMA, numa afirmação cotidiana dessa presença que vai construir a imagem institucional. Para subsidiar a investigação, temos um aporte teórico acerca de comunicação organizacional, da imagem institucional, em diálogo com os registros documentais e histórico-acadêmicos do IFMA: Plano de Desenvolvimento Institucional e o Projeto Pedagógico Institucional. Os agenciamentos teórico-metodológicos levam a compreender a dinâmica que o processo de percepção da imagem exige, levando-se em conta que os enquadramentos são temporários, demandando-se da gestão de comunicação um cuidado observacional para as mudanças de cenário da avaliação sobre o instituto, advindas do corpo discente. Pelo que foi encontrado nesta investigação, o IFMA traduz, para o alunado, uma percepção de que lá existem, notadamente, qualidade de ensino, busca por conhecimento, consolidado local de aprendizagem, profissionais capacitados; e, de modo frequente, a oferta dos cursos técnicos.

Palavras-chave: Imagem Institucional. Comunicação Organizacional. IFMA. Método de Configuração de Imagem. Análise de Conteúdo.

ABSTRACT

To analyze the perception of the image of the Federal Institute of Education, Science and Technology of Maranhão – IFMA – by the student public. To achieve the proposed objective, the methodology includes bibliographic and exploratory research, a look at the Image Configuration Method, according to the perspective of Schuler and Toni (2015). The research aims to understand how the student public feels in the condition of belonging to the IFMA, in a daily affirmation of this presence that will build the institutional image. To support the investigation, we have a theoretical contribution about organizational communication, the institutional image, in dialogue with the documentary and historical-academic records of the IFMA: Institutional Development Plan and the Institutional Pedagogical Project. Theoretical-methodological arrangements lead to an understanding of the dynamics that the image perception process requires, taking into account that the framings are temporary, demanding observational care from the communication management for changes in the assessment scenario of the institute, arising from the student body. From what was found in this investigation, the IFMA translates, for the students, a perception that there are, notably, quality of teaching, search for knowledge, consolidated learning location, trained professionals; and, frequently, the offer of technical courses.

Keywords: Institutional Image. Organizational communication. IFMA Image Setup Method. Content analysis.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Primeira ideia que remete a palavra IFMA.....	70
Gráfico 2 – Segunda ideia palavra IFMA.....	70
Gráfico 3 – Sentimentos relacionados ao IFMA.....	71
Gráfico 4 – Os discentes não gostam no IFMA.....	72
Gráfico 5 – Os discentes gostam no IFMA.....	73
Gráfico 6 – Meios de obter informações sobre o IFMA.....	73
Gráfico 7 – Categorias de atributos na imagem do IFMA.....	75

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	11
2	COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL.....	14
2.1	Comunicação Pública.....	23
2.2	Imagem organizacional.....	32
3	TRAJETÓRIA DA EDUCAÇÃO BRASILEIRA ATÉ A EDUCAÇÃO TÉCNICA.....	44
3.1	Educação Profissional.....	51
3.2	O Instituto Federal do Maranhão.....	57
4	PERCURSO METODOLÓGICO.....	64
4.1	Método de análise: Método de configuração de Imagem (MCI)	65
4.2	Lócus e Sujeitos da Pesquisa.....	67
4.3	Critérios de exclusão e inclusão.....	67
4.4	Instrumentos de coleta de dados.....	67
5	ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS.....	69
5.1	Dados coletados.....	69
5.2	Método de Configuração de Imagem (MCI).....	74
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	77
	Referências.....	81
	ANEXOS.....	91
	ANEXO A - QUESTIONÁRIO DISPONIBILIZADO AOS DISCENTES NA PLATAFORMA <i>GOOGLE FORMS</i>	92

1 INTRODUÇÃO

Uma das atividades inerentes a comunicação organizacional é a gestão da imagem institucional, mesmo que seja bem planejada, o sucesso do trabalho do setor de comunicação vai depender da forma como as pessoas veem essa instituição, logo, isso é resultado de uma série de percepções feitas ao longo do contato com a instituição. Sendo assim, a imagem das pessoas, coisas e instituições pode ser concebida como um processo complexo, o qual envolve aspectos abstratos (como princípios, valores e filosofias), subjetivos (como opiniões, percepções e expectativas) e outros mais concretos, como: postura, atitude, comportamento adequado, definido e orientado pela área de relações públicas, segundo Schmidt (2011).

A imagem configura-se também como um fenômeno holístico, no qual é preciso aceitar que ela seja constituída por informações advindas dos diversos níveis de percepção. E, nesse cenário é que se insere o nosso objeto de estudo: o Instituto de Educação Ciência e Tecnologia do Maranhão (IFMA), instituição pública de ensino, considerada como a maior do estado do Maranhão com 26 Campi, 3 Campi Avançados, 3 Centros e Referência Educacional, 1 Centro de Referência Tecnológico e cerca de 15 Polos de educação à distância, que contemplam aproximadamente 60 municípios.

O IFMA oferece educação de ensino médio técnico, graduação e pós-graduação – mestrado e doutorado. Dados do ano de 2021 destacam que o instituto é composto por cerca de 30 mil discentes e 3.500 servidores. É orientado pela política de criação dos Institutos Federais do Brasil (BRASIL, 2008) e, segue norteado pelo Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI), que se trata de um documento que direciona e identifica a instituição, sua filosofia de trabalho e a missão a que se propõe. Apresenta as diretrizes pedagógicas que orientam as ações institucionais, sua estrutura organizacional e as atividades acadêmicas a serem desenvolvidas.

Tem como base o Plano de Desenvolvimento Institucional – PDI, documento que sintetiza as ações pedagógicas e administrativas a cada quadriênio, sendo um dos principais requisitos para as instituições de educação superior (IES) se credenciarem junto ao Ministério da Educação e se tornarem aptas a oferecer cursos de graduação e pós-graduação. Esta descrição acerca do IFMA descreve sua estrutura, organização pedagógica e política, todavia é uma apresentação de como esta instituição é composta e organizada, o que nos remete ao seguinte questionamento: Qual a imagem os discentes têm do IFMA?

Para responder essa pergunta, traçamos como objetivo, neste trabalho, investigar como a imagem institucional do IFMA é vista pelo público discente no intuito de identificar os aspectos relativos à estratégia de comunicação organizacional do IFMA no propósito de examinar a gestão da imagem institucional e realizar análise dos resultados da pesquisa aplicada junto ao público discente do Instituto a fim de que possa se levantar um diagnóstico da percepção deste público.

Partindo do pressuposto de que a imagem institucional é uma construção complexa desenvolvida a partir da percepção concebida pelo público, no caso desta investigação, o público estudantil do Ensino Médio Técnico, buscamos ainda compreender de que forma a imagem do Instituto Federal do Maranhão tem como vetor determinante a relação com o corpo discente, público em processo de permanente renovação, demandando realinhamento estratégico do setor de comunicação do IFMA.

Para construir a trajetória de investigação, buscamos aporte teórico que compôs o primeiro capítulo desta pesquisa, no qual versamos sobre os estudos da comunicação organizacional, Comunicação Pública e Imagem Organizacional, pelo viés de autores tais como, Marcondes Filho (2008, 2015, 2018), Schuler (2015), De Toni (2007) Iasbeck (2007), Kunsch (2003, 2009), entre outros. Neste capítulo ampliamos conhecimentos acerca de como o sistema, o funcionamento e o processo da comunicação entre a organização e os seus públicos, na atualidade são compostas pela comunicação institucional, interna, administrativa e a mercadológica que devem ser integrados para se ter uma comunicação estratégica.

No terceiro capítulo elencamos as literaturas que narravam as questões conceituais e características da educação técnica e profissional, assim como percorremos a trajetória de criação do IFMA, sendo estas: Manfredi (2002), Frigotto (2002), Saviani (2005, 2018), Ferreira (2010), Pacheco (2012, 2020), entre outros. Foi essencial delinear este capítulo fazendo um percurso da educação no Brasil até os dias atuais, para melhor contextualizarmos a criação do IFMA.

O quarto capítulo versa sobre o percurso metodológico discorrendo sobre as especificidades da utilização dos métodos escolhidos, bem como o Método de Configuração de Imagem – MCI, lócus de pesquisa, critérios de exclusão e inclusão e instrumentos de coleta.

Como metodologia de análise, o Método da Configuração de Imagem (MCI) desenvolvido por Toni e Schuler (2015), dispõe acerca de que as imagens mentais são formadas para se tomar decisão sobre o mundo, constituídas de informações de complexidade suficiente para melhor responder a estímulos externos. As faixas de informação do MCI que constituem a

são de natureza física, e material (sensorial), emocional (mental), racional afetiva, simbólica (expressiva), visionária e axiomática elas constituem os aspectos os pontos de vistas os processos de assimilação que vão alimentar nossos modelos do mundo.

No quinto capítulo, no qual analisamos e discutimos os dados, utilizamos os autores Toni e Schuler (2015), e Bardin (2002) que juntos embasaram a discussão para melhor interpretar os dados coletados.

Na segunda etapa deste trabalho, organizamos a pesquisa de campo e escolhemos como instrumento de coleta de dados a entrevista estruturada, na qual adaptamos onze perguntas baseadas em Schuler (2015), e enviamos pelo e-mail dos estudantes devidamente matriculados no IFMA. As perguntas foram disponibilizadas na plataforma *Google Forms*.

Entendemos com a proposta desta pesquisa que estudar, numa concepção de interdisciplinaridade, as áreas de Comunicação, Imagem e Educação pode contribuir cientificamente, por meio de reflexões acerca das análises, que foram realizadas, sob a perspectiva do público usuários do espaço escolar investigado, os estudantes. Esperamos suscitar com a reflexão e proposições voltadas para o entendimento das questões que envolvam imagem, comunicação pública, possíveis novos olhares para a importância destes elementos no âmbito da educação e da comunicação institucional.

2 COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL

A humanidade, em seu infinito individual, convive com diferenças e distintas vidas, possuindo uma constante, que segundo afirma Marcondes Filho (2008) seria a incomunicabilidade. Mas como isto seria possível nesta notória sociedade, conectada pelas redes de internet, televisores, rádio, computadores e celulares? No mínimo, isso é paradoxal. Para Wolton (2006), mesmo com todos estes aparatos digitais e dispositivos tecnológicos, simbolizando uma revolução da comunicação, que se iniciou a partir de 1990 e, hoje, mundialmente, possui mais de 1,7 bilhões de indivíduos conectados às redes de internet, via celular o elemento principal da comunicação humana, trata-se de uma troca individual, cuja composição passa pela voz, pelo olhar e pelas relações entre as pessoas.

O posicionamento de Marcondes Filho (2018) indica que o mundo está repleto de emissores passivos: são aqueles que apenas existem e recebem; há também, os emissores ativos, que querem chamar atenção dos outros, mas este mero exemplo de emissão não significa que haja comunicação, porque a comunicabilidade é uma espécie de abertura para o outro, uma ruptura de um bloqueio entre o “eu” e o “tu”. Nessa lógica, Wolton (2006, p. 14) concorda que “a comunicação é, pois, um direito de cada um; uma espécie de serviço público da vida, com duas dimensões complementares. Comunicar é antes de tudo, expressar-se”. Buscando ampliar esta colocação inicial, entendemos pertinente abordar alguns conceitos sobre comunicação, pressupondo que sua definição se constitui em um ponto crucial para a discussão realizada, ao longo deste trabalho.

Assim, comunicação oriunda do Latim “communicare”, que significa “Pôr em comum”, implica compreensão, pressupondo entendimento entre partes, segundo Houaiss (2009). Para Chiavenato (2001, p. 165), no campo das organizações “comunicação é a troca de informações entre indivíduos. Significa tornar comum uma mensagem ou informação. Constitui um dos processos fundamentais da experiência humana e da organização social.” Nessa direção, Pinto e Maximiano (2002) também concordam que comunicação é o processo de transferência de informações, que podem ser pensados, enquanto dados organizados que possibilitam a análise de situação e tomada de decisão, sendo por este meio que as organizações articulam suas atividades, para funcionar como conjunto.

Tal definição, situada no campo da administração de organizações, apresenta um processo comunicacional estruturado pelo emissor, que é aquele que transmite o conteúdo; a codificação; que carrega a mensagem; o canal, enquanto meio que a fonte escolhe para enviar a mensagem; a decodificação, ou seja, aquilo que chega ao receptor que entende e aceita ou não, a mensagem, fechando o ciclo da comunicação.

Nesse processo, um dos aspectos vitais para qualquer organização, de acordo com Macedo (2014) é a comunicação que este considera longe de ser um processo unilateral, mas que se constrói pelo exercício mútuo, nos quais objetivos estratégicos devam ser repassados de forma escrita e ou falada a tornarem concreta a visão de participação e de coletividade.

Interessante notar, que para autores da área da administração, comunicação é definida a partir da concepção de um mecanismo metódico, ou seja, uma sequência em que a comunicação acontece, de forma quase mecanizada. Todavia, contrapondo-se a estas colocações, Marcondes Filho (2008) apresenta um conceito contemporâneo no qual se aproxima de ideias postuladas neste estudo. O autor demarca que comunicação é o fato de um receber o outro, a fala, a intenção que aquele propõe e como este ato o transforma, internamente, levando em consideração que este lado oposto da emissão é mera produção de sinais, uma vez que, tal produção se constitui na relação que se cria entre os comunicantes, com caráter único e efêmero. O autor acrescenta ainda:

A comunicação, portanto, jamais pode ser vista como transmissão, deslocamento, transferência, como se fosse um objeto que eu pegasse de um lado e pusesse em outro, como eu faço com as fichas de jogo; como se fosse possível eu retirar uma ideia, uma sensação, uma impressão, um sentimento de dentro de mim e abrir a cabeça da outra pessoa para colocá-lo lá dentro. Não dá (MARCONDES FILHO, 2008. p. 15).

Nessa acepção, podemos entender comunicação com subjetividade e para além de um processo mecânico, no qual alguém verbaliza e o outro recebe, sendo o conteúdo soberano. Esta concepção de Marcondes Filho (2008) nos permite assim, projetar a possibilidade de comunicação, enquanto a concretização de um enunciado; cabe aqui destacar que enunciado temos com base em Foucault (2019), quando este autor discorre que enunciado não é o ato de fala, mas sim o limite do signo, da palavra, frase ou proposição. Aquilo que fornece legitimidade ao ato de fala.

Nesse sentido, a comunicação expressa por meio da fala, desenho ou escrita em algum momento é comum aos interlocutores, mas nem sempre assim procede. A título de exemplos, os

canais comunicacionais estão diariamente disponibilizando informações, mas nem sempre nos comunicam, pois a mensagem poderá ser recebida de forma distinta, da qual foi expressa. A título de exemplificação, mesmo a proposta de um candidato, em época de eleição, ao concretizar seu enunciado, comunica suas intenções, por meio de proposições; ressalta-se, porém, que nem sempre estas são recebidas pelos interlocutores.

Um ponto crucial, no que pontua Marcondes Filho (2008), é quando ele expõe que desde as primeiras sociabilidades humanas existe a fala e entre os animais os ruídos, diz respeito ao fato que somente a partir das primeiras sensações de sentimento é que a comunicação pode ser percebida. Esta é a forma com que o homem pode compreender o outro, no sentimento a ele atribuído: atração, fome, entre outros mais. No mundo animal, a exemplo, as várias espécies se comunicam, ao sentirem fome ou para defender seu bando, corroborando à assertiva aqui exposta, ou seja, um interlocutor que emite um sentimento recebido pelo outro por necessidade ou emoções. Coadunando à questão, temos a seguinte proposição:

A comunicação é sempre um processo mais complexo que a informação, pois se trata de um encontro com um retorno e, portanto, com um risco. Transmitir não é sinônimo de comunicar. Entre os dois sempre se interpõe o receptor, cujo papel se torna naturalmente cada vez mais decisivo com a globalização e o número crescente de mensagens produzidas e distribuídas (WOLTON, 2006, p. 16).

A complexidade comunicacional segundo Wolton (2006) complicou-se ainda mais nestes últimos anos, pois com tanta conectividade houve um certo distanciamento físico, assim como das culturas e da realidade do outro. Uma ruptura que precisa ser pensada nestas questões, envolvendo o processo comunicacional; o que se aproxima das colocações de Marcondes Filho (2005) quando este salienta que o homem não pode se juntar a si mesmo, como num espaço de vida concluído, existe a necessidade do outro, que lhe permite um acabamento, em suas experiências sociais e nessa direção, destaca ainda:

O campo da comunicação se propõe a isso: estudar como promover uma comunicação que recupere os vínculos pessoais e afetivos, que torne as pessoas mais conscientes de si e de seu agir nas sociedades, que quebre clichês e estereótipos, que abra seus olhos ao outro e à preocupação com esse outro, que as aproxime de fato, que funcione, em suma, recuperando o elo perdido da sociabilidade. Em uma palavra: fazer as pessoas pensarem, refletirem sobre si mesmas e sobre o outro de forma sensível (MARCONDES FILHO, 2018, p. 10).

Coadunando-se a este pensamento, podemos entender comunicação interligada à alteridade e o termo aqui usado aproxima-se do que pontua Pucci (2011) que afirma que a alteridade pode ser concebida como o ponto de partida instigador de toda atividade do “eu”, e que, põe a identidade deste “eu” em um local de instabilidade e processos inacabáveis, assim como corroboram também Vicente e Ferreira (2016) acerca de etimologia oriunda do latim, *alteritas que significa “ser o outro”*, referindo-se ao princípio da forma como o homem se relaciona com o semelhante; como o considera; considera ainda que mesmo estando em permanente contato se permite ser distinto e tal perspectiva carrega uma noção de que a diferença é a afirmação da diversidade, sem a ideia eurocêntrica de um parâmetro centralizado. Assim, constitui-se como grande potencial na comunicação e nesta imbricação entre o “eu” e o “tu”. A comunicação apresenta-se ainda, tomando como base a seguinte perspectiva:

Nós só podemos nos comunicar se nos abirmos. Eu preciso esvaziar-me, abrir espaços, territórios em mim para acolher o outro. Caso contrário, não ocorrerá comunicação, permaneceremos indiferentes ao outro e ele a nós. Nossa relação com essa pessoa ou com o objeto ao qual voltamos torna-se uma relação fechada em que travamos o acesso do outro e, quando muito, buscamos apenas elementos para reforçar nossa própria posição (MARCONDES FILHO, 2008, p. 30).

Nesta acepção, Marcondes Filho (2015) salienta que alteridade seria entender o outro, mesmo que este outro tenha diferenças; é reconhecer a existência de um ponto de humanidade, entre ambos. Nessa lógica, temos elementos importantes, demarcados pelo autor: consideração, identificação e diálogos, situados num entrelaçamento, no campo da alteridade. Logo, se estivermos em uma tribo africana ou indígena isolada, a diferença étnica e fenotípica não garante em nós, o reconhecimento de que estes nos sejam semelhantes, mas a alteridade funciona para afirmar que somos humanamente iguais.

À luz dessas considerações, Marcondes Filho (2018, p. 80) acrescenta: “na comunicação eu acolho a alteridade do outro, abro espaço para ela e vivencio o que ela pode produzir em mim. Eu não a aprisiono nem a repugno”. Logo é possível conviver com as diferenças, sendo diferente, aceitando o diferente. É nisto, pois, que refletimos, ao nos depararmos com as opiniões, narrativas nos diálogos que presenciamos.

Um aspecto essencial a ser destacado é que em muitas esferas de estudos sociais e psicológicos alteridade pode ser confundida com empatia. Todavia, a empatia, segundo Alves (2008), configura-se numa concepção afetiva das imagens mentais que interferem nas decisões

que os indivíduos tomam, acerca do mundo e das coisas que o rodeiam. Logo, empatia, diz respeito à forma como um ou mais sujeitos se posicionam em relação ao outro, em uma espécie de resposta a uma ação para além de si, ou seja, à própria experiência vivenciada que visa mobilizar esse outro, ao mesmo tempo em que possibilita a construção de novos conhecimentos, como concorda Brolezzi (2014).

Desse modo, é importante discorrer que a empatia se encontra no campo do nível emocional. No século XX, a expressão passou a dizer respeito à intersubjetividade; como os indivíduos ao se relacionarem imitavam a percepção dos outros, ou sejam, colocavam-se em seu lugar (ALVES, 2008). Diferenciando-se de alteridade que para além do sentimento está o reconhecimento identitário, cultural, uma vez que identidade está ligada ao grupo ao qual pertencemos, enquanto alteridade diz respeito ao grupo do outro.

Uma vez colocada aqui a questão da identidade e da alteridade é essencial que se delineie a relação que estas mantêm. Antes, porém, entendemos pertinente expressar que certas nomenclaturas tais como diversidade, diferença, identidade e multiculturalismo têm adentrado os espaços escolares e mídias em geral, enquanto categorias e em uma escala discursiva de democracia, muito evidenciada, atualmente. Desta forma, como bem discorre Larrosa e Skliar (2001) nesse campo dos termos contemporâneos e seus discursos de diversidade, em vários momentos tranquilizam as consciências humanas ou constroem certas ilusões de transformações sociais por apenas estarem sendo replicadas, de forma contínua; as ditas palavras da moda. E sob este aspecto a identidade, que assume então uma posição de vetor de força quando não compreendida em sua lógica, acaba sendo não apenas definida, mas imposta.

Pensamos, assim, que em um ambiente organizacional o que se constrói, por meio de identidades impostas podem rotular empresas, escolas e outras instituições, resultando em imagens deturpadas, por exemplo. Este é um ponto em que a alteridade se torna fundamental, uma vez que olhamos o “tu”, mas o “eu”, em sua autonomia de repensar atitudes e práticas é que pode atuar, com controle. Em sua definição para identidade Bauman (2003) dispõe que a sociedade contemporânea está sendo substituída pela “comunidade do entendimento comum” e, se assim continuar, estará sendo fragilizada e vulnerável, o que demanda permanente vigilância, pois a persuasão, em suas potencialidades não permitirá a contestação; eis aqui a relevância da alteridade.

À luz destas considerações (Bauman, 2003, p.22), afirma que a “comunidade realmente existente exigirá olhos atentos, vinte e quatro horas por dia, para manter os estranhos fora dos muros e para caçar os vira-casacas em seu próprio meio”. Diante do colocado, pensamos que a homogeneidade e os sujeitos, em comum acordo, poderiam assim, nesta pós-modernidade, estarem presos, segundo o autor, a certo controle, com regulações de forças de poder, o que será discutido no capítulo terceiro deste estudo, podendo explicá-las, a partir das percepções dos discentes, acerca do Instituto Federal do Maranhão, a ser explanado mais à frente.

Do mesmo modo, evidenciado por Martino (2016) compõe a relação da comunicação, no campo das narrativas com a alteridade, que anteriormente foi demarcado por Marcondes Filho (2005) quando expôs a relevância do imbricamento destas, com a identificação e o diálogo. E cabe aqui demarcar, este entrelaçamento se constitui importante neste estudo, tendo em vista que através das narrativas discentes do *locus* escolhido para a pesquisa, estas se tornam fatores primordiais, para analisarmos os dados coletados.

No campo das narrativas é imprescindível destacar, que muito embora não seja o foco central deste trabalho, a relevância da proximidade histórica da esfera jornalística com as sociedades é um fato notório, tendo em vista que este foi um dos primeiros canais de comunicação que séculos depois, ainda se mantém vivo. O jornalismo tem se firmado, como uma das formas preferidas de contar histórias, segundo afirma Martino (2016). Destacamos assim, definições de narrativas que se materializam nesta área e que não são tidas apenas como um relato, como uma descrição da fala de alguém, “mas se caracteriza, antes, por oferecer uma maneira específica e diferente de se entender o mundo, em sua complexidade” (MARTINO, 2016, p. 43).

O conceito de narrativa também será utilizado neste estudo, pois como afirma Monteiro, Ferreira Junior e Rodrigues (2018) este está atrelado ao modo como a história é contada, de forma linear e como estas narrativas dependem dos personagens e de suas ações, remetendo-nos aos espaços educacionais, o que faz com que possamos, adiante, encontrar narrações que refutem ou atestem uma imagem institucional em comum, ou vista por olhares diferentes. Entendemos, portanto, que tanto no campo das narrativas jornalísticas, literárias ou interacionais, estas se perpetuam em nossas vidas e no mundo se (re) construindo, sobretudo, pelas relações com a alteridade.

Em organizações educacionais, a título de exemplo, a narrativa, enquanto fenômeno social pode estabelecer conceitos e fronteiras e preencher, como pontua Marcondes Filho (2018), o espaço entre os sujeitos, com base na relação comunicacional, ultrapassando a dicotomia emissor e receptor, mencionada no início deste capítulo. Nessa acepção os sujeitos compreendem e se veem como participantes de determinados ambientes, mesmo que possuam concepções diversas; nessa lógica, o autor dispõe que a narrativa pode ser concebida como dimensão da definição de comunicação.

De acordo à assertiva, Martino (2016, p. 45) contempla que “não seria errado dizer que meu conhecimento do mundo, em boa medida, é de segunda mão – no mínimo, na medida em que a circulação de narrativas, na sociedade, tende ao infinito”. Nesse sentido, as narrativas que nos alcançam são determinantes até certo ponto, para definir o que sabemos ou conheceremos sobre a realidade, “o que poderia ser, a princípio, chamado de um “ponto de vista” da narrativa, parece ir além disso: trata-se de um complexo sistema de apropriações cognitivas da realidade que permitem entrever o que acontece – permitem entrever o “real” (MARTINO, 2016, p. 45).

Visto que adentramos as definições de comunicação, bem como sua relação, referente a outros aspectos, como identidade e alteridade, ressaltamos que partimos do pressuposto de que esta é inerente à natureza das organizações, sendo imprescindível demarcar que a evolução das organizações estiveram ligadas, desde o início, às estratégias comunicacionais, como bem destaca Caldas (2010), evidenciando que este nexos entre as áreas se fez mais presente em momentos nas quais as organizações passavam por estágios reducionistas ou limitantes onde foi possível perceber que as interações interpessoais foram preponderantes, nos resultados das organizações, conforme descrito a seguir:

Nos anos 20, por exemplo, no ápice do chamado pensamento mecanicista e fordista, do qual Taylor e Fayol eram os maiores expoentes, Mary Parker Follet trouxe alento à dimensão social e relacional nas organizações ao sugerir que seus conceitos de cooperação e reciprocidade interacional, que usara no contexto da ação comunitária, poderiam ser aplicados e efetivos no campo empresarial (CALDAS, 2010, p. 30).

Nessa época, como disposto no excerto, se iniciava a percepção de que os conceitos de padronização e rígida hierarquização deveriam ser repensados, despontando junto às ideias de que a interação, entre partes, se constituía fator necessário; dessa forma, a comunicação organizacional, enquanto prática comunicativa, foi se aperfeiçoando nos anos posteriores e na

década de 1930, conforme pontua Caldas (2010), surgindo assim, o chamado movimento das relações humanas; este nexos comunicação-organização foi essencial para evidenciar a relevância das dimensões sociais e empresariais.

Caldas (2010) partindo das proposições de Chester Barnard¹ afirma que o senso comum de concepções mecanicistas clássicas, no primeiro terço do século XX, falhou, por não utilizar os recursos de comportamento humano e de comunicação, para fins de eficácia em suas estruturas organizacionais. Somente décadas depois, os conceitos foram evoluindo, enfatizando as relações humanas e a comunicabilidade, numa dimensão de interação política e comunicacional.

Atualmente, a esfera interna das organizações comerciais têm demandado novas formas de administrar funcionários, colaboradores e, de acordo com Cardoso (2006), os modelos lineares, impositivos com rígida hierarquia tem sido superados, valorizando, sobretudo, a comunicação entre diversos setores, no ambiente laboral; no que concerne à esfera externa, as inovações no mercado propõem mais proximidade com o cliente, o que remete à comunicação, sob o ângulo de atenção com o público, a fim de manter-se firme, em competitividade. Assim, observamos que com os novos conceitos de comunicação nas organizações, o processo de operação seja mais dinâmico, podendo ser entendida também, como “um alicerce que dá forma à organização, fazendo-a ser aquilo que ela é. Porém, isso não significa que a comunicação seja algo autônomo, porque ela será sempre correspondente à forma de ser daquilo que a engendra, neste caso, a empresa ou instituição” (CARDOSO, 2006, p. 1132).

Diante das colocações, podemos perceber que a comunicação organizacional vem assumindo estratégias nas quais, tanto nas organizações como nas instituições, as pessoas não agem de forma mecanizada, com ênfase em seus resultados, sobretudo, agora no início do século XXI, como dispõe Cardoso (2006). Sob este aspecto, chamamos a atenção para a questão institucional, nosso *locus* de pesquisa, no qual os números já não podem ser mais o que determina a imagem do Instituto Federal, mas como este é visto, pelos seus colaboradores, discentes e outros membros, assunto este discutido mais à frente.

Muito se deve à questão comunicacional, pois estes ambientes são formados por sujeitos e ou grupos que expressam o sentido que querem dar a determinada instituição e ou organização, comunicando-se entre si, podendo viabilizar o próprio sistema funcional, bem como fragilizá-lo. Indiscutivelmente, a comunicação é um fenômeno primordial às organizações.

¹ BARNARD, C. **The functions of the executive**. Cambridge, Mas: Havard University Press, 1938.

Nessa direção Deetz (2010) revela quatro abordagens para comunicação organizacional, sendo a primeira chamada de abordagem de comunicação estratégica, ou seja, o significado, o objetivo está em algum lugar e a comunicação aqui, só precisa distribuí-lo. Assim, tanto a comunicação interna, como a externa precisavam focar o local no qual a comunicação deveria atuar. Em uma segunda abordagem, o autor destaca a comunicação participativa, com programas de envolvimento de Stakeholders², a fim de obter mais informações acerca de investimentos, sendo utilizados na tomada de decisão.

Outra abordagem, a de comunicação e gerenciamento cultural segundo Deetz (2010) abrange significados coletivos que são criados e mantidos. Nesta perspectiva, as organizações “são entidades criadoras de significados que modelam maneiras específicas de entendimentos” (DEETZ, 2010, p. 90), ou seja, a comunicação é o centro nesta abordagem. E para finalizar, a comunicação participativa é colocada pelo autor como um tipo de comunicação que desafia posições existentes, proporcionando qualidade da vida organizacional, uma vez que os pensamentos, os significados e os conhecimentos são construídos equitativamente e com reciprocidade; logo, possuem uma conexão livre e aberta. Desta forma, compreendemos que comunicação organizacional consiste, entre outras coisas, em dar significado à sua identidade, representando verdadeiramente o que a organização é, segundo salienta Carissimi (2001).

Neste tópico, é importante evidenciar que conforme afirma Kunsch (2003, p. 149), “comunicação organizacional, comunicação empresarial e comunicação corporativa são terminologias usadas indistintamente, no Brasil, para designar todo o trabalho de comunicação levado a efeito pelas organizações em geral”. Assim, compreendemos uma subdivisão de categorias: a comunicação mercadológica que corresponde aos objetivos e metas mercadológicos da organização, almejando publicidade de serviços e produtos; a administrativa que processa dentro da organização as funções administrativas permeando os fluxos e redes da organização, executando com clareza os processos administrativos. Acerca da comunicação institucional a autora explana o seguinte:

A comunicação institucional está intrinsecamente ligada aos aspectos corporativos institucionais que explicitam o lado público das organizações, constrói uma personalidade creditiva organizacional e tem como proposta básica a influência político-social na sociedade onde está inserida. [...] A comunicação institucional, por meio das

² Numa tradução nacional significa público estratégico, descreve uma pessoa ou um grupo que se interessa por determinada empresa, podendo ou não, ter feito um investimentos neles.

relações públicas, enfatiza os aspectos relacionados com a missão, a visão, os valores e a filosofia da organização e contribui para desenvolvimento do subsistema institucional compreendido pela junção desses atributos (KUNSCH, 2003, p. 164-165).

Nessa concepção, podemos entender que esta comunicação institucional implica estar inserido no âmbito institucional compartilhando de seus atributos, sendo diferente das outras duas formas de comunicações, o objetivo central não seria lucrativo e de serviços, diretamente comerciais; sendo assim, consideramos a comunicação institucional enquanto perspectiva a ser trabalhada neste estudo, sobretudo porque segundo Kunsch (2003), tal concepção é formada por valores sócio políticos, tendo em vista que o Instituto Federal do Maranhão se constitui com base além de educacional, formadora de um produto que atribui valores, aos sujeitos envolvidos.

2.1 Comunicação Pública

A comunicação Pública tem sido vista como um conceito vinculado à comunicação governamental, no entanto nasceu, segundo Duarte (2012) pela viabilização democrática que, conseqüentemente transformou a sociedade em meados do século XX. Mas até alcançar nosso território nacional é preciso discorrer sobre a origem desta categoria, precípua no passado e indispensável, nos dias atuais. Para tanto, é relevante que se destaque as relações públicas enquanto disciplina e atividade profissional nesse cenário e que segundo Kunsch (2003) toma como objeto as organizações e seus públicos, possibilitando que haja, entre esta comunicação, se mantendo como um canal que explicita informações.

Segundo pontua Farias (2011) o controle, articulações e comunicação são fatores que dependem das Relações Públicas que, entre outras finalidades se constitui como fator essencial para o exercício de variadas e distintas profissões. Assim, sob este aspecto, vale ressaltar que a profissão de Relações Públicas (RP) tem seus princípios interligados à opinião pública a considerar que numa sociedade democrática o diálogo e o consenso de grupos diversos e movimentos sociais são características preponderantes.

De acordo com Pinho (2008), a opinião pública trata-se de uma peculiaridade das sociedades contemporâneas alicerçadas em ideias iluministas que tiveram seu marco em debates sobre administração pública. Sendo assim, para melhor ampliarmos o entendimento acerca da RP, em um breve histórico encontramos em Fernandes (2011) que esta teve seu surgimento no início

do século XX, nos Estados Unidos, por meio de trabalhadores que se manifestaram contra grandes corporações industriais e comportamentos antiético de dirigentes no mundo do trabalho.

Coadunando à assertiva Pinho (2008) afirma que os Estados Unidos foram um dos primeiros países a se industrializar fora da Europa exercendo, assim, grande vigor industrial e com a expansão, o autor explica que no final do século XIX, muitos grupos de trabalhadores se concentraram no entorno e acrescenta que:

Nesta época, os EUA também receberam um significativo contingente de irlandeses – além dos costumeiros imigrantes de diferentes procedências – que fugiam das conhecidas fomes que assolaram a Irlanda no início do século XIX, fato que acabou por fortalecer e ampliar ainda mais o *exército de reserva* necessário para a expansão do capitalismo industrial. Aliado a essa conjuntura podemos citar também o enriquecimento dos estados do norte, a partir da guerra da secessão (1860-1865). Esta grande guerra civil, com toda sua destruição, foi, contudo, decisiva para formar um mercado economicamente unificado e guindar a nação americana à condição de potência mundial. [...] os trabalhadores americanos desse período histórico almejavam alcançar a condição de proprietários, segundo o ideário da livre iniciativa, pois o imaginário da época estava perpassado pela ideia da posse da terra, da aventura bem-sucedida de tornar-se proprietário, o que, por sinal, delineou uma forte rejeição aos monopólios, cartéis e trustes, toda e qualquer organização do capital que pusesse em risco a esperança da distribuição de terras e o acesso de um grande número de cidadãos às benesses do capitalismo. A filosofia de vida americana postulava a salvaguarda dos ideais liberais da livre iniciativa, da economia competitiva e da igualdade de possibilidades para todos (PINHO, 2008, p. 3).

Com o passar do tempo, os movimentos sindicalistas norte-americanos começaram a se mobilizar em prol de condições igualitárias, manifestando a promoção de transformação social, reivindicações estas que já estavam presentes por toda a Europa, muito trabalhadores por lá já iniciavam suas lutas contra as péssimas condições de vida e trabalho, segundo Pinho (2008) exigiam liberdade de imprensa, democracia e políticas sociais voltadas, sobretudo aos direitos trabalhistas, desse modo, como bem pontua Fernandes (2011), houve nessa época a formação de alguns movimentos importantes, como a Ordem dos Cavaleiros do Trabalho (OCT) um dos pioneiros a se reunir objetivando a melhoria da categoria e anos depois tornou-se uma central sindical muito importante e conhecida, na qual agregavam diferentes profissionais. Posteriormente, a OCT foi sucedida pela Federação Americana do Trabalho (FAT) que entre seus princípios básicos lutava por mobilização pública.

Assim, neste contexto, Pinho (2008) destaca que após a greve pela jornada excessiva de trabalho do povo norte americano e, após mobilização que atingiu muito operários após confronto com a polícia, o congresso dos Estados Unidos aprovou a jornada de oito horas de trabalho e

consagrou o dia 1º de maio como o dia do trabalho. Nessa conjuntura, a opinião pública foi sendo considerada como relevante para imagem das empresas e no caso dos trabalhadores para que suas reivindicações pudessem ser ouvidas. Começa então, o interesse à comunicação numa dimensão que alcançasse um grupo maior de pessoas e segundo Barquero e Barquero (2001, p. 129), estes acontecimentos mostraram a necessidade “da figura de um especialista que compreendessem tanto seus públicos internos quanto os externos para o bom funcionamento da organização”. Despontando assim o início das relações públicas enquanto atividade profissional.

Coadunando à assertiva Fernandes (2011) dispõe que tanto os sindicalistas como patrões perceberam a importância que a opinião pública apresentava às suas causas e acrescenta que nesta época um repórter, Ivy Lee, conhecido por suas discussões sobre políticas e mundo dos negócios, sobretudo no contexto das grandes corporações e nestas relações entre a sociedade e as empresas, junto a um agente de imprensa, fundam a “Parker e Lee Associates”, em 1906, um tipo de serviço de imprensa que difundia notícias de interesse público com total transparência e exatidão, fazendo de fato o público ser informado. Sendo este um dos marcos da origem das relações públicas.

Vale ressaltar que na história do pioneirismo desta atividade, um jornalista, George Creel, convidado pelo presidente dos Estados Unidos, Woodrow Wilson, dirigiu um importante departamento de propaganda do governo, sendo este, segundo Fernandes (2011) o primeiro serviço de RP na esfera governamental. O mencionado autor discorre também sobre a publicação *Crystallizing public opinion* de Bernays em 1923, ser considerada por muitos estudiosos como a primeira obra sobre relações públicas e que a delinea para o âmbito mais social.

Os anos seguintes, marcados pela grande depressão econômica e pelo plano *New Deal* nos Estados Unidos, foi um período no qual os serviços de imprensa surgiram e a atividade de RP, após o fim da segunda guerra mundial, obteve crescente progresso. Aqui no País, no que concerne seu surgimento, conforme evidencia Kunsch (2009) as relações públicas estiveram restritas a poucas empresas, numa conjuntura de muitos movimentos populares descontentes com estatais e consumidores insatisfeitos com produtos oferecidos, sendo esta uma atividade na qual era possível tornar a voz da massa como poder de transformação. No que tange a disciplina, Relações Públicas, segundo pontua França (2003) na década de 1960 surgiram as primeiras instituições de Ensino Superior que ofereciam o curso, iniciando uma fase acadêmica que delineava conceitos e funções desta disciplina como mais uma nova opção profissional.

Diante do percurso da RP e concordando com as proposições de Kunsch (2003), enfatizamos as possibilidades de aplicação pela área, especialmente em esfera institucional. Consideramos, portanto, que atrelada ao marketing social, ao jornalismo, à propaganda institucional e às relações públicas, constitui-se como fator precípua, em especial, na comunicação das organizações. Nesse sentido, analisaremos os conceitos de Comunicação Pública (CP) que ainda geram muitas discussões e opiniões distintas no meio acadêmico e entre os profissionais da área. Apesar da multiplicidade de definições, Elizabeth Brandão (2009) afirma que no Brasil a expressão comunicação pública mantém um traço comum em todas as suas teorizações, sendo apontado como um processo comunicativo instituído entre Estado, governo e sociedade com vistas à cidadania. Fomentada no espaço público, os fluxos de informação da vertente descrita acima estão alicerçados em temas de relevância coletiva, mantendo o foco do diálogo no cidadão.

Para Duarte (2012), no âmbito da Comunicação Pública, pode-se agrupá-la didaticamente em: institucionais, de gestão, de utilidade pública, de interesse privado, mercadológicos, de prestação de contas e dados públicos. Sendo o objeto deste estudo integrante da CP ela está voltada de interesses institucionais e de utilidade pública. O autor considera que “a comunicação institucional tem, então por objetivo apresentar o papel do organismo, de afirmar sua autenticidade e sua imagem, de prestar contas de conjunto de suas atividades e, de modo mais geral, de acompanhar a política da instituição”

Nessa perspectiva, é importante centralizar a comunicação a serviço do cidadão, não somente ofertando informações, mas com abertura de diálogo e proporcionado sua participação ativa, onde a instituição proporcione canais abertos com os cidadãos, à exemplo temos a possibilidade do uso das redes sociais e das ouvidorias.

É nesse contexto que analisaremos a comunicação do Instituto Federal do Maranhão, como instituição pública, que oferece educação gratuita. Na perspectiva de entender a relação entre o objeto de estudo desta pesquisa e a comunicação pública, encontramos em Wolton (2006, p. 221) a seguinte assertiva:

A sociedade da comunicação é bem diferente da sociedade da imagem e do espetáculo. Bem diferente da individualização e do narcisismo, ambientes aos quais frequentemente ela é reduzida. Isso é apenas a ponta visível, o essencial continua a ser, como sempre, a questão do outro e da difícil relação que pode ser estabelecida com ele.

Nesse sentido, entendemos que o Instituto Federal do Maranhão não se basta apenas por ser uma instituição educacional que forma futuros profissionais, mas que lhe é exigido que esta atividade seja também considerada, com base nas relações que este instaura, com os sujeitos nele inseridos, diretamente ou não. Nessa acepção, a própria Constituição Federal do Brasil (1988) preconiza que a administração pública seja um dos fundamentos obedecidos, quer seja pelos Poderes federais, estaduais ou municipais. Dado assim, a abrangência do tema, nesta correlação entre a citada instituição é destacada aqui, uma vez que, estes fluxos de informações não se perpetuam apenas no interesse individual, mas transcende o coletivo, segundo afirma Duarte (2012).

À luz destas considerações, Rangel, Gomes e Nascimento (2015) pontuam as características que concernem à conexão entre governo, alguns órgãos da administração pública e população. Demarcam-se, para este trabalho dissertativo, os Institutos Federais, onde existem três níveis de relacionamentos: o primeiro trata-se da informação, na qual há um ação do Poder Público e a disponibilização de informações aos cidadãos que, ao longo do processo se constituem receptores apenas; no segundo nível os autores evidenciam a consulta, isto é, os cidadãos que outrora apenas recebiam informações, neste nível, fornecem respostas a temas solicitados pelos órgãos, ou seja, opinam sobre questões que envolvem a instituição pública; No terceiro nível, que é o da participação, ocorre uma presença ativa, na formulação de políticas públicas.

Pensando sob essas relações, Rangel, Gomes e Nascimento (2015) postulam que no Instituto Federal do Maranhão as ações de comunicação dispõem dos seguintes objetivos:

- I - Dar amplo conhecimento à sociedade das políticas e programas do Poder Executivo Federal;
- II - Divulgar os direitos do cidadão e serviços colocados à sua disposição;
- III - Estimular a participação da sociedade no debate e na formulação de políticas públicas;
- IV - Disseminar as informações sobre os assuntos de interesse público dos diferentes segmentos sociais; e
- V - Promover o Brasil no exterior (BRASIL, 2008, apud RANGEL; GOMES; NASCIMENTO, 2015, p. 8).

Esse pensamento expõe, em todos os trechos, a exigência de comunicar e de permitir à sociedade que obtenha informações; bem como, instigar a participação dos cidadãos com vistas ao interesse público. Wolton postula (2006), ao discorrer que a comunicação pública é,

sobretudo, um conceito democrático, coadunando aos aspectos de liberdade e igualdade, estendo, assim, os fios do entrelaçamento de alteridade e atividades, essenciais ao ser humano, como aquelas ofertadas na instituição, foco deste estudo.

Nesse sentido, os serviços oferecidos ao público intentam à notabilidade e a um certo tipo de reputação, isto é, como estes se prontificam, seja com qualidade, seja com fragilidades. E sob este aspecto, Zémor dispõe que tais serviços comunicacionais, “como a valorização das instituições, procedem de acordo com as ações de ‘fazer saber’(tornar disponível o conhecimento) ou do ‘fazer apreciar’(tornar mais ativo, mais valoroso ou mais eficaz)” (ZÉMOR, 2012, p. 225). O que ratifica a relevância da informação, em massa.

Um ponto crucial em comunicação pública diz respeito a esta precisar ser organizada, a partir de parâmetros essenciais, tais como a escolha do uso de linguagem, de expressão publicitária; e, para se fazer transparente, no que tange a suas atividades e desempenho, ainda que numa perspectiva de alcance seja nacional ou regional, precisar elaborar as informações que nela e sobre ela circulem, com certo grau e certo lugar de prioridade. Voltando-nos, especificamente, para o instituto federal, objeto de estudo neste trabalho, uma pesquisa de Souza (2017) evidenciou que quando as informações não acontecem, de forma transparente, e quando existe uma falha na relação Estado e sociedade, as ouvidorias se constituem aliadas da democracia, propiciando comunicação e resoluções às problemáticas.

No cenário de institutos educacionais, o interessante é que os processos comunicativos sejam preponderantemente um fator presente, pois segundo afirma Zémor (2012) a comunicação pública nestas instituições deve, por motivos de autenticidade, acompanhar os agentes envolvidos e unir-se aos valores expressos a estes, preocupando-se em construir um conjunto coerente.

Em comunicação pública, cabe ressaltarmos, enquanto essencial, a consciência de que esta não se limita aos serviços prestados, somente ao governo, mas que a CP assume um papel de acesso ao cidadão, de apoio à informação. Assim, pensamos que a promoção de orientação, aos indivíduos em sociedade, é fator essencial, conforme afirma Duarte (2012). Nessa direção, Silva e Silva (2020) dispõem que todos os aspectos comunicacionais que contribuem para a garantia de valores e, conseqüentemente, a eficácia de qualquer instituição, em total transparência, não pode ser diferente, na esfera das instituições federais de educação tecnológica, pois enquanto sistemas abertos e interativos, com responsabilidade social, estes institutos demandam que as práticas comunicacionais de suas atividades e funções sejam do alcance de todos e que a organização seja

estruturada, estrategicamente, de forma a obter sucesso, permitindo que todos os atores envolvidos possam atuar de forma sinérgica, como propõe Kunsch (2003).

Nesse contexto, Santos e Ferreira Junior (2017) dispõem que um dos objetivos principais, dos órgãos de informações públicas, deve ser a transparência, sobretudo pelo fato de ser esta uma ação que se interliga ao aprimoramento da democracia participativa. Os autores acrescentam ainda, que o acesso à informação e total transparência se constituem poderosas ferramentas, para combater más práticas de administração pública e entendemos que pode ser relevante, no cenário de educação, para soluções de possíveis problemáticas.

De acordo com Silva e Silva (2020), embora os princípios norteadores, no que se refere à comunicação, nesses institutos, não sejam tão distintos, a gestão não pode ser semelhante às aplicações nas instituições já solidificadas no mercado. Dessa forma, algumas dificuldades podem ser destacadas nesses ambientes, especialmente, as fragilidades comunicacionais. Duarte (2012) demarca que o cidadão enfrenta grandes problemas, tais como a questão da comunicação pública, pois nem sempre o que tem acesso é o que esta precisa. No contexto educacional, tem-se nessa perspectiva que:

Assim, considerando as particularidades e especificidades das organizações de educação tecnológica e o potencial da comunicação na gestão nestas situações, pode-se pensar que a investigação da relação existente entre as práticas de comunicação na gestão educacional e a cultura organizacional escolar são metas a serem alcançadas por todo gestor educacional. Além disso, tais apontamentos são também relevantes para a compreensão científica dos processos inerentes aos estudos sobre processos organizacionais e os estudos que envolvem o vínculo do indivíduo com o trabalho e a organização. Dessa forma, a análise da eficácia das práticas de comunicação das atividades gestoras no desenvolvimento do planejamento de uma comunicação organizacional integrada deve ser algo que todo gestor almeje e algo que todo pesquisador deva desvendar (SILVA; SILVA, 2020, p. 253).

Na esfera educacional, é importante refletir acerca do que pontua Bueno (2012) sobre não pensarmos de forma equivocada, associando a comunicação pública às ações de marketing, que possuem objetivos explicitamente mercadológicos, como acontece em situações na qual empresas enfatizam seu produto, postulando ser biodegradável, ou possuir uma qualidade sustentável, objetivando informar ao público que atua dentro de uma concepção que não prejudica o meio ambiente e a saúde. Na comunicação pública, vinculada aos institutos federais, não são suas expressões concretas que o legitimam, mas a intenção, sua trajetória organizacional e ações para com a sociedade e os agentes neles inseridos.

Nesse sentido, Kunsch (2003) evidencia que a comunicação mercadológica assume função de expressão, em prol de divulgação e publicidade, em torno dos produtos, para competitividade no mercado, nos quais a relação pública gerencia esta comunicação, articulando objetivos financeiros e, no que concerne à comunicação institucional, esta se relaciona à construção da identidade, imagem e reputação das organizações, objetivando agregar valores, ressaltando, à sociedade e demais sujeitos do ambiente, uma missão de desenvolvimento, progresso, recorrendo a políticas e filosofias, não se restringindo a uma empresa ou marca, mas a valores conceituais.

Para Martins (2017), em relação ao mercado de trabalho, a educação não está diretamente ligada à geração de empregos, vendas e transações do tipo; se encontra em posição de aprimoramento dos processos de trabalho e qualificação, que contribuem para a participação efetiva dos indivíduos no mercado. Os institutos federais de educação, todavia, como por exemplo, o IFMA, demandam que um conjunto de agentes possibilite ampla comunicação, para que além do princípio instituído, em nossa constituição, quer seja, educação, enquanto direito de todos, seja além de proporcionado, demarcado pelos discentes, como exequível e transformador.

Relacionando-se às proposições expostas, compreendemos que no âmbito da instituição educacional discutida neste trabalho, conforme destaca Pacheco (2010) foi instituído, propondo a derrubada de barreiras entre o ensino técnico e o científico, numa concepção de emancipação humana. Embora mais à frente, tais questões sejam explanadas, mais profundamente, é pertinente ressaltar que os institutos federais foram estrategicamente pensados, numa perspectiva flexível e abrangente compreendendo a formação para ofícios, com participação qualitativa, propondo-se a se reinventar, num modelo diferenciado, e sob este aspecto refletimos que tal pensamento estratégico é para além da intuição, mas se constitui em um complexo conjunto de ideias criativas e inovadoras que demandam conhecimentos, variando desde a gestão à sua execução, quer seja em sala de aula ou pelos impactos pessoais que são absorvidos, segundo pontua Kunsch (2003). Nessa acepção, Morin (2000, p. 82) postula:

Toda evolução é fruto do desvio bem-sucedido cujo desenvolvimento transforma o sistema onde nasceu: desorganiza o sistema, reorganizando-o. As grandes transformações são morfogêneses, criadoras de formas novas que podem constituir verdadeiras metamorfoses. De qualquer maneira, não há evolução que não seja desorganizadora / reorganizadora em seu processo de transformação ou de metamorfose.

À luz dessas proposições, entendemos que as criações dos institutos federais, no Brasil, compactuam com essa busca de transformação social, numa construção organizada para e com a sociedade, desse modo, a comunicação estabelecida neste âmbito é fator preponderante, tendo em vista que este processo, nos espaços educacionais, constrói significados, uma vez que a interação entre sujeitos, representa a atividade social segundo afirma Vizeu (2010).

Nessa perspectiva, os resultados alcançados por uma instituição de ensino possuem como principal preceito executar, de forma correta e eficaz, os pressupostos dispostos em seus documentos oficiais, tais como projetos políticos pedagógicos, coadunado aos principais dispositivos que norteiam a educação no País, que, no cerne de alcançar tal feito, pode ser concretizada, com base em alguns elementos.

No que concerne a esses elementos, chamamos a atenção para a comunicação institucional, não apenas informativa, mas uma comunicação que estabelecida com atores envolvidos na esfera discutida, permite construções abstratas e que compõe a imagem da organização, podendo ser demarcada, pela interação. Esta se constitui, nos institutos federais, como princípio de ressignificações. Assim, se na história da comunicação nas organizações, segundo aponta Duarte (2012) é predominante os indícios de associações manipulativas, acerca das informações e inúmeros afrontes à ética e à transparência, no cenário de comunicação e ensino, há uma movimentação entre os sujeitos que legitimam ou não o funcionamento nas organizações, o que torna dinâmica a construção da imagem que se tem acerca destes e, sob este aspecto, Kaplún (2003, p. 58) postula que “[...] o eixo comunicacional não é meramente instrumental, puro braço executor do eixo conceitual. As palavras nos constroem, a linguagem é a base material do pensamento e entre ambos existe uma unidade inseparável”.

Nesse sentido, considerando-se que no capítulo referente às análises das narrativas dos discentes, abrangerá, entre outras coisas, as perspectivas do instituto, sob o olhar do aluno, chamamos para uma reflexão, à luz dos pensamentos freirianos, disseminados décadas atrás e ainda reverberando nas ações educativas dos dias atuais, enfatizam que a concepção do educador trata a comunicação neste contexto, como implicações de pensamentos críticos e inovadores que tira o homem de uma posição de objeto, uma espécie de “desumanização” (FREIRE, 1969), despertando para a vocação ontológica, em ser mais, em ser sujeito situado no mundo, consciente de si e em permanente interação, conforme pontua Duarte (2012), que acrescenta ainda que:

A dimensão política da comunicação seria definida então como um encontro entre homens, mediados pela palavra, com o objetivo de dar nome ao mundo. A palavra, todavia, deve apresentar duas dimensões interativas, a da reflexão e da ação, possibilitando a compreensão do processo sócio-histórico de geração do pensamento e da linguagem de cada grupo social (DUARTE, 2012, p. 99).

Desta forma, entendemos que a dimensão do diálogo, inerente à natureza humana, é fator essencial na comunicação dos institutos federais e se designa como elemento determinante à forma como estes são concebidos, pelos seus agentes e conforme pontuam Santos e Ferreira Junior (2017) o cidadão bem-informado tem mais condições de reconhecer em si e nos outros, a relação de direitos e deveres, dentro de uma configuração democrática desejável.

2.2 Imagem organizacional

Nossas experiências com a imagem antecedem o contato com as palavras. Vem enraizada ao corpo. A humanidade e os seres vivos em geral têm, a partir da visão, as formas das estrelas, céu, mar, seus perfis, a dimensão, a cor. A imagem é para além; é uma forma de presença mesmo sem contato direto, para ter e manter as coisas diversas conosco e sua existência em nós. Pode ser retida, suscitada pela “reminiscência ou pelo sonho” (BOSI, 1977).

Na tentativa de definir imagem, encontramos também em Houaiss (2009), sua definição como um aspecto particular pelo qual um indivíduo ou um objeto é percebido. Remete ainda, por sua etimologia, ao Latim *imago*, uma representação visual de algo ou alguém, segundo aponta Scottini (2017). Embora as significações, dicionarizadas, aludem-se às construções materiais do ato de ver, do olhar, em níveis palpáveis, esta abrange, conforme Schuler e De Toni (2015), para além do nível físico, envolvendo as emoções, as construções mentais, o simbólico e o incontestável.

Segundo Simão (2000), o termo imagem possui três dimensões não fixas: a imagem, quando essa manifesta uma subjetividade, ou seja, assume uma responsabilidade de diferentes percepções da mesma imagem por distintos sujeitos, em dado momento ou espaço; Imagem numa dimensão quando representa de fato algo real, concreto, e quando esta comunica uma mensagem a cada uma delas.

Corroborando à assertiva, Kunsch (2003) dispõe que imagem está relacionada ao imaginário das pessoas, com suas percepções, podendo ser, por vezes, uma visão intangível e

abstrata das coisas. De acordo com De Toni e Schuler (2007, p. 133) pode ser entendida também, como “um conjunto de ideias, sentimentos e atitudes que o consumidor tem sobre o produto. Na perspectiva cognitiva, a imagem é tratada como entidade externa e construção mental que inclui ideias, sentimentos, atitudes, conceitos mentais, entendimento e expectativa”.

Nascimento (2016) destaca que a nomenclatura surgiu com os estudos sobre marca e pode ser categorizada por três concepções: concepção psicológica, que se interligando pela imagem mental e sensorial; concepção do design gráfico, quando esta é constituída pela representação de formas, grafias e ícones e pela perspectiva do marketing e Relações Públicas, vinculando-se à reputação, cognição, percepção, entre outros mais.

Podemos, assim, dizer que imagem não se trata apenas de um mero mecanismo constituído pelo sentido da visão, mas de como esta é construída. Nesse sentido, Milan, De Toni e Schuler (2015) discorrem acerca da complexidade da consciência humana e salientam que sob diversos vieses, tais como: psicologia, biologia, antropologia e sociologia os objetos, lugares e as pessoas são percebidos num complexo multidimensional.

Com base na assertiva, pensamos que para a biologia, a imagem de determinado vegetal é representada apenas enquanto pertencente às famílias das briófitas, pteridófitas, entre outros, mas a sociologia pode entendê-la pela perspectiva de resistência que determinados povos exerceram pelo cultivo deste vegetal e suas representações simbólicas. Assim, podemos concebê-la como um processo de ressignificações e como fator que permite aos indivíduos que vejam e entendam ações, objetos e lugares, de maneiras diferentes.

Destarte, refletimos acerca da complexidade que envolve a consciência humana e que ressignifica imagem em três propriedades: “qualidade, relação (ou reação) e representação (ou mediação)” (MILAN; DE TONI e SCHULER, 2015, p. 3). Para os autores, este pensamento apresenta-se sob as percepções de nível físico, quando esta diz respeito aos órgãos dos sentidos, a exemplo, da imagem de um cacto, diante do sentido da visão é visto como espinhoso e por vezes perigoso e, ao tocar a percepção, pelo sentido do tato é a mesma, uma experiência concreta, numa perspectiva de sentido sensorial direto.

A outra percepção demarca o nível emocional, quando o indivíduo faz um julgamento sobre determinada imagem, observa, avalia e de acordo com suas significações e crenças a tem com benignidade ou não. Por exemplo, o cheiro de terra molhada que vislumbra a imagem de uma chuva de férias, na casa dos avós, remetendo à imagem de paz, de descanso de afeto; ou a

imagem de uma loja na qual não houve um bom atendimento, influenciando os sujeitos em suas decisões de não mais voltar ao local. Esta formação de consciência, com base nestas percepções resulta do processo de transformar a imagem em “caráter qualitativo, avaliativo, despertando humores, interesses ou afetos. Caso a avaliação seja positiva, ou seja, (isso é bom para mim), as emoções primárias positivas se desenvolvem, tais como desejo e anseio de integração” (MILAN; DE TONI e SCHULER, 2015, p. 3)

Ainda no que concerne à definição de imagem, Halliday (2001) a demarca, em seu estudo, como um produto da imaginação, que nasce de um discurso e sua ligação com o que é legítimo ou não. Nessa acepção, a autora destaca que há uma aproximação com sua etimologia, o *imago*, imaginar, criar, assemelhando-se a reprodução do real. E, cabe destacar que nesse sentido, a imagem das instituições não pertence a ela, mas torna-se um produto da imaginação do que o outro pensa sobre ela.

No tocante aos primeiros passos do uso da imagem na esfera social, segundo evidencia Kunsch (2009) surgiram com o processo de industrialização, mais especificamente durante a Revolução Industrial, quando as organizações buscaram formas de comunicação interna. Coadunando sob este aspecto Chiavenato (2014), destaca que nesta época, pelos reflexos das mudanças socioestruturais, no que se refere à ascensão econômica, motivou-se a criação de muitos setores, voltados à gestão e comunicação de pessoas.

Segundo Kunsch (2009), os campos da Comunicação organizacional e das Relações Públicas começaram a despontar, nesse mencionado período, uma vez que surgiram a partir da necessidade de reestruturação da comunicação externa, pelas publicidades direcionadas à clientela, visando crescimento econômico. Assim, nesse enlace, a imagem das organizações começou a ser notada como elemento de desenvolvimento das empresas e podemos entendê-la como fator precípuo na constituição das organizações; não apenas de forma externa ou interna, de maneira inflexível e como bem afirma Kunsch (2003, p. 30) “é preciso vê-la em relação a um contexto muito mais amplo, numa perspectiva holística”.

Catto (2008) dispõe que a imagem de uma organização pode ser classificada em cinco dimensões: A primeira diz respeito à imagem espacial, isto é, onde esta instituição se encontra, suas instalações ou como é vista, com base em suas estruturas físicas. Em uma pesquisa no ensino infantil, acerca da questão, Zamberlan, Basani e Araldi (2007) evidenciaram como a imagem espacial, em ambientes educacionais, se faz determinante na valorização das

sociabilidades, autonomia do alunado e como aspectos físicos das instituições que se relacionam com estímulos de agentes, ali inseridos. Nessa direção encontramos um pensamento que ratifica tal assertiva:

O espaço na educação é constituído como uma estrutura de oportunidades, é uma condição externa que favorecerá ou dificultará o processo de crescimento pessoal e o desenvolvimento das atividades instrutivas. Será estimulante ou, pelo contrário, limitante, em função do nível de congruência em relação aos objetivos e dinâmica geral das atividades que forem colocadas em prática ou em relação aos métodos educacionais, que caracterizam o estilo de trabalho. O ambiente de aula, enquanto contexto de aprendizagem, constitui uma rede de estruturas espaciais, de linguagens, de instrumentos e, finalmente, de possibilidades ou limitações para o desenvolvimento das atividades formadoras (ZABALZA, 1998, p. 236).

Entendemos assim, que é essencial a caracterização das pesquisas de imagem institucional pela dispersão de medidas obtidas, com técnicas diferentes e por percepções variadas, como postuladas por Zamberlan, Basani e Araldi (2007). No que se refere à segunda dimensão, pela qual Cato (2008) postula investigar a imagem institucional, destaca-se a imagem temporal, que interliga a historicidade, ou seja, como tal organização é representada, diante do que o outro construiu, ao longo do tempo, através da percepção sobre ela.

Nessa acepção, refletimos acerca de que a imagem não se define por um número exato de dias ou meses, mas considera que a aderência temporária ou provisória dependerá de alguns fatores, como seu público, por exemplo. Simbolizando a colocação, pensemos em instituições educacionais do Estado do Maranhão, tal como o Liceu maranhense. A instituição foi vista, durante muito tempo e é até os dias atuais, como uma escola pública, de referência em qualidade, e que de lá saíram uma elite letrada, segundo afirma Aquino (2016), mas como esta imagem se formou? Como ela se propagou ao longo de décadas? Em sua pesquisa, o citado autor dispõe acerca dos movimentos estudantis e as gerações que levaram consigo a imagem de que este se tratava de um espaço importante no cenário educacional e até hoje é comum ouvir falar: “para estudar no Liceu é preciso estudar”. Tal assertiva remete-nos ao processo de ensino oferecido. Desta forma, percebe-se como a imagem temporal pode caracterizar lugares, pessoas e coisas, como bem afirma Panella (2007).

Numa terceira concepção, Cato (2008), discorre sobre a imagem relacional, ou seja, sobre a comunicação das instituições com as pessoas, aproximando-se de questões envolvidas neste estudo. Sendo assim, no que se refere a esta colocação, pensamos que seja este um aspecto

que tanto as literaturas, como as experiências individuais consideram de forma significativa, nesse cenário de instituições e aspectos imagéticos, pois conforme evidencia Vizeu (2010), a ação comunicativa representa a atividade social.

Catto (2008) destaca numa quarta concepção, a imagem personificada, que segundo afirma, é oriunda das funções desempenhadas, por membros de suas organizações. E por fim, o autor pontua acerca da imagem valorativa que abrange razão e emoção, num conjunto de todas as citadas anteriormente. À luz dessas considerações, inferimos que a imagem pode ser modificada. Desta forma, sua identidade, pode seguir ações que a alterem, a depender de seus objetivos. E segundo pressupõe Halliday (2001), a imagem com base nos discursos dos sujeitos, propicia às instituições, uma capacidade de (re) construção de imagem.

Na atualidade, a imagem é tida como ponto crucial da área profissional, pessoal e no âmbito das instituições educacionais, como discutiremos neste trabalho. Para tanto, faz-se necessário entender as instituições, numa relação de imagem e reputação, no que concerne à percepção do outro, a partir da identidade corporativa, ou seja, como estas instituições se comportam, se comunicam e organizam seus elos internos e externos, diante de quem os vê.

Sobre identidade, cabe ressaltar que numa definição a partir de Hall (2005), que esta é, sobretudo, multifacetada, mas que pode ser compreendida em um de seus conceitos por um sujeito do iluminismo, isto é, o indivíduo que possui suas próprias capacidades de razão e se mantém focado ao que sabe desde o nascimento; pelo sujeito sociológico, que se transforma com base no contexto social, assim como pelo sujeito pós-moderno sem identidade fixa, compartilhado por Bauman (2003) que nominou esta definição de: “identidade líquida”, isto é, conexões entre sujeitos com concepções e construções passageiras e instáveis.

No que tange à Identidade Organizacional, Carissimi (2001) destaca:

É um conjunto de caracteres próprios e exclusivos da organização: razão social, nome fantasia, logotipo, data de fundação, ramo de atuação, CGC, etc. Destacamos neste processo a identificação físico-visual da organização. É a marca (logotipo) da organização, representado em seu manual de identidade, que é aplicado em vários instrumentos de comunicação organizacional. É a sua representação ideológica: o que é a organização e o que ela representa – discurso corporativo. [...] a identidade de uma organização é a percepção que tem de si mesma, algo como a própria identidade que uma pessoa tem de si e por algo único, que inclui a história da organização, suas crenças e sua filosofia, as tecnologias que utiliza, seus proprietários e a sua personalidade, seus empregados, suas estratégias, e seus valores éticos e culturais. A identidade organizacional pode ser projetada e comunicada por meio de programas de relações públicas e campanhas de propaganda, mas a identidade é sempre muito difícil de ser

trocada, uma vez que constitui a razão da existência da própria organização (CARISSIMI, 2001, p. 8).

Nessa ótica, entendemos que identidade é a personalidade da organização, o que muitas vezes busca aperfeiçoar, a fim de alcançar, podendo ser desde algo exequível, um símbolo que a visão a ela remeta ou seus ideais filosóficos, éticos, podendo ser fatores que a diferencie das demais. Identidade institucional pode ser um complexo de especificidades que caracterize a organização e por estes traços específicos estas podem ser identificadas.

Nessa lógica, um fator preponderante é a reputação, que é concebida por Iasbeck (2007) como a opinião que o outro tem acerca de, interligada à imagem, pode produzir sistemas de mediações. Desta forma, a reputação é constituída, segundo o autor, por julgamentos de caráter lógico embasada em argumentos e opiniões, muitas vezes consolidados. Nesse sentido o autor discorre que:

Porque os contornos da imagem pública de uma empresa oscilam a todo momento, as pesquisas e sondagens de caráter científico (matemático e estatístico) que congelam – à maneira de uma fotografia – um instante possível e limitado da percepção não devem ser entendidas como definitivas e consideradas como absolutamente válidas, espelhos da realidade na qual se pretende atuar, num espectro de tempo maior do que o momento em que foi limitadamente produzida. Em outras palavras, a imagem instável não pode ser consumida como uma perene reputação (IASBECK, 2007, p. 94)

Inferimos com base no colocado e coadunando-se ao pensamento de Chanlat (1993), de que o homem é um ser “biopsicossocial”, constituído pelos fatores (biológico, psicológico e social) e, a partir dessa prerrogativa, relaciona-se a identidade corporativa com a reputação e a imagem, no contexto das instituições educacionais, que por sua vez, não se constituem estáticas, visto que podem ser reconstruídas, pelas ressignificações de diferentes sujeitos. Carissimi (2001, p. 7) acrescenta ainda que reputação “é o campo da ética – sendo aqui o ativo/patrimonial intangível – e que pertence à organização. [...] Através da reputação da organização é que podemos atribuir o seu valor”.

No âmbito da comunicação pública se inserem as instituições educacionais. Sendo assim, voltando-se, especificamente, às questões da imagem institucional, na esfera educacional, tem-se com base nos estudos de Nascimento (2016) que as percepções destas organizações são voltadas à realidade intraorganizacional e muita, incluem a questão da identidade, imagem e reputação para que, de forma harmônica, possam alcançar resultados palpáveis, coadunando às suas

necessidade e objetivos. Para IES e Institutos Federais estar próximo à comunidade é uma forma de sustentar a instituição, sob uma imagem utilitária e positiva. Em geral, nas Instituições de Ensino Superior, a tríade Ensino, pesquisa e extensão não apenas disponibilizam o conhecimento, mas o transformam, junto às comunidades.

Considerando-se que trataremos, neste trabalho, de um dos Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia do Brasil, entendemos pertinente explicar que estes foram criados, por lei, pelo governo brasileiro em 2008 (BRASIL, 2008), aproximando-se da proposta de uma IES, que segundo evidencia Nascimento (2016) podem ser compreendidos também enquanto:

[...] Instituições de educação superior, básica e profissional, com estruturas pluricurriculares e multicampi, e especializadas na oferta de educação profissional e tecnológica nas modalidades de ensino a distância e presenciais (ensino médio com técnico, técnico, formação inicial e continuada, bacharelado, licenciatura, graduação, pós-graduação). Os Institutos equiparam-se às Universidades Federais em termos de regulação, avaliação e supervisão de instituições de ensino que ofertam educação superior, além de exercerem o papel de instituições acreditadoras e certificadoras de competências profissionais (NASCIMENTO, 2016, p. 11).

Nesse aspecto, no âmbito dos serviços educacionais, para além da imagem que este possui, é preciso assegurar o que dispõe a Constituição Federal Brasileira, em seu artigo 206, quer seja: educação de qualidade a todos, a fim de não ferir um dos princípios constitucionais e que, indiscutivelmente, contribui na formação da cidadania.

Nessa acepção, conforme dispõem Galvão e Sadoyama (2017), a atual conjuntura do País, embora em meios a muitas fragilidades, desenvolve-se num ritmo de expansão, no que diz respeito ao mercado competitivo de educação, em nível nacional. Cabe, para os Institutos Federais e Universidades, enquanto prestadores de serviços, manter qualidade no atendimento, o que reflete em sua imagem e reputação.

Iasbeck (2007) ressalta que são nesses contextos que se operam a construção de imagem acerca de um algo ou alguém. Estas questões fazem parte, segundo afirma Panella (2007), de um domínio de análises distintas. Para a autora, embora sejam aproximadamente semelhantes, é preciso separar as considerações entre reputação e confiabilidade, ambas são construídas de forma diacrônica, ao longo do tempo; todavia, a reputação enquanto, opinião e pensamento é construída, sobretudo, a partir do que o outro discursa e no tocante à confiabilidade, esta se reconstrói pelas experiências individuais. Nesse sentido, a situação de confiabilidade constrói

uma imagem expressada, no contexto educacional pela interação de agentes, tais como: gestores, docentes, comunidade no entorno e os alunos, constituindo-se enquanto aspecto primordial, no contexto aqui estudado.

Ainda nessa perspectiva, Panella (2007) salienta que a confiabilidade pode transformar a imagem e alguns fatores podem criar concepções desmotivadoras e desenvolverem um olhar do estudante sobre a instituição. Olhar este de inacessibilidade e aspereza, podendo esta perspectiva criada não mudar facilmente, pois segundo Almeida (2005), quando os indivíduos têm uma imagem diferente daquela inicial percebida, em geral a tendência é ignorar. Assim, para a reconstrução de imagem negativa serão necessários estímulos intensos e insistentes, para que haja uma ruptura com a imagem primeira. Em suma, sobre a questão, a autora destaca ainda:

[...] envolve a relação direta do indivíduo com seus produtos, serviços; os contatos com os membros da organização; informações transmitidas pela organização através de seu processo de comunicação; referências de outras experiências; influência de opiniões de terceiros; mensagens dos meios de comunicação, inferências e sensações positivas ou negativas que são agregadas através das relações entre os diversos atores sociais (ALMEIDA, 2005, p. 64).

A partir do exposto, reflete-se em harmonia com Morgan (2010) concordando que quando ocorre o reconhecimento de que os indivíduos, os grupos e as organizações possuem necessidades e devem ser satisfeitas, reflete-se mais acerca das transformações e readequações. Percebemos, assim, “como os organismos estão abertos ao seu meio ambiente e devem atingir uma relação apropriada com este ambiente, caso queiram sobreviver” (MORGAN, 2010, p. 48).

No sentido de que é importante entender o outro, para melhor atendê-lo, Nascimento (2016) dispõe que no caso em especial das instituições de Ensino Superior e Institutos Federais, a boa imagem organizacional é essencial pela responsabilidade social e tecnológica, bem como das expectativas que seu público, os alunos, esperam.

Acompanhando o pensamento de Dutra *et al* (2019) existem diversos vieses nos cenários organizacionais já mencionados, capazes de explicar a qualidade de ensino e aspectos intrinsicamente ligados às instituições, assim sendo, considerando as proposições de Schuler e De Toni (2015) de que a imagem é um fenômeno holístico, construída por diversos níveis de percepções, o fator competência da equipe pode ser determinante nas construções discentes do Instituto Federal, *locus* destes estudo.

No tocante à reputação, imagem e identidade Iasbeck (2007) refere-se ao entrelaçamento destas três, como práticas comportamentais, chamando atenção para o método de configuração de afeto, proposto por Schuler e De Toni (2015) quando apontam para as construções mentais que o indivíduo tem, acerca de determinado produto e como estas imagens podem ser oriundas da forma como percebem o produto, o lugar, as instituições ou sentem o outro. Assim, é importante que se entenda que imagem, segundo De Toni e Schuler (2007, p. 134), “congrega sensações, percepções, sentimentos, informações [...] e expectativas, sendo que a constituição de uma imagem depende da forma específica pela qual um indivíduo ou grupo trata as informações objetivas colhidas do contato com o objeto da imagem”. Sendo essencial demarcar que no cenário da imagem institucional a eficiência das atividades desenvolvidas, embora bem planejada, dependerá de como os sujeitos a perceberão.

Nessa ótica, temos em Cardoso (2006) que a imagem pública das organizações ganhou uma dimensão substancial, quanto ao mecanismo estratégico e quanto aos produtos e serviços oferecidos. As organizações não almejam apenas ser reconhecidas por suas marcas, mas por suas atuações com as pessoas e como estas pessoas as concebem. Tais relações envolvem credibilidade, num complexo elo entre colaboradores, clientes e sociedade em geral. É neste sentido que a imagem institucional exerce papel primordial, enquanto impressão neste constructo de sua visibilidade, pelos atores a ela relacionados, conforme pontuam Duarte e Neves (2011).

Nessa perspectiva, abordada neste capítulo, entendeu-se que a imagem institucional pode partir de comportamentos das próprias corporações, segundo afirma Panella (2007), podendo ser vistas com base em suas ações, não apenas como são concebidas, pelo outro, mas como o outro se vê diante desta. Foi de substancial importância traçar a imagem institucional, com base nos conceitos relacionados ao nível holísticos e emocional, pois pressupõem-se que a parte analítica do trabalho poderá envolver o campo efetivo significativamente, para que se possa buscar as respostas à problemática, qual seja: se a imagem do Instituto Federal do Maranhão tem como vetor determinante a relação com o corpo discente, público em processo de permanente renovação, demandando realinhamento estratégico do setor de comunicação do IFMA

Tendo em vista as abordagens, aqui colocadas e o objetivo do estudo, quer seja, analisar as percepções discentes acerca do já mencionado Instituto Federal, consideramos neste trabalho, imagem, pela perspectiva conceitual que o marketing e Relações Públicas denotam, segundo afirma Nascimento (2016), quer seja, imagem vinculada à credibilidade, comunicação,

sociabilidades, percepções e ressignificações, conceito este compartilhado também por Schmidt (2011) que a concebe como processo que reúne aspectos abstratos, tais como, ideias filosóficas e aspectos subjetivos. Ressaltamos ainda, que as pontuações de imagem relacional, ligada aos aspectos comunicacionais que segundo Oliveira e Paula (2010) permitem ressignificações de sentido, construção de novas imagens sobre as organizações eliminando alguma percepção ou as suspendendo, também será considerado como base para este estudo, tendo em vista os sujeitos e objetos nele envolvidos.

Considerando que a imagem se conecta aos objetos, coisas e organizações, encontramos nas colocações de Breda (2018) que estes sentimentos propiciam proximidades dos sujeitos em sociedade, desenvolvem-se e fortalecem-se na interface da comunicação, configurando-se em um sentimento de pertencimento. Deste modo, a imagem das organizações, num entrelaçamento se associam em uma espécie de cooperação no conjunto institucional, entre atores nele inseridos, no caso em tela, no IFMA, estas relações alcançam os discentes e suas responsabilidades sociais.

Outro ponto crucial nestas construções perceptíveis dos discentes, ao longo da sua vida escolar e acadêmica são as relações na escola que possibilitam uma visão crítica de si e da sociedade na qual estão inseridos, podendo entender sua inserção social e assim construir bases de respeitabilidades para com o próximo, com as organizações e as instituições das quais fazem parte. Essa questão é discutida por Bourdieu (1996) que assevera questões pertinentes de estreitamento de laços através dos vínculos de valores ao que postula ainda:

Estamos aqui no cerne da transmutação alquímica que se encontra no fundamento do poder simbólico como poder que se cria, se acumula e se perpetua através da comunicação, da troca simbólica. Porque, como tal, ela introduz na ordem do conhecimento e do reconhecimento (o que implica que ela só pode se realizar entre agentes capazes de se comunicar, de se compreender, ou seja, dotados dos mesmos esquemas cognitivos, e dispostos a comunicar-se, isto é, a reconhecer-se mutuamente como interlocutores legítimos, iguais em honra, a aceitar a interlocução [...]) (BOURDIEU, 1996, p. 14).

Nesse sentido, corrobora Silva (2018) dispondo que estes ambientes: escolas, institutos federais e IES são concebidos como local de difusão do conhecimento não apenas focado para os aspectos físicos, intelectuais e sociais, mas se constituem de forma precípua à formação emocional dos sujeitos, concepção esta, perspectivada também por Nóvoa (1995), que as preconizam como instituições que não devem ser vistas apenas como meras formadoras de mão de obra, mas como espaço humanizador no qual os alunos se sintam preparados para atuar no

mundo com subjetividade e objetividade, tendo como base concepções emocionais que os permitam construir sua cidadania pensando no coletivo.

Ainda nessa direção, torna-se pertinente demarcar que a temática do pertencimento tem sido, atualmente, discutida de forma frequente, segundo afirma Sousa (2010) que segue discorrendo acerca deste sentimento ser vital em uma sociedade desigual, como esta do século XXI, tendo em vista a complexidade que envolve o pertencimento, assim como sua busca. Diante das colocações e voltando-se, especificamente ao contexto das escolas, institutos federais e IES, Silva (2018) postula que estas organizações precisam se comportar de modo a seus discentes aflorarem tais sentimentos e nessa direção a autora demarca que o sentimento de “pertencimento escolar que se considera como modelo para o alunado é aquele que privilegia e além do conteúdo curricular, a emoção e a afetividade que o espaço escolar possa proporcionar a toda a comunidade envolvida” (SILVA, 2018, p. 132).

Sendo assim, podemos compreender que há uma relação de identidade junto a este sentimento em destaque que, acabam por ser responsáveis diretamente no processo de apropriação do espaço educacional e que envolvem ainda valores tanto à instituição como ao discente em suas construções simbólicas acerca do espaço e de como este o influencia na sua jornada acadêmica e ou escolar, reverberando na sua escolha de ações sociais. Silva (2018) discorre, ainda, sobre o fato de as atitudes de um indivíduo, frente à comunidade em que vive, estarem intrinsecamente ligadas a formações escolares, exigindo destes espaços maior cuidado na representação que cada discente possui da instituição e em como estas se tornam referências considerando sobretudo o engajamento afetivo vinculado ao pertencimento

Vale lembrar ainda que, segundo afirma Silva (2018), o sentimento de pertencimento e de identidade no ambiente escolar possuem significados que são reconstruídos diariamente. Considerando-se que as instituições educacionais propiciam inúmeras possibilidades de desenvolver habilidades, reflexões referentes às condutas sociais, configurando-se assim em um sentimento preponderante à formação humana e ao posicionamento acerca do mundo.

Assim, no cerne de investigar as narrativas e posições dos alunos no Instituto, é essencial demarcar que o sentimento de pertencimento está relacionado diretamente com a imagem organizacional, com base nas experiências e nas impressões percebidas, conforme Carissimi (2001). O resultado deste processo, em sentir-se pertencente à determinada instituição, segundo postula Iasbeck (2007), resulta pelas semelhanças geradas pela comunicação entre os

sujeitos e as intenções dos discursos reverberados. Logo se entende que a imagem da organização é percebida pelos sujeitos que com ela interagem; e, nessa ótica, um propósito existencial surge, compreende-se que a resposta norteadora é: “como você vê o IFMA?”. Essa é a indagação desta pesquisa e poderá ser respondida, sobretudo pelo fato de que as imagens mentais desses estudantes possam formar decisões acerca do pertencimento e da imagem da instituição investigada.

3 TRAJETÓRIA DA EDUCAÇÃO BRASILEIRA ATÉ A EDUCAÇÃO TÉCNICA

Na fase inicial da formação educacional no Brasil, os jesuítas traçaram um percurso da educação caracterizada por metodologias de memorização e de repetição baseada em aprendizagens por recompensas e prêmios, instigando os aprendizes às competições. Foram esses os educadores e também responsáveis em expandir um saber discriminatório e preconceituoso, segundo afirma Escobar (2020), centrado em formar a elite da época dentro de um sistema desigual em relação às classes populares.

Segundo Escobar (2020), historicamente as características desta forma de ensino, lideradas pelos jesuítas, mostraram ser mais voltadas aos interesses mercantis do que preceitos educativos. O autor afirma que as incumbências que visavam a favorecer economicamente Portugal eram relacionadas ao estímulo de acumulação de bens e ascensão progressiva da burguesia: “[...] o ato educativo torna-se, então, conectado à esfera produtiva e ao próprio processo de desenvolvimento das relações econômicas [...] no sistema geral de exploração mercantil colonial dos tempos modernos” (ESCOBAR 2020, p. 183). Dessa forma, como observado, é progressivamente que as questões educacionais vão sendo inseridas em sociedade com objetivos distintos a depender do público a ser educado.

Segundo Saviani (2018), a ênfase da política educacional era voltada às elites, com vistas ao crescimento do processo produtivo capitalista; e, paralelamente, a educação com base em catequese era a opção dos povos locais, porém, em ambas as formas de ensino predominavam modelos de *anticriticidade*, com conteúdo, mas sem representar conhecimentos para o crescimento individual (ESCOBAR, 2020).

As relações políticas, da época, resultaram na expulsão dos jesuítas, pelo Marquês de Pombal, que acreditava em outras possibilidades de crescimento econômico, de acordo com Ribeiro (2003); e, desse modo, as novas organizações, segundo afirma Saviani (2005), no campo educacional foram reformuladas. Entre as mudanças, aconteceu a supressão do ensino religioso, assumindo-se a laicidade, inserindo-se disciplinas científicas nos currículos escolares.

Nesse novo modelo educacional, Marquês de Pombal visava:

[...] preservar e garantir a educação da classe hegemônica representada pela nobreza, oriunda da metrópole Lisboa e da burguesia nacional ascendente. As aspirações destas classes, no terreno pedagógico, manifestaram-se através das seguintes medidas: criação da Imprensa Régia, Biblioteca Pública (1810), Jardim Botânico Nacional, incentivo à

criação de jornais (Gazeta do Rio). São criadas na Bahia os cursos de Economia (1808), Agricultura (1812), Química (1817), abrangendo a Química Industrial, Geologia e Mineralogia. Estes cursos representam a inauguração do nível superior de ensino no Brasil (ESCOBAR, 2020, p. 187).

Posterior a esse processo, segundo Romanelli (1991), a educação se apresentava num cenário de mudanças em termos mundiais. Logo, a educação em países europeus, França e Inglaterra, por exemplo, priorizaram, sobretudo, o ensino voltado aos processos de industrialização e de desenvolvimento econômico, demandando mão de obra. Nesta acepção, a escola se constituía enquanto fábrica de operários. Segundo afirma Mancini (1956), uma época em que a educação era instrumento de crescimento econômico, pensado numa sociedade muito desigual. O modelo educativo não poderia ser uma forma de melhor construção de cidadania para o aluno, porque as demandas do capital se faziam fortemente influenciadoras entre países que almejavam desenvolvimento econômico, segundo demarca Saviani (2005).

No Brasil, esses ideais também serviram de modelo, tendo em vista a expansão econômica nacional. Exigia-se substancial contribuição escolar, oriunda da educação tecnicista e conforme salienta Mancini (1956), para atender a demanda do setor industrial. Saviani (2018) afirma que por questões, não muito diferentes das atuais, uma camada teve acesso, com maior qualidade ao ensino, enquanto outra não tem até os dias atuais.

Todavia, a partir de 1974, segundo Veiga (1992), começam a surgir estudos criticando essa forma de educação enquanto preparação para o ofício. Atores no campo pedagógico defendiam a necessidade de mudança dessa proposta tecnicista e utilitária que colocavam alguns alunos, em geral de esfera social desprivilegiada, à margem do direito à educação mais completa e inclusiva.

Nesta conjuntura, em meados do século XX, os ideais de John Dewey (1959) surgiram em cenário mundial, disseminando a educação progressista, discorrendo sobre a construção da democracia americana, crendo que, pela educação, esse ideal seria possível em outros países. Ele acreditava que a educação poderia ser um instrumento de autonomia, para uma convivência harmoniosa em sociedade, sendo as crianças o ponto de partida. Elas aprendem de forma ativa, contrapondo-se à educação tradicional da época.

Segundo Westbrook (2010), as proposições de Dewey destacavam que a criança não chega à escola como uma lousa branca, na qual o professor poderia escrever aquilo que desejasse, sobre civilização, sociedade e fatores humanísticos, contudo o aluno já chega intensamente ativo,

devendo apenas ser orientado. Nesta concepção, “uma educação eficaz requer que o educador explore as tendências e os interesses para orientar o educando até o ápice, em todas as matérias, sejam elas científicas, históricas ou artísticas” (WESTBROOK, 2010, p. 17).

Chama-se atenção, para a época na qual essas ideias se faziam presentes, descrevendo como poderia tornar mais eficaz os processos educacionais, e hoje, no século XXI. Segue-se falando sobre prática docente e formas de obtenção de melhoras por intermédio da escolarização. Voltando-se, às proposições de Dewey (1959), este defendia que a experiência preparava o aluno para a sociedade e, tal concepção repercutiu, também, no Brasil, num momento em que muitas transformações na esfera educacional aconteciam impulsionadas pelo modelo socioeconômico.

Na década de 1960, para a educação brasileira foi marcada por transformações significativas, segundo demarca Saviani (2018), após queda do Estado Novo (1937-1945) até o Golpe Militar de 1964, podemos destacar o surgimento da Coordenação do Aperfeiçoamento do Pessoal do Ensino Superior (CAPES), o Conselho Federal de Educação. A época foi notoriamente acentuada por movimentos em defesa da escola, da instituição de ensino de alfabetização e incremento do ensino superior.

Posteriormente, com a promulgação da Constituição de 1988, numa busca de redemocratização do país, são destacadas questões essenciais, relacionadas à educação, evidenciando-a enquanto direito social, narrando sobre a importância de políticas educacionais. Em seu capítulo terceiro, artigos 205 e 206 a constituição nacional, especifica:

Art. 205. A educação, direito de todos e dever do Estado e da família, será promovida e incentivada com a colaboração da sociedade, visando ao pleno desenvolvimento da pessoa, seu preparo para o exercício da cidadania e sua qualificação para o trabalho.

Art. 206. O ensino será ministrado com base nos seguintes princípios:

I - Igualdade de condições para o acesso e permanência na escola;

II - Liberdade de aprender, ensinar, pesquisar e divulgar o pensamento, a arte e o saber;

III - Pluralismo de ideias e de concepções pedagógicas, e coexistência de instituições públicas e privadas de ensino;

IV - Gratuidade do ensino público em estabelecimentos oficiais;

V - Valorização dos profissionais da educação escolar, garantidos, na forma da lei, planos de carreira, com ingresso exclusivamente por concurso público de provas e títulos, aos das redes públicas;

VI - Gestão democrática do ensino público, na forma da lei;

VII - Garantia de padrão de qualidade;

VIII - Piso salarial profissional nacional para os profissionais da educação escolar pública, nos termos de lei federal (BRASIL, 1988).

O período seguinte a 1988 inicia um processo de ampliação do acesso à educação, com orientações mais específicas, Decretos e Leis que fortificam a disponibilidade desta, como direito comum a todos, chegando-se aos anos 1990 com a universalização do ensino fundamental, que se torna um ponto de partida para os outros níveis da educação básica e do ensino superior, proporcionando-se busca por melhorias, nessas etapas de ensino, ao longo dos anos, conforme Oliveira (2007).

A escola técnica no Brasil começa a despontar de uma ideia incipiente, em meados de 1909, por meio de decreto assinado pelo então presidente Nilo Peçanha, que prevendo a criação de 19 escolas de aprendizes artificies, considerou que, naquela época, havia uma necessidade de acolher pessoas menos favorecidas economicamente, preparando-as tecnicamente ao mercado de trabalho e que segundo afirmam Pacheco, Pereira e Sobrinho (2009) foi o início do que hoje temos conhecidamente como educação profissional, científica e tecnológica instituída em Lei (BRASIL, 2008).

Esse sistema de escolas técnicas se origina em uma conjuntura social de ascensão industrial, fazendo parte muito mais de interesses ligados ao progresso econômico do que da educação, enquanto condição precípua ao cidadão, referentes a conhecimentos adquiridos, como dispõem Pacheco, Pereira e Sobrinho (2009); e compartilhando desta assertiva, Brandão (2007) postula que era muito mais um sistema de preparação de mão de obra do que educacional. Sobre a transição das escolas artificies, para as técnicas os autores discorrem:

Seguindo as tendências das mudanças na economia, em 1942, as Escolas de Aprendizes Artífices são transformadas em Escolas Industriais e Técnicas e, dessa forma, passam a oferecer formação profissional em nível equivalente ao do secundário. A partir de então, inicia-se, formalmente, o processo de vinculação do ensino industrial à estrutura do ensino do país como um todo, uma vez que os alunos formados nos cursos técnicos ficam autorizados a ingressar no ensino superior em área equivalente à da sua formação (PACHECO, PEREIRA e SOBRINHO, 2009, p. 4)

Nessa direção a constituição brasileira de 1937 postulava que:

É dever das indústrias e dos sindicatos econômicos criar, na esfera da sua especialidade, escolas de aprendizes, destinadas aos filhos de seus operários ou de seus associados. A lei regulará o cumprimento desse dever e os poderes que caberão ao Estado, sobre essas escolas, bem como os auxílios, facilidades e subsídios a lhes serem concedidos pelo Poder Público (BRASIL, 1937).

Esse dispositivo legal foi o primeiro a dispor sobre a educação técnica e profissional, sendo seguido, posteriormente, pela Lei nº 6.545 que atuou na transformação de três Escolas Técnicas Federais, sendo estas nos estados do Paraná, com sede na cidade de Curitiba; Minas Gerais, sediada em Belo Horizonte e Rio de Janeiro com sede também na capital, os conhecidos Centros Federais de Educação Tecnológica (CEFETs) que segundo Kulesza (2012) foram os pioneiros nesse contexto da formação técnica, reunindo atualmente eficientes condições institucionais, para a construção em matrizes de inovação tecnológica, bem como propiciando conhecimentos produtivos. Ferreira (2020) dispõe ainda, acerca de no ano de 1942, o Decreto nº 4.127 ter legitimado as Escolas Industriais e Técnicas a oferecerem formação profissional em nível equivalente ao do secundário. Sobre a questão da educação técnica a referida Lei, preconizava em seu artigo segundo:

[...] visando à formação de profissionais e especialistas na área tecnológica
 b) de licenciatura com vistas à formação de professores especializados para as disciplinas específicas do ensino técnico e tecnológico
 II - Ministrando cursos técnicos, em nível de 2º grau, visando à formação de técnicos, instrutores e auxiliares de nível médio;
 III - ministrando cursos de educação continuada visando à atualização e ao aperfeiçoamento de profissionais na área tecnológica;
 IV - Realizar pesquisas aplicadas na área tecnológica, estimulando atividades criadoras e estendendo seus benefícios à comunidade mediante cursos e serviços (BRASIL, 1978).

O dispositivo traçava a educação técnica, alinhando-a os objetivos às necessidades econômicas da época, como observado, anteriormente, no excerto destacado da Lei, dispostas no documento de forma evidenciada como instituições de regime especiais com autonomia administrativa, financeira, didática e disciplinar, mesmo vinculada ao ministério da educação e cultura, com seus próprios regimentos e estatutos.

Tais modificações no contexto educacional aconteceram em meio às discussões e discordância de muitos envolvidos e, entre governos, interesses políticos e interesses dos profissionais e instituições, no início do novo governo em 2003, antes mesmo da transição de poder, segundo pontua Pacheco (2012), o Decreto 2.208/97 já era motivo da divergência de muitos estudiosos e profissionais da educação, sobretudo pela questão que narrava acerca da separação obrigatória entre ensino médio e educação profissional.

O ano de 2003 foi fortemente marcado por debates entre as duas modalidades de ensino e foi retomado, nessa época, à discussão sobre educação politécnica que, segundo Saviani (2005),

era vista como uma possibilidade de possuir domínio de conhecimentos científicos das diferentes áreas, sendo posteriormente aceita pelo Decreto 5.154/2004 que passou a permitir integração do nível de ensino técnico com o nível médio de ensino, conforme descreve Ferreira (2020).

Pacheco (2012) ratifica a eficiência da solução transitória no cenário educacional e visualiza a integração da ciência, da tecnologia, da cultura e do trabalho como bases importantes e que contempla um desenvolvimento eficaz da educação tecnológica ou politécnica. Essas concepções não só se tornaram exequível no contexto das políticas que norteiam o país, como também em meados do ano de 2005, a Lei nº 11.195/2005 propõe nova redação à Lei nº 8.948/1994 nos trechos que explanam sobre a expansão da Rede Federal de Educação Profissional e Tecnológica, a qual dispõe sobre a exigência de criação “de novas unidades de ensino por parte da União, que ocorrerá, preferencialmente, em parceria com Estados, Municípios, Distrito Federal [...] que serão responsáveis pela manutenção e gestão dos novos estabelecimentos de ensino” (BRASIL, 2005).

Dessa forma, houve a construção de 64 novas unidades de ensino (BRASIL, 2005b), ampliando a oferta da EPT no país, já que de 1909 a 2002 de acordo com Ferreira (2020) foram construídas 140 unidades, em todo o Brasil. Entre esses o Instituto Federal do Maranhão, objeto de estudo desta pesquisa, o IFMA.

Outro marco, nessa citada época, foi o surgimento do Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (SENAI), que se configura até os dias atuais, como instituição de qualificação para o trabalho que, por muito tempo, esteve atrelado ao setor dos interesses do capital industrial, de acordo com a perspectiva de Cunha (2005).

Saviani (2018) pontua, ainda, que essa proposta pedagógica de escolas técnicas foi evidenciada de forma substancial, no Estado pós-64, baseada nas teorias gerais de administração de Taylor e Fayol, que preconizavam questões interligadas à produção e eficiência, com redução de gastos no ensino brasileiro. Confirmando a colocação, Bartnik (2012) assevera que os fundamentos tecnicistas surgiram com estes autores da administração, em uma época na qual a revolução industrial movimentava o mundo. Os alunos eram não somente de discentes, mas também de peças fundamentais no trabalho que contribuiria ao progresso das nações, a partir de suas atuações nas indústrias.

Nessa linha temporal da criação e desenvolvimento da educação tecnológica e profissional, Ferreira (2020, p. 64) acrescenta que

Em 2007, é lançada a segunda fase do Plano de Expansão da Rede Federal de Educação Profissional e Tecnológica, que estabeleceu como meta a criação de mais 150 novas unidades, totalizando 354 unidades até o fim de 2010. Nesse ano, é também promulgado o Decreto nº 6.095, de 24 de abril de 2007, que estabelece as diretrizes para o processo de integração de instituições federais de educação tecnológica, para fins de constituição dos Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia – IFET, no âmbito da Rede Federal de Educação Tecnológica.

Logo, em 2008, com a promulgação da Lei nº 11.892/2008 surgiram os Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia, os IFETs, com base na integração dos CEFTEs e das escolas técnicas federais agrotécnicas, com polos pluricurriculares e multicampi (BRASIL, 2008). A Lei que determinou a criação destes institutos prevê, entre outras coisas, a disponibilização de educação superior, básica, profissional e tecnológica com práticas pedagógicas que desenvolveram processo educativo que gerem adaptação de soluções técnicas e respeito, especificidades regionais, uma vez que estas instituições estão presentes em 38 regiões diferentes do Brasil.

A Lei nº 11.892/2008 demarca que os institutos federais devem promover a integração e verticalização da educação básica à profissional e superior, otimizando infraestrutura, fortalecendo a produção, num contexto que envolva o social e cultura local, assim como prevê a potencialização do progresso econômico, no âmbito em que esteja inserido. No que concerne a seus objetivos, o dispositivo postula acerca de cursos de formação inicial e continuada de trabalhadores, objetivando a capacitação, o aperfeiçoamento, a especialização e a atualização de profissionais, em todos os níveis de escolaridade, nas áreas da educação profissional e tecnológica; (BRASIL, 2008); e destaca como objetivo, a realização de pesquisas aplicadas, atividades de extensão e entre outras coisas, estimular e apoiar processo educativo que se relaciona com trabalho, renda e emancipação do sujeito, enquanto cidadão responsável pela ascensão econômica nacional.

Segundo aponta Leão (2011), as diretrizes nacionais de educação têm direcionado para potencialidades dessas instituições no sentido de que possam integrar com um pensamento que priorize a produção científica e tecnológica no âmbito do mercado de trabalho e na cena cultural.

No caso do IFMA, Leão (2011) afirma que a instituição é norteadada por valores significativos reverberando em todos os atores nele envolvido e que, diante da exigência mercadológica, o instituto tem conseguido propiciar um contraponto político e ideológico que

permite aos seus alunos se manter vivos neste mundo capitalista, mas com concepções mais humanistas, as quais consideram o diálogo e as potenciais éticas, ecológicas, entre outras.

Nessa direção, muitos estudos vêm abordando o substancial valor que esses institutos representam no cenário nacional e até internacional. Uma pesquisa de Gomes (2013) tratou da questão do IFMA no campus Maracanã que se apresenta numa perspectiva de educação para o campo. O interessante no estudo é que a atuação se coaduna com a região buscando identificar junto à comunidade as problemáticas da área, para assim encontrar, com base nos cursos implementados, soluções técnicas e tecnológicas para progresso da região no qual o instituto encontra-se instalado.

3.1 Educação profissional

Antes de procedermos às questões referentes à educação profissional, entendemos ser pertinente esclarecer algumas terminologias que se aproximam nesse cenário. Tomando pois, as colocações de Manfredi (2002) temos que a educação profissional por muitos pesquisadores é concebida numa concepção assistencialista, uma espécie de tentativa de compensar aos menos favorecidos economicamente oportunidades de educação com objetivo maior o mercado de trabalho e, para educação tecnológica ainda no pensamento da autora, esta propõe que seria uma perspectiva de formação de trabalhadores coletivos e históricos vinculada à formação técnica, no nível de ensino médio.

Ainda no que tange as nomenclaturas, Oliveira (2005) corrobora que educação tecnológica pode ser também utilizada para instituições que disponibilizam educação profissional, no Brasil. Ao considerar dispositivos legais que narram sobre a questão o artigo terceiro da resolução da CNE/CEB nº 1 de 3 de fevereiro de 2005, dispõe:

A nomenclatura dos cursos e programas de Educação Profissional passará a ser atualizada nos seguintes termos: Educação Profissional de nível básico passa a denominar-se formação inicial e continuada de trabalhadores.

II. Educação Profissional de nível técnico, passa a denominar-se Educação Profissional Técnica de nível médio;

III. Educação Profissional de nível tecnológico passa a denominar-se Educação Profissional Tecnológica, de graduação e de pós-graduação (BRASIL, 2005).

O disposto pelo artigo acima também é ratificado pelo, já mencionado neste trabalho, Decreto 5.154/2004 que especifica os níveis de ensino dos programas de educação profissional e definem algumas terminologias também. Nesse sentido, vale lembrar que nossa legislação não utiliza as expressões “educação técnica e educação tecnológica”, de forma explícita, todavia, faz uso uma aproximação entre educação profissional técnica e educação profissional. Sendo a educação técnica atrelada ao o nível médio de ensino da educação profissional e a educação tecnológica correspondente a nível superior, de graduação e pós-graduação.

Essas questões abordadas fazem-se necessárias para melhor situarmos nossa concepção terminológica ao longo do texto e para finalizar as concepções e evitar ambiguidades de sentidos tomou-se através de Oliveira (2014, p. 32) que a educação tecnológica pode estar relacionada à “natureza, ao conteúdo de um dado processo educativo que tenha [...] integração entre cultura e produção, ciência e técnica, educação geral e educação profissional, e dentro disso, a concepção politécnica”. O que nos leva a entender que a educação tecnológica está ligada à formação do indivíduo enquanto profissional, todavia com uma base sólida de desenvolvimentos de seus conhecimentos intelectuais e científicos.

E quanto à definição de educação profissional corroboramos das proposições colocadas por Oliveira (2014) quando afirma que esta não se vincula somente ao saber-fazer, ou seja, numa relação apenas com o emprego, aos sujeitos que executam tarefas. Vale ressaltar também que compartilhamos ainda do que salienta Leão (2011) sobre a educação profissional precisar refutar concepções reducionistas, no qual o enfoque se limita ao trabalho, pois esta modalidade de educação se constitui elemento essencial para a formação pessoal, coletiva e histórica do indivíduo, conduzindo a um desenvolvimento de aptidões para a vida produtiva.

Quanto a estas concepções da formação humana, numa dimensão de completude pessoal, coletiva e desenvolvimento de habilidades, Barato (2008) ilustra a situação discorrendo acerca da história de Frederick Taylor, entre o final do século XIX e o século XX. Um renomado engenheiro americano, conhecido pelo desenvolvimento de teorias na área da administração científica do trabalho.

Em um de seus estudos para demonstrar a funcionalidade da gerencia orientada, Taylor utilizou-se de um trabalhador manual, Schmidt, delegando tarefas, a fim de provar que o trabalhador não teria capacidade de pensar além do que foi determinado para fazer.

Mas ao mesmo tempo em que participava da experiência científica de Taylor, o trabalhador estava construindo sua casa, e isto demandava planejamento para poupar recursos financeiros, planejamento para aplicar em materiais mais urgentes, tudo organizado por Schmidt, num espaço paralelo ao estudo do “pai da administração científica”, Frederick Taylor.

Ainda assim, o trabalhador era descrito pelo estudioso como incapaz de desenvolver outras atividades, porque, ali se provaria, em tese, que Schmidt era desprovido de inteligência, se tratando apenas de um trabalhador braçal, como destacado por Barato (2008). Diante à descrição desta experiência, refletimos nas condições da educação profissional como, em vários momentos pensados para uma ascensão dos modos de produção capitalista, mas que acabam por transformar os indivíduos, que ao contrário do que Taylor descrevia, não são peças robóticas que apenas executam tarefas, mas com elas desenvolvem suas aptidões.

Nos termos da legislação vigente, é preciso destacar que ela se categoriza em três níveis, sendo a primeira o nível básico que consiste na qualificação e requalificação dos sujeitos e isto interdepende da escolaridade; o nível técnico que habilita profissionalmente alunos egressos no ensino médio e tecnológico atrelado ao ensino superior que se destina aos alunos em ensino médio e superior. Nessa direção, a LDB nos termos do artigo também ratifica a assertiva e discorre sobre este aspecto *integralizador* demarcando a relação da educação para o trabalho, às aptidões para uma vida produtiva com desenvolvimento em articulação com o ensino regular ou por distintas estratégias de educação continuada e nos artigos 41 e 42 explana ainda:

Art. 41. O conhecimento adquirido na educação profissional, inclusive no trabalho, poderá ser objeto de avaliação, reconhecimento e certificação para prosseguimento ou conclusão de estudos. Parágrafo único. Os diplomas de cursos de educação profissional de nível médio, quando registrados, terão validade nacional.

Art. 42. As escolas técnicas e profissionais, além dos seus cursos regulares, oferecerão cursos especiais, abertos à comunidade, condicionada a matrícula à capacidade de aproveitamento e não necessariamente ao nível de escolaridade. (BRASIL, 1996)

Diante do exposto acerca das especificidades, objetivos e caracterização da educação profissional e pensando junto às proposições de Frigotto (2007), entendemos que na sua gênese, esta modalidade de educação, mesmo que dentro de algumas contradições, encontra-se uma tentativa de resgate do ensino médio junto à educação politécnica que foi uma concepção educacional refutada em alguns governos nos anos de 1990. O autor destaca ainda uma questão interessante sobre a educação profissional a de que, se houver uma contribuição para a qualidade

dentro de uma exigência de reformas estruturais das novas sociedades formadas, será possível uma reforma social existente a partir das novas possibilidades educativas partindo das concepções por esta apresentadas.

Nessa direção vislumbramos que independentemente do nível a escola é parte da comunidade e muitas vezes o único espaço público que integra elementos tais como educação, trabalho, lazer e possibilidades de subsídios para população local, que permite à população ter autonomia e construir (re)significações em torno das instituições e da oferta disposta segundo evidencia Pacheco (2010).

Frigotto (2007) compartilha um pensamento que nos remete à reflexão do impacto da educação profissional na vida de muitos estudantes. O autor discorre sobre a relação desta modalidade e da educação básica com contornos nítidos de possibilidades distintas a depender das condições de cada indivíduo nesse abismo social, dentro de um processo capitalista desigual.

A relação da educação técnica e profissional, muitas vezes citadas como pares ou sinônimos ou ainda como complementos, segundo pontuam Gariglio e Burnier (2012), nos remete à história dessa modalidade de ensino, na sua relação com o processo de constituição do sistema educacional no país. Todavia, é fundamental salientar que diante de uma sociedade marcada pela sociabilidade capitalista, a educação profissional chegou a ser encarada tão somente pelos ofícios manuais, sendo oferecida praticamente como caridade para os setores excluídos da sociedade: órfãos, abandonados e “desvalidos da sorte”.

Muitos alunos não possuem uma trajetória escolar contínua, isto é, iniciam a educação infantil, passam pelo ensino fundamental e interrompem a carreira educacional antes do ensino médio, ou seguem num percurso dividindo seu tempo entre a escola e trabalho, com perdas significativas, principalmente na esfera escolar. Como dispõe Frigotto (2007), uma dualidade tortuosa.

Nesse sentido, a educação profissional se insere na vida dos sujeitos com duas possibilidades. A primeira se apresenta como uma tentativa de colocação profissional, rápida, dentro de uma urgência que desconhece a fragilidade de ofertas de instituições com qualidade questionável. Destarte, pela urgência de sobrevivência em um mundo no qual classes dominantes posicionam pessoas em subalternidade, estes estudantes adentram na educação profissional que lhe é possibilitada, ainda que em situações de um processo educativo vulnerável.

E, nessa acepção, temos com base em Toscano (2010) a compreensão de que:

A educação tem sido, pelos menos nos últimos séculos de nossa civilização, um veículo certo de manutenção de privilégios e um instrumento bastante hábil de sustentação do *status quo*. Por todo este tempo, a escola tem se destinado aos filhos da nobreza e da burguesia, e estes, através da educação confirmavam simplesmente a posição da elite de suas respectivas famílias. Enquanto isso, aos filhos dos trabalhadores, dos pequenos funcionários, dos artesãos, reservavam-se escassas oportunidades de um aprendizado elementar, de preferência realizado no seio da própria família ou da comunidade, que os preparasse para assumir, no devido tempo, as mesmas funções desempenhadas tradicionalmente pelos de suas classes (TOSCANO, 2010. p. 34).

O colocado pela autora remete a dois séculos atrás, todavia, um cenário que se perpetua até os dias atuais, em formatos diferentes de exclusão, mas ainda perceptíveis. E, no contexto da educação profissional, mesmo esta sendo preconizada numa concepção integralizadora, visando mais igualdade, Fischer e Franzoi (2009) pontuam que a articulação entre educação básica e esta modalidade podem ser determinantes.

Ponto este vislumbrado pela criação dos Institutos Federais, em trechos que narram, por exemplo, sobre a promoção da integração e a “verticalização da educação básica à educação profissional e educação superior, otimizando a infraestrutura física, os quadros de pessoal e os recursos de gestão” (BRASIL, 2008), e ainda no excerto que dispõe sobre a atuação das instituições exercendo papel de “acreditadoras e certificadoras de competências profissionais” (BRASIL 2008).

E é nessa direção que Frigotto (2007) narra sobre a segunda possibilidade da educação profissional, ou seja, numa visão de qualidade, oriunda de uma concepção equânime, quando pensada para atender aos novos requisitos da reestruturação educacional, nos termos das novas legislações vigentes no país. Portanto, pensamos também que a educação profissional é uma proposta que transcende a ideia de investimento para competitividade do mercado de trabalho, é uma reformulação do modo de pensar a educação no País.

Harmonizando à Constituição Federal Brasileira ao que narra em seu art. 205, não restam dúvidas que a finalidade da educação nacional é o pleno desenvolvimento dos indivíduos no preparo para a cidadania e para a qualificação do trabalho, logo, a educação profissional não deve se centrar somente em objetivo assistencialista, como se fosse resposta a uma demanda burocrática de um mecanismo social burocrático, conforme ressaltam Cordão e Moraes (2017).

Nesse sentido, é preciso conceber a educação profissional numa apreciação enquanto um processo produtivo sim, mas que tem se renovado do ponto de vista do compromisso social ético

de instituições que têm conduzido os estudantes num preparo contínuo de práticas e saberes, que reverberam para além de uma colocação no mercado de trabalho, alçando atitudes e habilidades que atendam às demandas da sociedade com ética, sobretudo, e valores, perspectivando realização pessoal, profissional e, num coletivo, respostas criativas, originais e eficientes (CORDÃO; MORAES, 2017).

À luz destas considerações, compartilhando da perspectiva de Toscano (2010), entendemos que o estudante, cidadão em formação, não é um mero dado biográfico, um número social e, ao analisar a Lei 11.892/2008, que dispõe sobre os Institutos Federais do Brasil, percebemos uma aproximação deste novo formato de conceber o aluno como um indivíduo que será não apenas qualificado profissionalmente, mas acolhido em sua formação, com ênfase no desenvolvimento intelectual.

Em especial, no artigo sexto, inciso cinco, a citada lei expressa que, entre os objetivos da criação dos Institutos Federais, está o estímulo direcionado aos estudantes a fim de desenvolver um espírito crítico, uma distinção da educação profissional que em outras tentativas anteriores se voltavam ao estímulo de uma capacitação da mão de obra, tão somente.

Corroborando à proposição, Fischer e Franzoi (2009, p. 48-49) acrescentam:

Parece-nos que um elemento central aqui é a necessidade de nos desvencilharmos da reduzida equação, por demais debatida, mas que sempre se repõe, da educação profissional «para» o capital, o emprego, etc. Se é certo que é assim, também é certo que empobrecemos a reflexão, o que acaba por empobrecer a elaboração política e pedagógica sobre o sentido mais universal de direito de todos de sermos contemporâneos ao tempo histórico em que vivemos. [...] Há que se dar continuidade à reflexão inesgotável a respeito dos vínculos ontológicos e históricos entre trabalho e educação nos processos de formação humana [...] A princípio, a necessidade de analisar a complexidade contraditória de determinações que está em jogo na «volta à escola» de milhares de jovens e adultos trabalhadores, esses estrangeiros na escola. Tal complexidade caracteriza-se por um misto de inclusão subordinada; de sonho individual realizado.

É sobre este “desvencilhamento da equação reduzida” que a educação profissional deve se posicionar, contribuindo no processo de formação de cada um dos estudantes nesse cenário inseridos. E, no Brasil, os Institutos Federais atuam como instrumento dessa transformação social. É válido lembrar que a construção da educação profissional e tecnológica, no país, tem sido demarcada por um histórico pautado em discussões sobre a dualidade entre ensino intelectual e ensino instrumental.

E, mesmo após décadas de diálogos e debates férteis sobre esta modalidade, as estruturas legais têm buscado um modelo de ensino de qualidade na formação de jovens para o mundo trabalho, valorizando a interdependência do conhecimento propedêutico com o conhecimento técnico de base operacional, e, em função desta conduta, os IFs têm se constituído referência na educação profissional no país, de acordo com Picanço *et al.*, (2012).

3.2 O Instituto Federal do Maranhão

A educação profissional e tecnológica, como visto nos tópicos anteriores, no ano de 2006 passou pelo processo de reestruturação através da iniciativa do Ministério da Educação em ação conjunta com o Conselho Nacional de Educação (CNE), decorrente do Parecer CNE/CES Nº 277. Nesse cenário de reformulações na educação, surgiu a demanda de ampliação da oferta de educação pública que segundo afirmam Turmena e Azevedo (2017, p. 1068) foi exequível com a criação dos Institutos Federais, “que embora também inserida nos limites da sociedade de classes, constitui uma possibilidade de formação e desenvolvimento de “intelectuais orgânicos”, comprometidos com a superação das relações sociais capitalistas”.

Datado em 24 de abril de 2007, o Decreto Nº. 6.095, em seu texto estabelecia diretrizes para o processo de integração de instituições federais de educação tecnológica e profissional, cabendo ao MEC estimular o processo de reorganização nessas instituições. Quanto a este processo, o dispositivo destacava o modelo de educação, ciência e tecnologia com natureza jurídica de autarquia, detentores de autonomia administrativa, patrimonial, didático-pedagógica e disciplinar, respeitadas as vinculações nele previstas (BRASIL, 2007).

A concepção adotada na criação dos Institutos Federais previa não apenas o ensino em níveis de educação básica e superior, mas que estas pudessem ser concebidas com criticidade, desenvolvendo potencialidades da comunidade estudantil com base na conjugação de conhecimentos técnicos e tecnológicos. A dimensão geográfica, também demarcada nos termos da lei, narrava sobre a relevância de características regionais, identitárias, culturais, sociais e econômicas (BRASIL, 2007).

Neste Decreto, o Nº 6.095/2007, estes novos denominados IFETs não se tratavam de uma substituição das Escolas Técnicas, Agrotécnicas e Escolas Técnicas (CEFETs), mas de uma

expansão dos modelos já existentes, que anos depois mudaram não apenas suas nomenclaturas, mas acabaram por adotar os modelos dos institutos, conforme o Decreto.

Um ano depois, a partir da Lei N° 11.892/2008, foram criados os Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia, um total de 38 IFs distribuídos pelos estados brasileiros, que, segundo a citada lei de criação teriam como finalidade e características:

- I - ofertar educação profissional e tecnológica, em todos os seus níveis e modalidades, formando e qualificando cidadãos com vistas na atuação profissional nos diversos setores da economia, com ênfase no desenvolvimento socioeconômico local, regional e nacional;
- II - desenvolver a educação profissional e tecnológica como processo educativo e investigativo de geração e adaptação de soluções técnicas e tecnológicas às demandas sociais e peculiaridades regionais;
- III - promover a integração e a verticalização da educação básica à educação profissional e educação superior, otimizando a infraestrutura física, os quadros de pessoal e os recursos de gestão;
- IV - orientar sua oferta formativa em benefício da consolidação e fortalecimento dos arranjos produtivos, sociais e culturais locais, identificados com base no mapeamento das potencialidades de desenvolvimento socioeconômico e cultural no âmbito de atuação do Instituto Federal;
- V - constituir-se em centro de excelência na oferta do ensino de ciências, em geral, e de ciências aplicadas, em particular, estimulando o desenvolvimento de espírito crítico, voltado à investigação empírica;
- VI - qualificar-se como centro de referência no apoio à oferta do ensino de ciências nas instituições públicas de ensino, oferecendo capacitação técnica e atualização pedagógica aos docentes das redes públicas de ensino;
- VII - desenvolver programas de extensão e de divulgação científica e tecnológica;
- VIII - realizar e estimular a pesquisa aplicada, a produção cultural, o empreendedorismo, o cooperativismo e o desenvolvimento científico e tecnológico;
- IX - promover a produção, o desenvolvimento e a transferência de tecnologias sociais, notadamente as voltadas à preservação do meio ambiente (BRASIL, 2008).

Em face do descrito, compreendemos a criação dos Institutos Federais enquanto uma organização política que ressalta a valorização da educação e das instituições públicas, assumindo o papel de combater as desigualdades estruturais de toda ordem, como propõe MEC (2010). Nesse sentido, além de estarem configurados como um bem público, se inserem numa concepção amparadora das Políticas Públicas, pois se comprometem a pensar na igualdade, equidade, desenvolvimento setorial, diversidade, entre estas, a diversidade de estratos sociais; entre outros. E, assume função de colaboradores no que diz respeito à região na qual se localizam.

Nesse viés das ações configuradas em Políticas Públicas dos IFs, Souza (2006) dispõe que correspondem a um campo teórico metodológico que tem no Estado seu principal escopo

organizacional. Nessa perspectiva, há forte inclinação do Governo, desde a criação até a manutenção e preservação, junto aos atores envolvidos.

O Estado entendendo que os IFs se constituem em valorosa contribuição no tocante ao processo de modernização e desenvolvimento do Brasil, sobretudo, pela qualificação com educação profissional e tecnológica sob as reverberações nos aspectos sociais, seguiu com algumas expansões de polos por estado, como ilustrado no quadro 1.

Desta forma, de acordo, com Turmena e Azevedo (2017), o Estado atende demandas por dois vieses: um que reflete a necessidade da população no que concerne formação de qualidade educacional, para que além de aquisições de conhecimentos estes possam se colocarem na disputa por melhores condições de trabalho no mercado; e outro que trata das demandas econômicas, através do aumento da produtividade e os resultados positivos nas taxas de lucro.

Tabela 1 – Demonstração da expansão dos IFS por estado, no Brasil

INSTITUIÇÃO FEDERAL	CAMPUS	CAMPUS AVANÇADO	TOTAL
ACRE – IFAC	05	01	06
ALAGOAS – IFAL	15	01	16
AMAPÁ – IFAP	04	01	05
AMAZONAS - IFAM	14	01	15
BAHIA – IFBA	22	01	23
BAHIA – IG BAIANO	14		14
CEARÁ –IFCE	28	03	31
DISTRITO FEDERAL - IFB	10	01	11
ESPÍRITO SANTO -IFES	21	01	22
GOIÁS – IFG	14		14
GOIÁS –IF GOIANO	08	04	12
MATO GROSSO - IFMT	14	05	19
MARANHÃO - IFMA	26	03	29
MATO GROSSO DO SUL -IFMS	10		10
MINAS GERAIS – IFMG	12	06	18
MINAS GERAIS - IF SUL DE MINAS	06	02	08
MINAS GERAIS – IFNMG	09	02	11
MINAS GERAIS – IF SUDESTEMG	07	03	10
MINAS GERAIS -IFTM	07	02	09
PARÁ –IFPA	17	01	18
PARAÍBA - IFPB	15	03	18
PARANÁ -IFPR	20	05	25

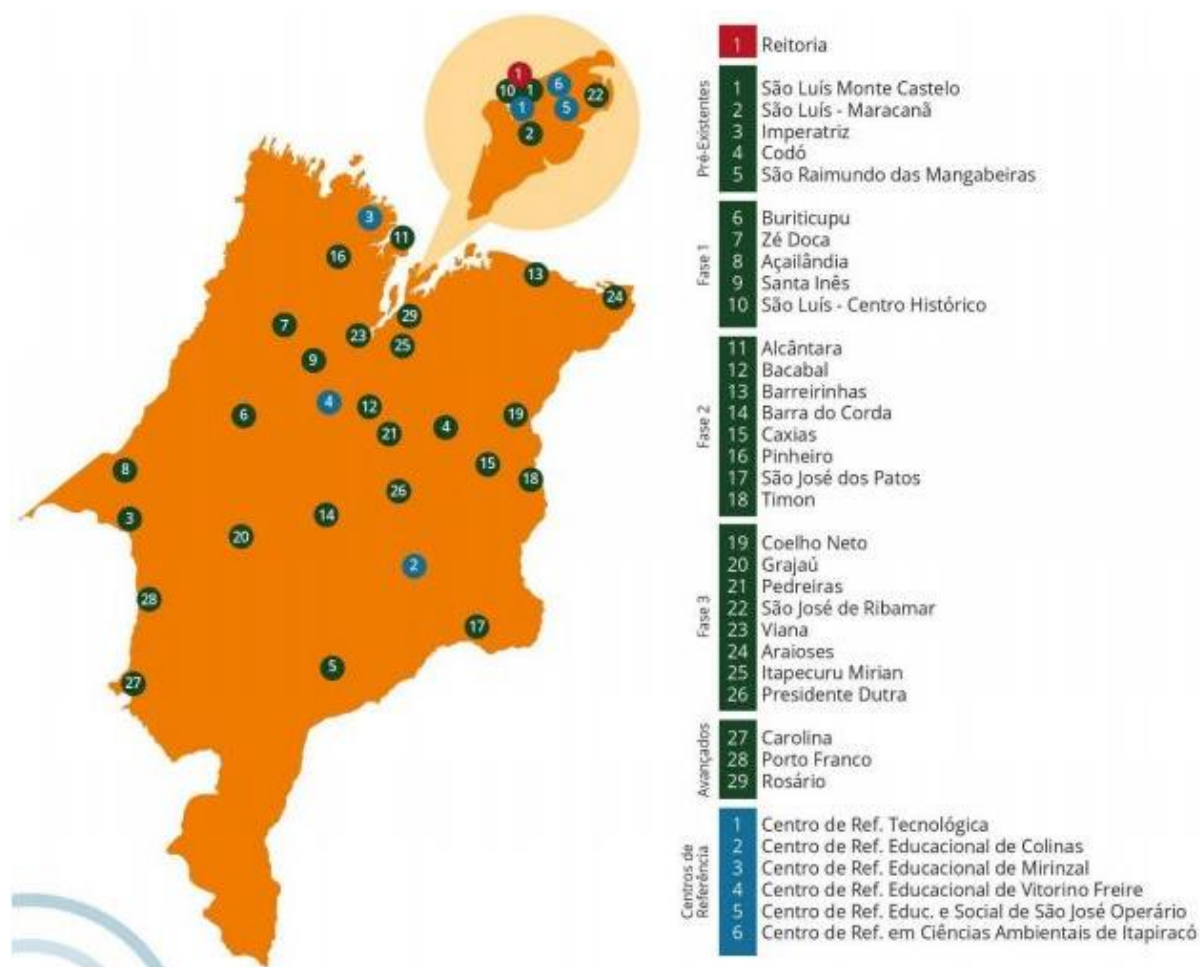
Fonte: Adaptação da autora com base em Turmena e Azevedo (2017).

O perceptível crescimento dos IFs, segundo Turmena e Azevedo (2017, p. 1076) pode ser atribuído ao fortalecimento e amplificação das relações sociais capitalistas “em regiões distantes geograficamente dos grandes centros urbanos”. No que diz respeito ao Instituto Federal

do Maranhão (IFMA), este integrou o denominado, anos atrás, Instituto Federais de Educação, Ciência e Tecnologia do Maranhão (CEFET-MA) e as Escolas Agrotécnicas Federais de Codó, São Luís e São Raimundo das Mangabeiras.

Atualmente, o IFMA é composto pela Reitoria localizada na capital do Estado, São Luís, 26 Campi, três Campi Avançados, três Centros de Referência Educacional, assim como possui um Centro de Referência Tecnológica (CERTEC), um Centro de Pesquisas Avançadas em Ciências Ambientais, 15 Polos de Educação a Distância e 38 Polos Institucionais, com unidades distribuídas por todo o Maranhão conforme mostra figura abaixo. O Instituto oferece desde cursos de formação inicial (FIC) e de nível médio técnico (modalidades integrada, sequencial e concomitante), à graduação e pós-graduação (especialização, mestrado e doutorado)³.

Figura 1 – Campi e Centros de Referência do IFMA



Fonte: Instituto Federal do Maranhão

³ Disponível em: <<https://portal.ifma.edu.br/instituto/historico/>>.

O documento norteador das ações pedagógicas e administrativas do IFMA é o Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) – o atual tem vigência 2019-2023. É um documento exigido pelo MEC para que a instituição esteja apta a oferecer cursos de graduação e pós-graduação. Traz ainda ferramentas institucionais basilares construídas de forma participativa: o Projeto Pedagógico Institucional (PPI), de natureza filosófica, política e teórico-metodológica, que orienta a prática pedagógica do IFMA e articula as dimensões de ensino, pesquisa e extensão; e o Planejamento Estratégico 2016-2020, que impulsiona o modelo de gestão do Instituto através da execução de projetos estratégicos, de forma a garantir o cumprimento de sua missão institucional e o alcance de seus objetivos e metas com os melhores resultados.

Conforme traz o PDI, o IFMA tem como missão “Promover educação profissional científica e tecnológica comprometida com a formação cidadã para o desenvolvimento sustentável”. Tem por visão “ser uma instituição de excelência em ensino, pesquisa e extensão, de referência nacional e internacional, indutora do desenvolvimento do Estado do Maranhão”. E tem os seguintes valores: Ética, Inclusão Social, Cooperação, Gestão Democrática e Participativa e Inovação.

Outro documento norteador da instituição é o Projeto Pedagógico Institucional (PPI) do IFMA, tendo em vista que cada IF é configurado com modelos parecidos, mas em um sistema de autonomia, como preconiza Brasil (2008). O projeto segue orientação filosófica, política e teórico-metodológica, articulando-se em ensino, pesquisa e extensão, elaborado numa coletividade sob coordenação dos atores em comunidade acadêmica, mas também com a contribuição de comissões locais de cada região na qual a instituição se faz presente, objetivando discussões e a participação também da comunidade do seu entorno.

O PPI é um dos documentos que direciona o funcionamento do IFMA e contou em sua construção com a contribuição de servidores representantes dos campi. Foram realizados dois encontros presenciais e a partir daí se deu a organização dos polos e a sistematização do instituto no Maranhão, respeitando o formato nacional, mas com a autonomia que lhe é dada. A saber, o projeto foi norteador por pressupostos filosófico-antropológicos e sociais que se conectam por meio de três esferas constitutivas da existência humana, segundo descreve o PPI/IFMA (2016), sendo estas a prática social, prática produtiva e prática simbolizadora, as quais se relacionam com as concepções de trabalho, de sociedade e de cultura.

Diante as filosofias e estruturação adotadas no PPI do IFMA, pensamos junto a Ciavatta (2005) no tocante à esfera produtiva, constitutiva da existência humana, que, ao centralizar o

trabalho como atividade fundamental, não o vê apenas como instrumentos de subsídios, mas relações entre si e o outro, ao longo da história.

Nesse sentido, o estudante ao vislumbrar o IFMA como local de colocações profissionais no mercado não se posiciona apenas como uma mercadoria passível de comercialização dos modos capitalistas, mas como um ser em processo de realização e de transformações pessoais, segundo Ciavatta (2005).

Sob este prisma o PPI do IFMA reafirma seu compromisso no tocante a levar os estudantes a compreender que, através do trabalho poderão estabelecer relações com o mundo, desenvolvendo saberes (IFMA, 2016). Outrossim, o Instituto assume o trabalho como base estruturante para a formação de indivíduos capazes do agir prático, teórico e político, impulsionando o sujeito a atender as necessidades humanas (IFMA, 2016, p. 7).

Entendemos que a missão e visão da instituição, exposta em seu Plano de Desenvolvimento Estratégico - PDI, está em plena consonância no PPI que claramente se posiciona a favor dos discentes no tocante à razão de ser (missão), o que almeja para o futuro (visão), alinhados ao objetivo da organização.

Partindo desta perspectiva, em sua estruturação o IFMA pressupõe que o estudante ao se formar em seus espaços será um cidadão crítico de sua realidade, um indivíduo transformador numa dimensão coletiva, capaz de modificar sua realidade diante a uma problematização.

Ao mencionarmos a questão da criação dos IFs, em tópicos anteriores, falamos sobre a concepção de educação não apenas para o mercado de trabalho, mas nesse viés de desenvolvimento humano. Na construção dos documentos norteadores no IFMA, este pensamento também foi evidenciado:

A noção norteadora no âmbito do IFMA será a de ciência como produtora de qualidade social, qualidade de vida e melhoria dos processos educacionais. Nesse sentido, as tecnologias devem ser incentivadas e consolidadas nos diversos Campi, como, por exemplo: as Tecnologias Sociais desenvolvidas na interação com a comunidade, que representem efetivas soluções de transformação social e de redução da desigualdade; As Tecnologias Produtivas que resultam da interação Homem x Ciência em busca constante de aprimoramentos de processos produtivos e seus desdobramentos nas diferentes cadeias produtivas de bens e serviços para o atendimento das necessidades humanas, de modo sustentável; e as Tecnologias Assistivas, que objetivam promover a funcionalidade relacionada à atividade e participação de pessoas com necessidades educativas especiais visando a autonomia, independência, melhoria da qualidade de vida e inclusão social (IFMA, 2019, p. 08)

Notamos a compreensão do sujeito em suas múltiplas dimensões. O narrado pelo instituto prevê o estudante em sua integralidade. Nessa direção, a proposta do documento em destaque expõe a responsabilidade desde aspectos mais voltados às filosofias adotadas até nos aspectos da gestão e planejamento escolar, da política de atendimento ao discente, políticas de direitos humanos e sociais. Em face dos objetivos e delineamento da organização da instituição, como será que os discentes veem o IFMA? Resposta que buscamos, nesta pesquisa ora apresentada e que será discutida no capítulo discursivo, mas que, no contexto de uma imagem organizacional, segundo Iasbeck (2007), pode ser determinada pela confiabilidade que esta desperta, sobretudo da individualidade e reputação construída nas relações vivenciadas pelos envolvidos. Sendo assim, para além de propostas filosóficas, políticas e educacional, buscamos entender o cotidiano desse constructo imagético do IFMA pelo olhar dos alunos.

Nessa direção, Gomes (2013) investigou o olhar do egresso do IFMA e inferiu, com base na participação dos alunos, do Campus Maracanã alguns aspectos que motivaram estudar na instituição; neste caso, por ser um campus da área rural, a vocação pela educação no campo foi o motivo principal inferido entre os participantes. O que corrobora à colocação de Frigotto (2008) quando expressa a relevância dos IFs estarem próximos à realidade de seu público.

A autora constatou ainda que no tocante aos aspectos positivos os alunos pontuaram a capacitação/qualificação, as aulas práticas, o conhecimento técnico que a instituição disponibiliza e ainda a convivência no ambiente escolar; sobre os aspectos negativos, os estudantes destacaram a reprovação, não ter bolsas e alguns relataram não ter aspecto negativo.

Gomes (2013) discutiu a questão demonstrando que houve percepções plurais, aproximando-nos dos autores De Toni e Schuler (2007) quando narram que a imagem construída das coisas, pessoas e instituições congrega sentimentos e expectativas influenciadas de forma específica que cada indivíduo percebe. Destarte, a imagem organizacional que, para estes mencionados autores são como moléculas de dados informações interconectados para criar conceitos, que são também interconectados, de forma holística, com todas as demais informações das quais dispõem o sujeito que cria a imagem e que para Kunsch (2003), é oriunda do imaginário e percepções das pessoas e tem características bem visão subjetivas, torna-se essencial compreender esse aspecto tão complexo e desafiador da comunicação organizacional do Instituto Federal, aqui investigado.

4 PERCURSO METODOLÓGICO

A humanidade busca conhecer o mundo e desenvolve conjuntos de ideias que investigam e questionam vários elementos que o rodeiam. Nesse sentido, é por meio desses processos de busca de conhecimentos que são obtidas informações precípuas, inclusive à sua sobrevivência, segundo afirma Gil (2008). Com base na necessidade de aquisição de conhecimentos é que se desenvolve a ciência, importante fator que compreende essencial valor para o progresso do país.

A ciência, para Gil (2008), tem como objetivo chegar à verdade dos fatos, sendo estruturada por pesquisas que segundo Cervo e Bervian (2002), são processos que buscam soluções sérias, com métodos adequados para o problema que enfrenta ou para esclarecimentos de variados pressupostos. Uma pesquisa científica pode ser classificada de diferentes modos e, segundo Fachin (2006), para que seja assim considerada, torna-se necessário identificar técnicas e articular métodos que possibilitem chegar aos conhecimentos dos fatos.

Na concepção de Morin (1987), a ciência não é absoluta nem eterna, sendo assim passível de reavaliações, de reconstruções no tocante a fatos já estudados. O autor descreve, nessa direção, que é por estas buscas de conhecimento que o homem penetra nas diversas área cognitivas para delas tomar posse. E, dessa forma, é que se pode ampliar o conhecimento acerca dos elementos que compõem a vida na terra, para capacitar profissionais de diversas áreas, a fim de aprimorar suas habilidades, tornando importante o fortalecimento e prosseguimento de investigações, para respostas aos mais variados questionamentos.

Desse modo, discorre-se, neste capítulo, sobre o percurso metodológico da pesquisa, abordando o lócus, critérios de escolha do público, coleta de dados e as diretrizes para análise dos dados conforme o método de configuração da imagem (MCI). Sob esta ótica, demarca-se que, para o desenvolvimento inicial do estudo, utilizou-se pesquisa bibliográfica que “é desenvolvida em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos, com vistas a compreender fatores propostos na pesquisa” (GIL, 2008, p. 44).

A pesquisa bibliográfica, na concepção de Pádua (2004), é fundamentada nos conhecimentos de biblioteconomia, documentação e bibliografia, sendo sua finalidade colocar o pesquisador em contato com o que já se produziu e registrou a respeito de seu tema de pesquisa. O levantamento bibliográfico é a fase da pesquisa na qual se identifica, na literatura, os autores

que estudaram ou estão estudando o tema em questão para depois elaborar o referencial teórico. Dessa forma, são arrolados os principais trabalhos já publicados sobre o tema em livros, manuais, artigos de periódicos e Internet, buscando colocar o pesquisador em contato com todo o material escrito sobre o assunto (MARCONI; LAKATOS, 2017).

No tocante à análise do objeto de pesquisa proposto, escolheu-se o modelo metodológico de pesquisa com abordagem qualitativa, descrita por Marconi e Lakatos (2017), como um processo que não se direciona para o levantamento de números, e lida apenas com interpretações da realidade social sem focar em dados numéricos. Sobre este tipo de abordagem, Minayo (2001, p. 21-22) dispõe também:

A pesquisa qualitativa responde a questões muito particulares. Ela se preocupa, nas ciências sociais, com um nível de realidade que não pode ser quantificado, ou seja, ela trabalha com o universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes, o que corresponde a um espaço mais profundo das relações dos processos e dos fenômenos que não podem ser reduzidos à operacionalização de variáveis.

Capturando esse viés de Minayo (2001), realizou-se, de modo empírico, uma pesquisa de campo com entrevistas estruturadas, adaptadas de Schuler (2015), nas quais os questionamentos propostos versaram sobre a imagem do IFMA na representação dos sentimentos despertados no alunado, aspectos que os participantes da pesquisa apontam para o veredicto se gostam ou não gostam no Instituto, entre outras indagações, especificadas de forma detalhada nos anexos deste trabalho.

4.1 Método de análise: Método de Configuração de Imagem (MCI)

O estudo da imagem organizacional deu base a este trabalho. Utilizou-se para a análise e discussão dos dados o Método de Configuração de Imagem (MCI), que compreende em interpretações com dupla abordagem, ou seja, acaba por analisar o objeto de pesquisa qualitativamente, porque os respondentes revelam de forma espontânea o conteúdo de suas imagens mentais que se referem ao objeto investigado, mas também permite um tratamento estatístico, considerando que os participantes fornecem estatisticamente atributos salientes em suas mentes e estes, por sua vez, podem ser quantificados, conforme preconiza Schuler (2015).

Para melhor compreender do que trata o Método de Configuração de Imagem (MCI), entendemos pertinente detalhar alguns pontos que o caracteriza. Milan, De Toni e Schuler (2015) dispõem acerca do processo de identificação dos principais atributos que constroem a imagem de organizações, marcas e ou produtos, no intuito de gerar um instrumento de aplicação simples que possa ser usado de forma ampla entre as organizações de distintos portes, ainda que se demande considerar algumas limitações.

A título de exemplo, pensamos que, numa hipótese de uma investigação na esfera educacional, algumas experiências observadas não poderiam ser utilizadas como situações rotineiras em escolas privadas e em públicas, ou um contexto de escola militar em relação a uma escola municipal. De fato, a percepção dos indivíduos acerca dessas organizações não se estenderia amplamente às escolas em geral, porque a especificidade de cada espaço teria uma imagem construída acerca de si.

E, nesse ponto, o MCI, na investigação proposta a fim de mensurar a imagem que os discentes têm do IFMA, se constitui essencial, pois este método permite opiniões plurais, por mídias e por uma imagem construída. Entendemos, assim, a possibilidade desse método desmistificar certezas indubitáveis, envolvendo a demonstração do que Morin (1987) explica acerca da epistemologia da complexidade, isto é: um progresso traz o não conhecido por todos.

Tomamos, ainda, para melhor explicar a relação do MCI ser escolhido no âmbito da pesquisa de campo no citado Instituto Federal, locus deste estudo, as colocações de Morin (1987) de que o ser humano é um metavivo, isto é, a partir de suas aptidões organizadoras e cognitivas, cria novas formas de vida, de socializar, de perceber o seu entorno. E sob esta ótica, destacamos que para mensurar a imagem de determinada instituição, a complexidade dos pensamentos dos sujeitos reverbera em possibilidades distintas de opiniões e percepção.

Partindo, pois, dessas proposições, entendemos ser relevante adotar o MCI nesta pesquisa porque o modo como os procedimentos desse método delineiam a investigação contribui para melhor interpretação dos dados, porque é possível identificar diversos públicos da organização, bem como segmentar o público na esfera em que ocorre a investigação, como propõe Schuler (2015).

O MCI se constitui ainda como um processo que permite mensurar a força de ligação dos atributos na imagem, facilitando entender quais ideias são ligadas a ela, planejando aproximação ou ideias da imagem e também distinguindo atributos que são presentes em públicos específicos.

A mencionada autora destaca ainda que o MCI é constituído por alguns procedimentos: a Configuração de Conteúdo, no qual são elencadas amostras para essa fase da pesquisa; o pré-teste da entrevista estruturada junto ao público escolhido; a identificação dos atributos salientes da imagem da instituição na mente dos participantes da pesquisa; e a classificação dos atributos identificados qual sejam, sensoriais, emocionais, simbólicos, entre outros.

O segundo procedimento, de acordo com Schuler (2015), é a Configuração de Agrupamento, em que ocorre a seleção de amostra relevante nesta fase da pesquisa; a mensuração do grau de importância dos atributos; e a verificação do agrupamento dos atributos em fatores de satisfação. E no terceiro procedimento a autora aponta para o Relatório de Resultados. Neste último, pode ser elaborada uma tabela de Sugestões de Ações Estratégicas para a Gestão da Imagem da organização investigada.

4.2 Locus e Sujeitos da pesquisa

Este trabalho tem como foco o público estudantil do Ensino Médio Técnico do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Maranhão. O IFMA possui discentes de Ensino Médio Técnico, graduação e pós-graduação. Porém, em termos de alunos do Ensino Médio Técnico, representa o maior quantitativo no Maranhão. Dessa forma, as perguntas serão direcionadas a um total de 30 mil discentes do nível de Ensino Médio.

4.3 Critérios de exclusão e inclusão

Como mencionado anteriormente, o Instituto Federal do Maranhão, locus da pesquisa, é constituído também por outros níveis de ensino, a saber: técnico e ensino superior. Dessa forma, o critério de exclusão adotado foi não considerar os participantes que não fazem parte do Ensino Médio.

4.4 Instrumentos de coleta de dados

No que tange ao instrumento de coleta de dados, adotamos a entrevista estruturada, com perguntas abertas e fechadas, baseado no que propõem Marconi e Lakatos (2017) quando

evidenciam que esta permite melhor entendimento acerca da investigação e propicia ao pesquisador aprofundar a discussão da temática estudada porque oportuniza aos sujeitos da pesquisa que se expressem com liberdade.

Nessa direção, adaptamos onze perguntas baseadas em Schuler (2015), sendo essas enviadas pelo e-mail dos estudantes devidamente matriculados no IFMA. As perguntas foram disponibilizadas na plataforma *Google Forms*. Cabe ressaltar que nenhum dos participantes da pesquisa serão identificados no percurso do trabalho, mantendo assim a discrição dos respondentes.

Salientamos, também, que as entrevistas no âmbito do MCI, segundo aponta Schuler (2015), permitem que os respondentes manifestem suas ideias com mais liberdade; e, no caso do questionário on-line, via *Google Forms*, sem a presença do pesquisador, pessoalmente, fora essencial para evitar inibições de opiniões dos participantes.

5 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

O instrumento de coleta de dados da pesquisa se constituiu em um formulário do Google Forms encaminhado aos estudantes do IFMA contendo sete perguntas abertas e uma fechada. O link do questionário foi enviado aos discentes por e-mail e disponibilizado para respostas na primeira quinzena de junho de 2021. A pesquisa foi respondida por 246 estudantes do Ensino Médio Técnico do Instituto Federal do Maranhão (IFMA).

A análise das respostas abertas do questionário foi feita por meio do programa NVivo que é um programa para analisar dados qualitativos, que integra as principais ferramentas para trabalhar com texto, áudio, vídeo sintetizando os dados de pesquisa por meio de agrupamento e codificação dos dados de cunho qualitativo. Ao analisar, a autora desta pesquisa faz inferências decorrentes das experiências e observações vivenciadas na instituição.

Vale ressaltar que, na análise qualitativa, para melhor agrupamento dos dados, utilizamos do poder de síntese para categorizar as informações na análise do conteúdo, que gerou uma lista de categorias denominados de atributos, visto que as respostas abertas eram as mais diversas e se repetiam constantemente com diferentes palavras para se referir aos mesmos termos. Considerando o que diz Bardin (2002) sobre a análise de conteúdo enquanto conjunto de técnicas de análise das comunicações de modo a formular conhecimento da recepção das mensagens recebidas.

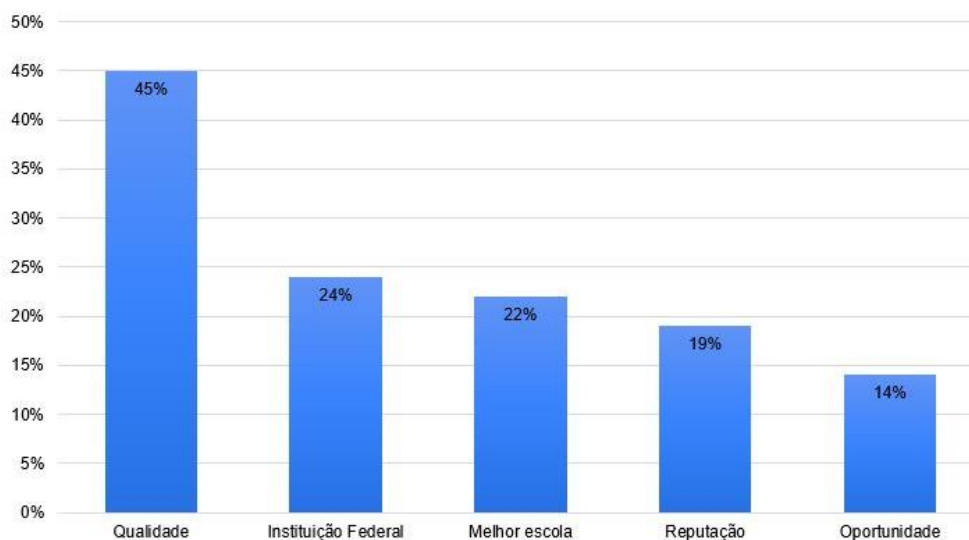
Outro aspecto também a se considerar é que os respondentes interpretam de formas diversas os questionamentos, muitas vezes dando uma resposta totalmente desalinhada ao que foi inferido.

5.1 Dados coletados

Foi solicitado aos participantes da pesquisa que respondessem o questionário de forma bem espontânea com a primeira ideia que viesse à mente deles, considerando o que sugere o método de configuração de imagem (MCI). Foram consideradas nesta análise as cinco primeiras respostas com maior reincidência nas respostas.

Quando questionados sobre ao ouvir a palavra IFMA qual seria a primeira ideia que viria à mente, obtivemos os seguintes resultados: 45% qualidade, 24% Instituição Federal, 22% melhor escola, 19% Reputação e 14% oportunidade. Conforme mostra o Gráfico 1 abaixo:

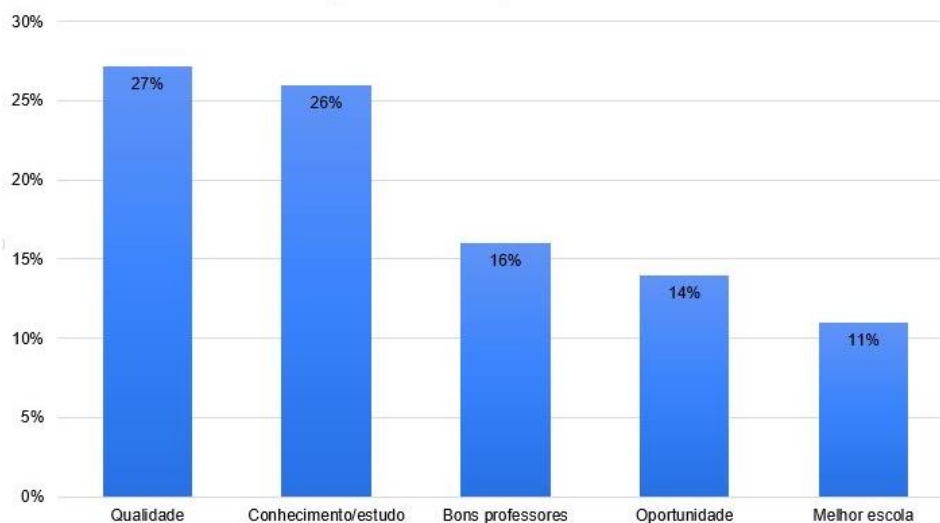
Gráfico 1 – Primeira ideia que remete a palavra IFMA



Fonte: Autoria própria

Quando questionados quais outras ideias viriam a mente ao ouvir IFMA além da primeira ideia apresentada, obtivemos os seguintes resultados: 27% qualidade, 26% conhecimento-estudo-aprendizagem, 16% bons professores, 14% oportunidade e 11% a melhor escola (Gráfico 2).

Gráfico 2 – Segunda ideia palavra IFMA

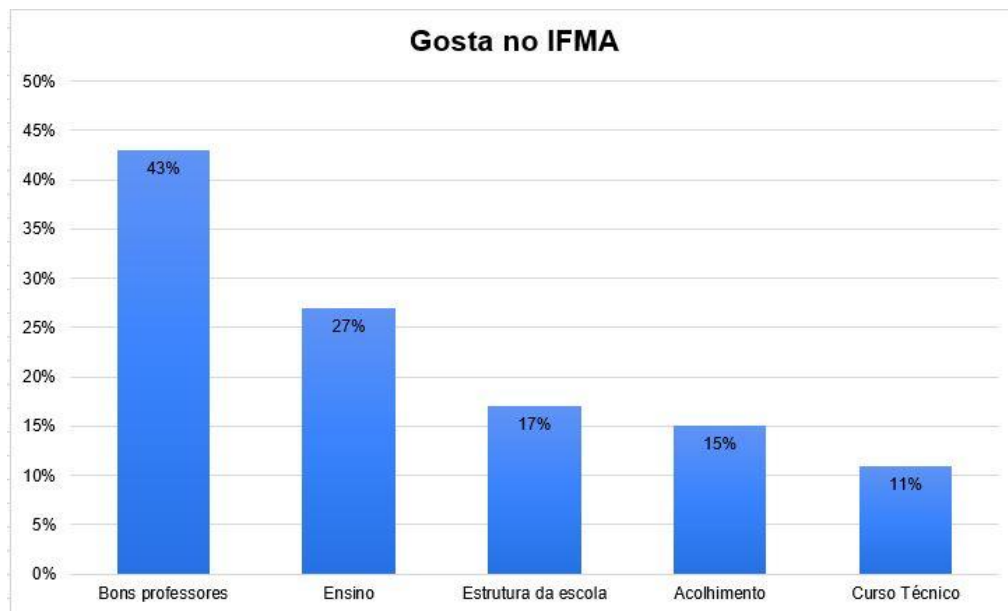


Fonte: Autoria própria

Observamos que qualidade, melhor escola e oportunidade são termos que se repetem tanto na percepção da ideia primária remetida ao termo IFMA quanto ao termo secundário. Evidenciam-se desta forma uma relação estabelecida com uma visão positiva da instituição que estudam.

Os estudantes, ao serem questionados do que gostam na instituição, 43% declararam que gostam do fato de o IFMA ter bons professores, 27% gostam do ensino, 17% da estrutura da escola, 15% acolhimento e 11% do curso técnico (Gráfico 3).

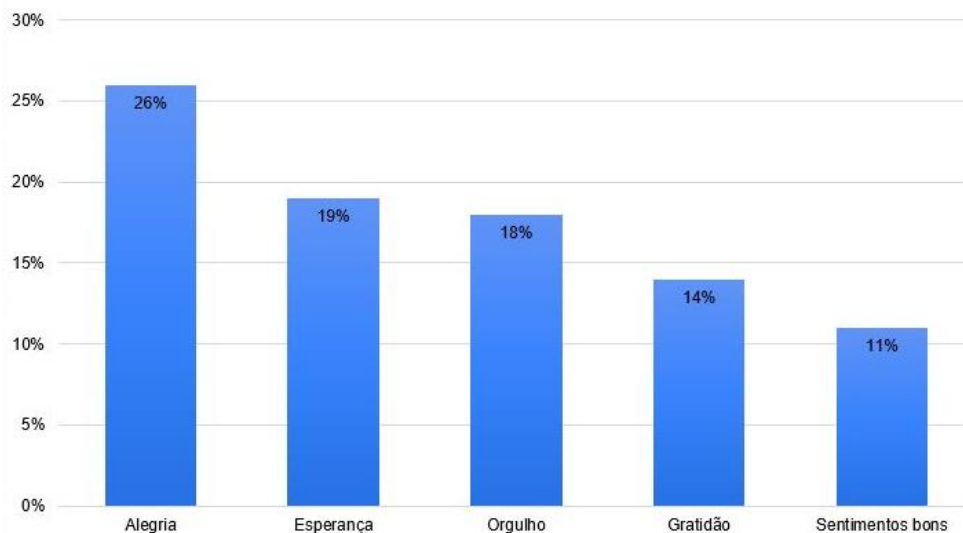
Gráfico 3 – Gostam no IFMA



Fonte: Autoria própria

Os estudantes se manifestaram em referência ao sentimento que têm em relação ao IFMA – 26% como alegria, 19% esperança, 18% orgulho, 14% gratidão e 11% sentimentos bons (Gráfico 4). Outros sentimentos positivos também foram citados, como realização, confiança, pertencimento, comprometimento, crescimento, acolhimento e determinação. Aspectos que foram citados como negativos se referem a sobrecarga de atividades e aulas e suas consequências como cansaço mental e ansiedade.

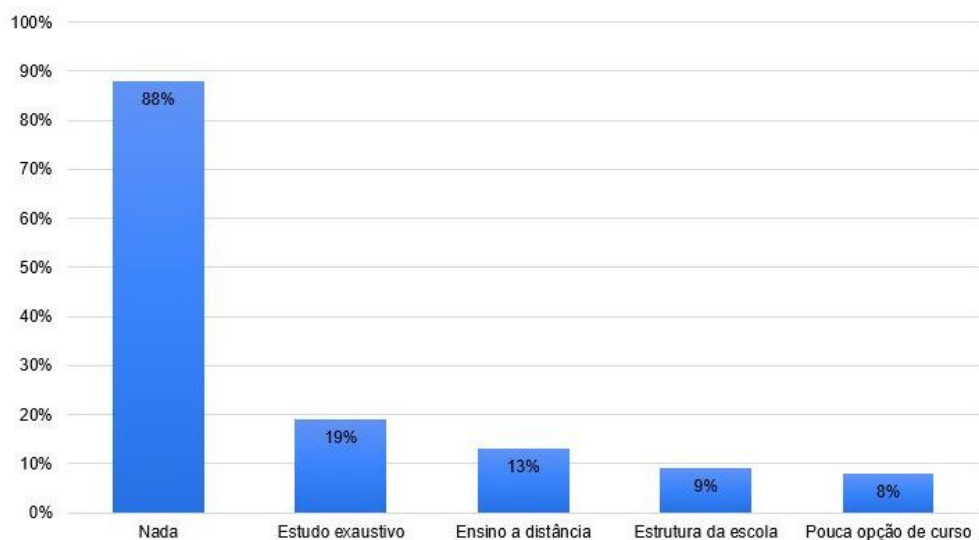
Gráfico 4 – Sentimentos relacionados ao IFMA



Fonte: Autoria própria

Nas respostas relacionadas ao que os discentes não gostam no IFMA, 88% disseram que não tem nada a reclamar, 19% estudo exaustivo, 13% o ensino a distância, 9% a estrutura da escola e 8% ao fato de ter pouca opção de curso técnico no seu Campus.

Gráfico 5 – Os discentes não gostam no IFMA



Fonte: Autoria própria

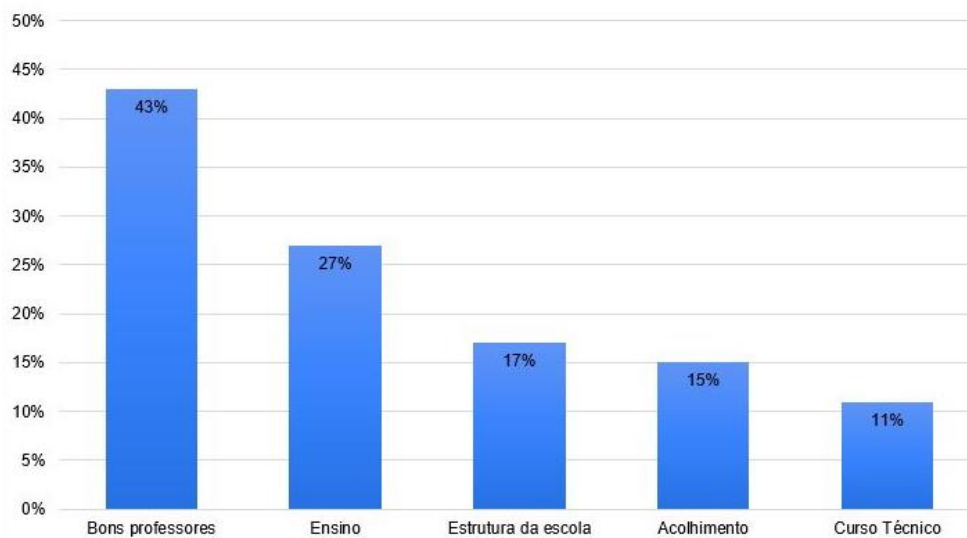
Tendo o IFMA como uma escola que oferta curso de ensino integrado ao técnico, grande parte dos estudantes apresentam relatos da rotina exaustiva que é estudar os dois turnos.

A pandemia da Covid-19 alterou consideravelmente a rotina das escolas com a implantação das aulas on-line, que incidiu em necessidade emergente de adaptação por parte tanto dos professores quanto dos estudantes às aulas e atividades virtuais, impactando diretamente no processo de ensino-aprendizagem. É nesse contexto que se encaixam os relatos referentes ao fato de não estarem satisfeitos com o ensino a distância.

Já os Campi do interior do Maranhão, passam pelo processo de implantação no qual se realizam audiências públicas para que sejam escolhidos os cursos técnicos ministrados de acordo com a demanda da região. Muitas vezes, o leque de opções não é muito vasto porque requer profissionais especializados em cada área dos cursos oferecidos. Desta forma, a oferta de cursos

não tem muitas opções nos Campi do continente, mas está em consonância com a necessidade da região.

Gráfico 6 – Os discentes gostam no IFMA

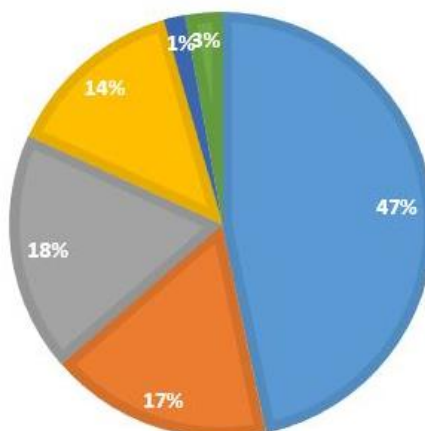


Fonte: Autoria própria

Quando questionamos aos discentes o que eles gostavam no IFMA, 43% declararam que gostam dos professores, 27% ensino, 17% estrutura da escola, 15% acolhimento e 11% curso técnico.

Gráfico 7 – Meios de obter informações sobre o IFMA

■ E-mail ■ Whatsapp ■ Redes sociais ■ Site do IFMA ■ Amigos ■ Todas



Fonte: Autoria própria

Ao serem solicitados sobre quais os meios de comunicação se utilizam para terem informação da instituição, obtivemos as seguintes respostas: 47% se informam pelo e-mail, 17% pelo whatsapp, 18% pelas redes sociais, 14% pelo site do IFMA, 3% por todas as fontes e 1% por amigos.

As informações sobre as organizações fazem parte da base de percepções para formação da imagem que se forma, logo faz-se necessário saber por quais meios de comunicação estão se alimentando os públicos da instituição. Esse fator é importante para análise das estratégias comunicacionais utilizadas e possíveis readequações das diretrizes e plano de comunicação.

5.2 Método de Configuração de Imagem (MCI)

Na concepção do Método de Configuração de Imagem (MCI), os dados categorizados recebem atributos advindos dos níveis da percepção humana classificados em categorias: sensoriais, emocionais, racionais, afetivos, simbólicos e axiomáticos. Ao classificar os dados obtidos na perspectiva desses atributos, temos os seguintes resultados:

Quadro 1 – Classificação dos atributos por categoria

QUESTÃO	ATRIBUTO DA ANÁLISE DE CONTEÚDO	CATEGORIA
1. Primeira ideia remetida pelo nome IFMA	Qualidade	Racional
	Instituição Federal	Racional
	Melhor escola	Afetivo
	Reputação	Afetivo
	Oportunidade	Axiomático
2. Segunda ideia remetida ao IFMA	Qualidade	Racional
	Conhecimento-estudo	Racional
	Bons professores	Racional
	Oportunidade	Axiomático
	Melhor escola	Afetivo
3. Sentimento remetido ao IFMA	Alegria	Emocional
	Esperança	Axiomático
	Orgulho	Simbólico
	Gratidão	Afetivo
	Bons sentimentos	Emocional
4. Não gostam no IFMA	Nada (satisfeito)	Racional
	Estudo exaustivo	Visionária
	Ensino a distância	Racional
	Estrutura da escola	Sensorial
	Poucas opções de curso	Racional
5. Gostam no IFMA	Professores	Racional
	Ensino	Racional

Estrutura da escola	Sensorial
Acolhimento	Emocional
Cursos técnicos	Racional

Fonte: Autoria própria

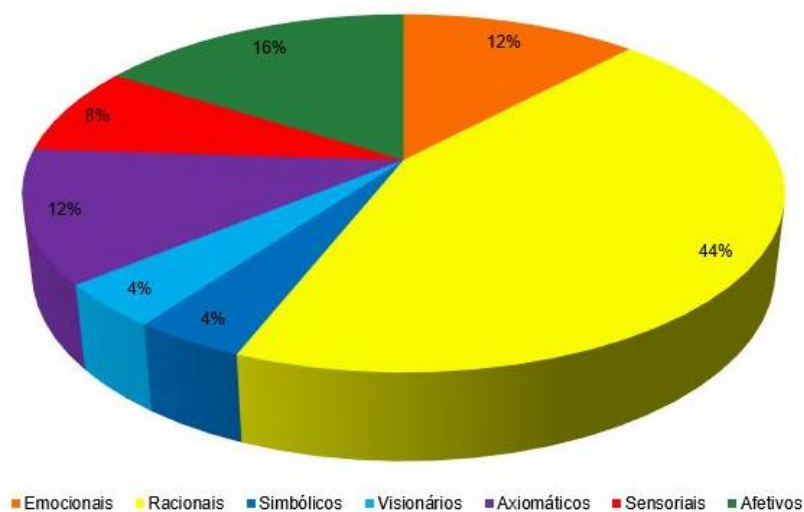
Feita a classificação dos atributos em categorias, podemos verificar a proporcionalidade dos atributos na definição da imagem do IFMA pelos seus estudantes do Ensino Médio Técnico.

Tabela 2 – Atributos encontrados sobre a imagem do IFMA junto ao público estudantil

Emocionais	Racionais	Simbólicos	Visionários	Axiomáticos	Sensoriais	Afetivos	Total
3	11	1	1	3	2	4	25

Fonte: Autoria própria

Gráfico 7 – Proporcionalidade das categorias de atributos na imagem do IFMA



Fonte: Autoria própria

Essa disposição específica sugere que, de um modo geral, os entrevistados mantêm, sobre o IFMA uma imagem mais racional (44%), seguida pelo afetivo (16%), emocional (12%), axiomáticos (12%), sensoriais (8%), simbólicos (4%) e visionários (4%).

Analisando o conteúdo dos atributos, notamos que a perspectiva **racional** é preponderante nos estudantes que têm na imagem do IFMA uma Instituição com foco no ensino, estudo, aprendizado, que oferece esta prestação de serviço com qualidade, competência e comprometimento dos servidores, inclusive dos professores citados constantemente como bons

profissionais. Esse resultado dialoga com a expressão “escola pública, gratuita e de qualidade”, muito enfatizada nos materiais comunicacionais utilizados pela Assessoria de Comunicação da instituição, inclusive nas redes sociais.

Em segundo lugar, a categoria de atributos **afetivos**, com a menção aos aspectos como melhor escola do Estado, escola de tradição e renomada, na qual os estudantes têm gratidão pelo fato de conseguirem conquistar uma vaga e terem oportunidade de pertencer a instituição.

Em seguida, a categoria **emocional**, em que o acolhimento por parte dos servidores e o despertar de sentimentos bons como alegria aparecem com forte expressão. Esse acolhimento notado pelos discentes é fruto do comprometimento dos servidores, sobretudo do trabalho feito pela Assistência Estudantil por meio de equipes multidisciplinares (pedagogos, psicólogos e assistentes sociais) nos Campi e Diretoria de Assuntos Estudantis na Reitoria que tem como foco os estudantes e portanto desempenham um trabalho de apoio e acompanhamento direto aos discentes por meio de um serviço humanizado.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa aqui descrita surgiu no intuito de investigar qual a imagem do Instituto Federal do Maranhão tida pelos estudantes do Ensino Médio Técnico. O segmento estudantil foi escolhido por se concretizar como público essencial à instituição, relacionado à sua missão maior que é a educação profissional.

Para o desenvolvimento e embasamento do trabalho, estudamos aspectos relativos à comunicação organizacional, comunicação pública e imagem organizacional. Foi imprescindível também fazer uma trajetória pela educação no Brasil, a educação profissional até chegarmos ao histórico do IFMA. Estes pontos foram essenciais para entendermos a estrutura da instituição, a fim de posteriormente, interpretarmos as narrativas dos estudantes respondentes da pesquisa.

A constituição de uma imagem pelo indivíduo é uma questão de percepção construída a partir da relação do sujeito com o objeto (instituição) e é perpassada pela representação social, como afirma Moscovici (2007). As representações são sempre um produto da interação e da comunicação, tomando sua forma específica a qualquer momento, como uma consequência do equilíbrio específico desses processos de influência social. O autor afirma ainda que, do ponto de vista dinâmico, as representações sociais se apresentam como uma rede de ideias, metáforas e imagens que podem estar interligadas livremente. É nesse contexto que se faz a constituição da percepção da imagem.

A constituição de uma imagem pelo indivíduo é uma questão de percepção construída a partir da relação do sujeito com o objeto (instituição). Pensar na imagem de uma organização como um conjunto de atributos facilita muito o processo de criação ou reposicionamento de imagem, assim como as estratégias comunicacionais.

Da pesquisa aplicada, percebemos uma relação muito positiva estabelecida da imagem que os estudantes têm do IFMA. Tendo como destaque maior o atributo **racional** diagnosticado a partir da concepção do MCI, atrelado pela visão da instituição aos seguintes aspectos: qualidade, bom ensino, busca por conhecimento, local de aprendizagem, profissionais capacitados e os cursos técnicos. Os respondentes demonstram a confiança depositada na instituição que buscaram para estudar. Embora sendo pública, traz consigo a credibilidade de ofertar educação de qualidade.

Um ponto crucial na pesquisa diz respeito ao destacado no gráfico 4, sobre o que os discentes não gostam no IFMA. Para este questionamento, chegou-se à porcentagem de 88% que responderam não ter nada que achem negativo, evidenciando uma completa satisfação com a instituição e, sobre tais afirmações vindas da própria comunidade escolar, estudantes que utilizam os serviços, pensamos junto a Silva (2018), que discorre que as percepções dos sujeitos em ambiente escolar se constroem diariamente e a partir do que lhes são proporcionados.

O futuro é algo muito em voga. Existe a perspectiva de que os estudos possam proporcionar bom posicionamento ao disputarem emprego e realização de sonhos. Futuro e oportunidade foram muito citados na perspectiva de que o conhecimento adquirido na instituição possa refletir na inserção no mercado de trabalho e em melhores condições de vida. Sendo assim, inferimos que o objetivo profissional existe e é um fator marcante dos discentes no tocante à imagem que têm da instituição.

Sobressai também a ideia de que muitos estudantes têm a concepção de que o IFMA é a melhor instituição do Estado. Sentem-se orgulhosos por pertencer a uma instituição federal secular e renomada. Vislumbram o fato de estudarem nessa instituição como uma oportunidade de se destacar na vida profissional.

Neste ponto, remetemo-nos às colocações de Kunsch (2003), quando destaca que as instituições se mantêm reconhecidas pela reputação, isto é, como os outros as veem e as concebem, e compatibilizamo-nos com o pensamento de Iasbeck (2007), que descreve a reputação das instituições como um processo que se constitui pela opinião do outro interligada à imagem que os sujeitos têm, sob um caráter lógico de argumentos consolidados.

Conduzindo a interpretação acerca da maneira de alunos vislumbrarem o IFMA como oportunidade de se destacarem na vida profissional, cabe destacar que a educação integral, nos institutos federais, é apreciada por Frigotto (2007) como fundamental para que se possa instigar nos estudantes a segurança de possibilidades futuras de melhores condições profissionais. E, conforme Cordão e Moraes (2017), a educação integral é um processo produtivo que assume compromisso social.

Essa perspectiva de futuro e inserção no mercado de trabalho dialoga com as bases da educação profissional e tecnológica que têm essa proposta de formar profissionais e cidadãos, como observado por Pacheco (2010), que evidencia o impacto dessas modalidades de educação

na vida de muitos estudantes e, a depender do contexto social no qual se encontra inserido, torna-se uma possibilidade de melhores condições de vida no abismo social do processo capitalista.

Foi muito evidente a questão do acolhimento que os estudantes recebem nos Campi a partir dos servidores, do que concluímos que esses pontos de contatos são fundamentais na construção dessas percepções mentais. O que aproxima esta interpretação para os aspectos voltados à alteridade que, segundo Pucci (2011), é um ponto de partida instigante entre o “eu” e o “tu”. E, segundo Ferreira (2016), mesmo em permanente contato, não significa que os indivíduos terão alteridade, é preciso, sobretudo, se permitir.

Esse fator da alteridade em destaque na pesquisa com os informantes chama à reflexão do que Marcondes Filho (2008) destaca: que é preciso se esvaziar, se abrir ao outro, do contrário permanecerão indiferentes. É preciso acessar o outro, acrescenta o autor. Compreendemos, com base nessa assertiva, a colocação dos estudantes ao destacarem o acolhimento dos servidores do instituto.

Os relatos de crítica foram principalmente circunstanciais e devem-se ao fato de a instituição estar sem aula presencial e ter tido sua última forma de acesso por meio de sorteio. Aulas on-line e o sorteio eletrônico para acesso as vagas ao Ensino Médio Técnico ocorreram em decorrência da pandemia da Covid-19.

Todavia, em meio à situação citada, há de se considerar que o instituto é, no Estado do Maranhão, uma das instituições mais renomadas, no cenário da educação pública, e, segundo afirma Ciavatta (2005), os Institutos Federais de Educação têm sido concebidos por muitos por uma perspectiva de realização e transformação social.

Muitas concepções, atribuídas ao IFMA, se dão pela imagem que ao longo dos anos, foi construída para além dos setores internos, pois o instituto tem como tripé o ensino, a pesquisa e extensão. Sendo esta última uma utilidade para os sujeitos no seu entorno, como afirma Nascimento (2016), que acrescenta ainda a relevância dos institutos federais estarem próximos às comunidades e ali mesmo, de acordo com o contexto, estender seus serviços.

Corroborando essa perspectiva, Leão (2011) ressalta o formato do IFMA numa tríade: ensino, pesquisa e extensão. Sendo assim, não apenas disponibiliza o conhecimento e o processo educacional, mas transformam também a vida acadêmica junto às comunidades. Sob essa ótica, enfatizamos que os dados coletados no trabalho ratificam o que propõem Schuler e De Toni

(2015) acerca das construções mentais dos indivíduos sobre as organizações e sobre as coisas a partir do que sentem.

As colocações dos estudantes, correspondendo ao objetivo geral deste trabalho, que foi buscar como os estudantes veem o IFMA, demonstraram que a imagem da instituição é positiva e a reputação se manteve, ao longo de décadas, como um local que se busca qualificação, formação eficiente, perspectiva de futuro melhor e oportunidades. No meio dessa jornada, embora seja uma instituição rígida com uma grande carga de atividades, uma rotina exaustiva de estudos em tempo integral, encontram-se profissionais dispostos a fazer acontecer com humanização e acolhimento no processo educacional, conforme demonstraram os dados coletados.

Referências

- ALMEIDA, Ana Luisa de Castro. **A influência da imagem projetada na reprodução organizacional**. 2005. 371 f. Tese (Doutorado em Administração). Faculdade de Ciências Econômicas. Universidade Federal de Minas Gerais. Disponível em: <<https://repositorio.ufmg.br/handle/1843/BUBD-99MG2Z>>. Acesso em: 20 set. 2020.
- ALVES, P. M. S. Empatia e ser-para-outrem: Husserl e Sartre perante o problema da intersubjetividade. **Estud. Pesq. Psicol.**, Rio de Janeiro, v. 8, n. 2, 2008. Disponível em: <<http://pepsic.bvsalud.org/pdf/epp/v8n2/v8n2a16.pdf>>. Acesso em: 25 set. 2020.
- AQUINO, Mary Jones Ferreira de Moura. **Organização e imprensa estudantil no Colégio de São Luiz e Liceu Maranhense: processo de formação de uma elite letrada (1949-1958)**. 2016. 178 f. Dissertação (Mestrado em Educação: História, Política e Sociedade). Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Disponível em: <<https://tede.pucsp.br/bitstream/handle/19332/2/Mary%20Jones%20Ferreira%20de%20Moura%20Aquino.pdf>>. Acesso em: 5 set. 2020.
- BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2002.
- BARQUERO, J. Daniel; BARQUERO, Mario. **O livro de ouro das relações públicas**. Porto: Porto, 2001.
- BARTINIK, Helena Leonir de Souza. **Gestão educacional**. Curitiba: Intersaberes, 2012.
- BARATO, Jarbas Novelino. Conhecimento, trabalho e obra: uma proposta metodológica para a educação profissional. **B. Téc. Senac: a R. Educ. Prof.**, Rio de Janeiro, v. 34, n.3, 2008. Disponível em: <<https://www.bts.senac.br/bts/article/view/262>>. Acesso em: 28 jun. 2021.
- BAUMAN, Zygmunt. **Comunidade: a busca por segurança no mundo atual**. Tradução Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003.
- BOSI, Alfredo. Imagem, Discurso. In: **O ser e o tempo da poesia**. São Paulo: Cultrix, Ed. da Universidade de São Paulo, 1977.
- BOURDIEU, Pierre. Marginalia. Algumas notas adicionais sobre o dom. **Maná**. v. 2, n. 2, 1996. Disponível em: <<https://www.scielo.br/pdf/mana/v2n2/v2n2a01.pdf>>. Acesso em: 2 nov. 2020.
- BRANDÃO, Elizabeth Pazito. In: DUARTE, Jorge Duarte (Org.). **Comunicação pública: estado, mercado, sociedade e interesse público**. São Paulo: Atlas, 2009.
- BRASIL. **Constituição dos Estados Unidos do Brasil, de 10 de novembro de 1937**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao37.htm>. Acesso em: 1 de nov. 2020.
- _____. **Lei no 6.545, de 30 de junho de 1978**. Dispõe sobre a transformação das Escolas Técnicas Federais de Minas Gerais, do Paraná e Celso Suckow da Fonseca em Centros Federais

de Educação Tecnológica e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L6545.htm>. Acesso em: 1 de nov. 2020.

_____. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm>. Acesso em: 2 de nov. 2020.

_____. **Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996**. Estabelece as diretrizes e bases da educação nacional. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19394.htm>. Acesso em: 1 de nov. 2020.

_____. Conselho Nacional de Educação. Câmara de Educação Básica. **Resolução n.º 1, de 03 de fevereiro de 2005**. Atualiza as Diretrizes Curriculares Nacionais Definidas pelo Conselho Nacional de Educação para o Ensino Médio e para a Educação Profissional Técnica de Nível Médio às Disposições do Decreto nº 5.154/2004. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/rceb001_05.pdf>. Acesso em: 20 de set. 2020.

_____. **Lei nº 11.195, de 18 de novembro de 2005**. Dá nova redação ao § 5º do art. 3º da Lei nº 8.948, de 8 de dezembro de 1994. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2005/lei/111195.htm>. Acesso em: 1 de nov. 2020.

_____. **Decreto Nº 6.095 de 24 de abril de 2007**. Estabelece diretrizes para o processo de integração e instituições federais de educação tecnológica. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2007/decreto/d6095.htm. Acesso em: 20 out. 2020.

_____. **Lei nº 11.892 de 29 de dezembro de 2008**. Institui a Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica, cria os Institutos Federais de Educação, Ciência e tecnologia, e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/111892.htm>. Acesso em: 2 de nov. 2020.

_____. Ministério da Educação. **Um novo modelo de educação Profissional e tecnológica**. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_docman&view=download&alias=6691-if-concepcaoediretrizes&Itemid=30192>. Acesso em: 02 jul. 2021.

BREDA, Vitor Sanches. Identidade e imagem por meio do processo de comunicação: um estudo da percepção do associado de uma cooperativa de crédito. **Revista de Gestão e Organizações Cooperativas**, Santa Maria, RS, v.5, n.10, 2018. Disponível em: <<https://periodicos.ufsm.br/rgc/article/view/28988/pdf>>. Acesso em: 2 nov. 2020.

BROLEZZI, Antonio Carlos. Empatia na relação aluno/professor/conhecimento. **Encontro: revista de psicologia**. v. 17, n. 27, 2014. Disponível em: <<https://www.ime.usp.br/~brolezzi/publicacoes/empatia.pdf>>. Acesso em: 25 set. 2020.

BUENO, Wilson da costa. Comunicação privada e interesse público. In: **Comunicação Pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público**. DUARTE, Jorge (org.). São Paulo: Editora Atlas, 2012.

CALDAS, Miguel. P. O nexa comunicação-organização: um prelúdio às múltiplas avenidas de cooperação e de mútuo aprendizado entre comunicação organizacional e estudos orgânicoais. In: **Comunicação e organização: reflexões, processos e práticas.** (Org.). Marlene Marchiori. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2010.

CARDOSO, Onésimo de Oliveira. Comunicação empresarial *versus* comunicação organizacional: novos desafios teóricos. **Revista Administração Pública.** v.40 n. 6, Rio de Janeiro, 2006. Disponível em: <<https://www.scielo.br/pdf/rap/v40n6/10.pdf>>. Acesso em: 27 set. 2020.

CARISSIMI, João. Reflexões sobre os processos organizacionais utilizados pelas relações públicas na construção da imagem organizacional. **Anais do XXIV Congresso Brasileiro da Comunicação.** Campo Grande /MS, 2001. <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/101895352497150944089230970672319667275.pdf>>. Acesso em: 27 set. 2020.

CATTO, Camilo. Imagem e reputação corporativa de IES. **III Mostra de Pesquisa da Pós-Graduação PUCRS.** Disponível em: <<http://www.pucrs.br/edipucrs/online/IIImostra/ComunicacaoSocial/61966%20-%20CAMILO%20CATTO.pdf>>. Acesso em: 27 de set. 2020.

CERVO, Amado L.; BERVIAN, Pedro A. **Metodologia Científica.** 6ª ed. São Paulo: Pearson Universidades, 2002.

CHANLAT, Jean-François. **O Indivíduo na Organização: dimensões esquecidas.** São Paulo: Atlas, 1993.

CHIAVENATO, Idalberto. **Teoria Geral da Administração.** 6ª ed. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

_____. **Gestão de pessoas: O novo papel dos recursos humanos nas organizações.** 4ª ed. Barueri, São Paulo: Manoele Ltda, 2014.

CIAVATTA, Maria. Trabalho como princípio educativo. In: **Dicionário da Educação Profissional em Saúde.** Disponível em: <<http://www.sites.epsjv.fiocruz.br/dicionario/verbetes/trapriedu.html>>. Acesso em: 29 jun. 2021.

CORDÃO, Francisco aparecido; MORAIS, Francisco de. **Educação profissional no Brasil: síntese histórica e perspectivas.** São Paulo: Editora Senac SP, 2017.

CUNHA, Luiz Antônio. O ensino industrial-manufatureiro no Brasil. **Revista Brasileira de Educação.** v.1 n.14, pp.89-107, 2005. Disponível em: <<https://www.scielo.br/pdf/rbedu/n14/n14a06.pdf>>. Acesso em: 1 nov. 2020.

DE TONI, Deonir; SCHULER, Maria. Gestão da Imagem: Desenvolvendo um Instrumento para a Configuração da Imagem de Produto. **Rev. adm. contemp.** v.11, n.4, 2007. Disponível em: <<https://www.scielo.br/pdf/rac/v11n4/a07v11n4.pdf>>. Acesso em: 27 set. 2020.

DEETZ, Stanley. Comunicação organizacional: fundamentos e desafios. In: **Comunicação e organização: reflexões, processos e práticas**. Marlene Marchiori (org.). São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2010.

DEWEY, J. **Democracia e Educação: Introdução à Filosofia da Educação**. Trad. Godofredo Rangel e Anísio Teixeira. 3ª ed. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1959.

DUARTE, Ana Patrícia; NEVES, José Gonçalves das. A relação entre responsabilidade social percebida e satisfação no trabalho: o papel mediador da imagem organizacional. In: **Percursos da investigação em psicologia social**. M. Roberto; M. Batista; R. Morais; R. Costa; L. Lima (org.). Lisboa: Colibri, 2011.

DUARTE, Jorge. **Comunicação Pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público**. São Paulo: Editora Atlas, 2012.

DUTRA, Rogério Severino *et al.* Determinantes do desempenho educacional dos Institutos Federais do Brasil no Exame Nacional do Ensino Médio. **Educação e Pesquisa**. v. 45, 2019. Disponível em: <<https://www.scielo.br/pdf/ep/v45/1517-9702-ep-45-e199962.pdf>>. Acesso em 20 set. 2020.

ESCOBAR, Oscar Edgardo Navarro. Aspectos históricos, políticos e culturais da educação brasileira: sobre a universidade, um estudo histórico II. In: **Aspectos históricos, políticos e culturais da educação brasileira 1**. Marcelo Máximo Purificação, Maria Teresa Ribeiro Pessoa, Elisângela Maura Catarino (org.). Ponta Grossa, PR: Atena, 2020.

FACHIN, O. **Fundamentos de metodologia**. São Paulo: Saraiva, 2006.

FARIAS, Luiz Alberto de (org.). **Relações públicas estratégicas: técnicas, conceitos e instrumentos**. São Paulo: Summus, 2011.

FERNADES, Backer Ribeiro. História das relações públicas: surgimento e consolidação na América do Sul. In: **Relações públicas estratégicas: técnicas, conceitos e instrumentos**. FARIAS, Luiz Alberto de (org.). São Paulo: Summus, 2011.

FERREIRA, Maycon Rangel Abreu. **Escola é lugar de direitos humanos: estratégias para a formação docente na Educação Profissional e Tecnológica**. 2020. Dissertação (Mestrado em Educação Profissional e Tecnológica). Instituto Federal do Maranhão (IFMA), São Luís, Maranhão, 2020.

FISCHER, Maria Clara Bueno; FRANZOI, Naira Lisboa. Formação humana e educação profissional: diálogos possíveis. **Educação, sociedades e culturas**, v. 1, n. 29, 2009.

FOUCAULT, Michel. **Arqueologia do Saber**. 8ª ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2019.

FRANÇA, Fábio. Subsídios para o estudo do conceito das relações públicas no Brasil. **Comunicação & Sociedade**. São Bernardo do Campo: Póscom-UNESP. v.24, n. 39, 2003. Disponível em: <<https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/CSO/article/view/4841/4091>>. Acesso em: 25 set. 2020.

FREIRE, Paulo. Papel da educação na humanização. **Revista Paz e Terra**. São Paulo, N. 9, p.123-132, out. 1969. Disponível em: <rcdh.es.gov.br/sites/default/files/Freire,%20Paulo%201969%20Papel%20da%20educacao%20na%20humanizacao.pdf>. Acesso em: 26 set. 2020.

FRIGOTTO, Gaudêncio. A relação da educação profissional e tecnológica com a universalização da educação básica. **Educ. Soc., Campinas**, v. 28, n. 100 - Especial, p. 1129-1152, out. 2007. Disponível em:< <https://www.scielo.br/pdf/es/v28n100/a2328100.pdf>>. Acesso em: 1 de nov. 2020.

GALVÃO, Laila Lidiane da Costa, SADOYAMA, Adriana dos Santos Prado . Avaliação da expectativa e percepção da qualidade dos serviços educacionais na perspectiva de gestores, professores e estudantes de um instituto federal do estado de Minas Gerais (MG). **Revista ED a PECEI**, v. 17, n. 2, 2017. Disponível em: <<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6711151>>. Acesso em: 20 nov. 2020.

GARIGLIO, José Ângelo; BURNIER, Suzana. Saberes da docência na educação profissional e tecnológica: um estudo sobre o olhar dos professores. **Educação em Revista**, Belo Horizonte, v.28, n.01, 2012. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/edur/a/gfTrfDgf6yRSL9mtvk9t7GF/?format=pdf&lang=pt>>. Acesso em: 15 jun. 2021.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6ª ed. São Paulo: Editora Atlas S.A, 2008.

GOMES, Vivian. **Pedagogia da alternância e o IFMA São Luís - campus Maracanã**: o proposto e o vivido pelos Alunos Egressos. 2013. 156 f. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Sócio espacial e Regional) Universidade Estadual do Maranhão - UEMA. Disponível em: <<https://www.ppsr.uema.br/>>. Acesso em: 29 out. 2020.

HALLIDAY, Tereza. A Construção da Imagem Empresarial: quem fala, quem ouve? In: **Espaços na Mídia**: história, cultura e esporte. Brasília: Banco do Brasil, 2001.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.

HOUAISS, Antônio e Villar. **Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2009.

IASBECK, Luiz Carlos Assis. Imagem e reputação na gestão da identidade organizacional. **Organicom**. v. n. 7, 2007. Disponível em: <<https://docplayer.com.br/5434996-Imagem-e-reputacao-na-gestao-da-identidade-organizacional.html>>. Acesso em: 28 set. 2020.

INSTITUTO FEDERAL DO MARANHÃO – IFMA. **Projeto Pedagógico Institucional**. São Luís, Maranhão, 2016. Disponível em: < <https://portal.ifma.edu.br/wp-content/uploads/2016/07/PPI-CONSULTA-PUBLICA.pdf>>. Acesso em: 29 jun. 2021.

_____. **Plano de Desenvolvimento Institucional - 2019-2023**. Disponível em: <<https://portal.ifma.edu.br/wp-content/uploads/2019/09/IFMA-PDI-PRINCIPAL-v18-20190626-visualizacao.pdf>>. Acesso em: 07 jul. 2021.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de Relações Públicas na comunicação integrada**. São Paulo: Summus, 2003.

_____. **Relações Públicas: história, teorias e estratégias nas organizações contemporânea**. São Paulo: Saraiva, 2009.

KAPLÚN, G. Material educativo: a experiência de aprendizado. **Comunicação & Educação**. Ano IX, v. 27, 2003. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/37491>>. Acesso em: 25 set. 2020.

KULESZA, Wojciech Andrzej. Cem anos da ideia de escola técnica no Brasil. **Revista Temas em Educação**, João Pessoa, v.20/21, n.1/2, 2012. Disponível em: <<https://www.proquest.com/openview/98ded49ec90ed77821ce012c4845cadd/1?pq-origsite=gscholar&cbl=4514812>>. Acesso em: 10 nov. 2020.

LARROSA, Jorge e SKLIAR, Carlos. **Habitantes de Babel: políticas e poéticas da diferença**. Tradução de Semíramis Gorini da Veiga. Belo Horizonte: Autêntica, 2001.

LEÃO, Jorge Antônio Soares. **Contribuições do ensino de filosofia para a educação profissional técnica de nível médio, no contexto do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Maranhão**. 2011. 151 f. Dissertação (Mestrado em Educação) Universidade Federal do Maranhão. Disponível em: <<https://tedebc.ufma.br/jspui/handle/tede/195>> Acesso em: 1 nov. 2020.

MACEDO, Ivanildo Izaias de. **Gestão de pessoas**. São Paulo: Editora FGV, 2014.

MANCINI, L.C.; Instituto Brasil-Estados Unidos. **Assistência técnica: A mágica da cooperação a serviço do desenvolvimento do país**. Rio de Janeiro: Instituto Brasil-Estados Unidos, 1956

MANFREDI, Silvia Maria. **Educação profissional no Brasil**. São Paulo: Cortez, 2002.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Para entender a comunicação: contatos antecipados com a nova teoria**. São Paulo: Paulus, 2008.

_____. **Nova Teoria da Comunicação**. Estudos avançados em teorias da comunicação. Bauru: Unesp, 2015.

_____. **Comunicologia ou mediologia? A fundação de um campo científico da comunicação**. São Paulo: Paulus, 2018.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva. **Fundamentos de metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 2017.

MARTINO, Luís Mauro Sá. De um eu ao outro: narrativa, identidade e comunicação com a alteridade. **Parágrafo**. v. 4, n. 1, p. 40-49, 2016. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recicofi/article/view/377/376>> Acesso em: 2 set. 2020.

- MARTINS, Luciana Paula de Freitas Coêlho. **A política de assistência ao educando do IFMA: uma avaliação política da política.** 2017. 177 f. Dissertação (Mestrado em Políticas Públicas). Universidade Federal do Maranhão. Disponível em: <<https://tedebc.ufma.br/jspui/handle/tede/1357#preview-link0>>. Acesso em: 26 set. 2020.
- MILAN, Gabriel Sperandio; DE TONI, Deonir; SCHULER, Maria. A proposta de dimensões da imagem mercadológica e a utilização do método de configuração de imagem (MCI). **Qualit@as Revista eletrônica.** v. 17, n.1, 2015. Disponível em: <<http://revista.uepb.edu.br/index.php/qualitas/article/view/2287/1407>>. Acesso em: 26 set. 2020.
- MINAYO, Maria Cecília de Souza (org.). **Pesquisa Social.** Teoria, método e criatividade. 18 ed. Petrópolis: Vozes, 2001.
- MONTEIRO, Carlos da Silva; FERREIRA JUNIOR, José; RODRIGUES, Sanny Fernanda Nunes. Narrativa hipertextual jornalística: a cultura da linkagem no século XXI e a nova geração de leitores na web. **Revista temática.** v. 14, n. 10, 2018. Disponível em: <<https://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/tematica/article/view/42249>>. Acesso em: 5 set. 2020.
- MORGAN, Goreth. **Imagens das Organizações.** Trad. Geni G. Goldschmidt 2. Ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- MORIN, Edgar. **O método I: a natureza da natureza.** Tradução: Maria Gabriela de Bragança. Lisboa: Europa-América, 2000.
- MOSCOVICI, Serge. **Representações Sociais. Investigações em psicologia social.** Petrópolis, RJ: Vozes, 2007.
- NASCIMENTO, Valéria dos Santos. **A percepção da imagem do Instituto Federal Baiano no contexto do desenvolvimento local.** 2016. 80 f. Dissertação (Mestrado em Administração) UNIFACS Universidade Salvador. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/nascimento-valeria-2018-percepcao-imagem-ifb.pdf>>. Acesso em 20 set. 2020.
- NÓVOA, Antonio. **Profissão professor.** 2ª ed. Porto: Porto Editora, 1995.
- OLIVEIRA, Ivone de Loudes; PAULA, Maria Aparecida de. Interações no ambiente interno das organizações: implicações da complexidade. In: **Comunicação e organização: reflexões, processos e práticas.** Marlene Marchiori (org.). São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2010.
- OLIVEIRA, Maria Rita Neto Sales. A formação de professores para a educação profissional: revisitando estudos e pesquisas. In: **Contextos da educação profissional.** Gaudêncio Frigotto *et al* (org.). Curitiba: Instituto Federal do Paraná, 2014.
- OLIVEIRA, Ramon de. **Jovens, ensino médio e educação profissional: Políticas públicas em debate.** São Paulo: Papirus Editora, 2005.
- OLIVEIRA, R. P. de. Da universalização do ensino fundamental ao desafio da qualidade: uma análise histórica. **Educação e Sociedade,** Campinas, v. 28, n. 100, p. 661- 690, 2007. Disponível em: <<https://www.scielo.br/pdf/es/v28n100/a0328100.pdf>>. Acesso em 1 nov. 2020.

PACHECO, Eliezer. **Os institutos federais: uma revolução na educação profissional e tecnológica**. Natal: IFRN, 2010.

_____. **Perspectivas da educação Profissional técnica de nível médio: proposta de Diretrizes Curriculares Nacionais**. São Paulo: Editora Moderna, 2012.

PACHECO, Eliezer Moreira; PEREIRA, Luiz Augusto Caldas; SOBRINHO, Moisés Domingos. Educação profissional e tecnológica: das Escolas de Aprendizizes Artífices aos Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia. **T&C Amazônia**. v. 17, n. 16, 2009. Disponível em: <<https://periodicos.unb.br/index.php/linhascriticas/article/view/3568>>. Acesso em: 1 nov. 2020.

PÁDUA, Elisabeth Martallo Mrchesini de. **Metodologia da pesquisa: abordagem teórico-prática**. São Paulo: Papirus, 2004.

PANELLA, Cristina. Teorizar e Medir: a pesquisa na gestão da imagem e da reputação. **Organicom - USP**. v. 4 n. 7, 2007. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/organicom/article/view/138957>>. Acesso em 28 de set. 202.

PICANÇO, Cristiane Santos *et al.* A importância da educação profissional e tecnológica para o desenvolvimento do ecoturismo em comunidades locais. **Anais do VII CONNEPI**, 2012. Disponível em: <<https://propi.ifto.edu.br/ocs/index.php/connepi/vii/paper/viewFile/5250/2796>>. Acesso em: 16 jun. 2021.

PINHO, Júlio Afonso. O contexto histórico do nascimento das relações públicas. In: **História das relações públicas: fragmentos da memória de uma área**. Cláudia Peixoto de Moura (org.). Porto Alegre: EdiPUCRS, 2008.

PINTO, Ricardo Lopes; MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. Evolução da estrutura organizacional ao longo do ciclo de vida de um projeto. **VII SemeAD**. 2002. Disponível em: <http://sistema.semead.com.br/7semead/paginas/artigos%20recebidos/PGT/PGT11-_Evolucao_da_estrutura_organizacional.PDF>. Acesso em: 2 set. 2020.

PUCCI, Renata. Questões de Alteridade e Identidade. **Impulso**. V. 21, n. 31, 2011. Disponível em: <<https://www.metodista.br/revistas/revistas-unimep/index.php/impulso/article/view/517/548>>. Acesso em: 5 set. 2020.

RANGEL, Maycon; GOMES, Romulo; NASCIMENTO, Augusto do. **Instituto federal de educação, Ciência e Tecnologia do Maranhão: departamento de comunicação e eventos manual de redação & estilo**. 2015. Disponível em: <<https://portal.ifma.edu.br/wp-content/uploads/2015/09/Anexo-II-Manual-de-Reda%C3%A7%C3%A3o.pdf>>. Acesso em: 20 out. 2020.

RIBEIRO, Maria Luisa Santos. **Introdução da História da Educação Brasileira: a organização escolar**. 18ª ed. São Paulo: Autores Associados, 2003.

ROMANELLI, O. **História da educação no Brasil**. Petrópolis: Vozes, 1991.

SANTOS, Asmyne Bárbara Barbosa dos; FERREIRA JUNIOR, José. A transparência administrativa e comunicação pública: análise do caso “funcionários-fantasma” da Assembleia Legislativa do Maranhão. **Revista Comunicação & Inovação**. V.18, n. 37, 2017. Disponível em: <https://seer.uscs.edu.br/index.php/revista_comunicacao_inovacao/article/view/4465/2165>. Acesso em: 25 set. 2020.

SAVIANI, Dermeval. **As Concepções pedagógicas na História da Educação Brasileira**. Apresentado na sessão de Comunicações em História da Educação do HISTEDBR, na Faculdade de Educação – UNICAMP, 2005.

_____. **História das ideias da pedagogia no Brasil**. 5ª ed. São Paulo: Editora: autores associados, 2018.

SCHULER, Maria; DE TONI, Deonir. **Gestão da imagem de organizações, marcas e produtos: métodos para configuração de imagens**. São Paulo: Atlas Editora, 2015.

SCHMIDT, Flávio. Identidade, imagem e reputação: empresas sem pertencimento no mundo da interdependência. In.: **Relações públicas estratégica: técnicas, conceitos e instrumentos**. (Org). Luiz Alberto de Farias. São Paulo: Summus, 2011.

SCOTTINI, Alfredo. **Dicionário escolar da Língua Portuguesa**. Blumenau, SC: Todo Livro Editora, 2017.

SILVA, A. S. Sentimentos de pertencimento e identidade no ambiente escolar. **Revista Brasileira de Educação em Geografia**, v. 8, n. 16, 2018. Disponível em: <<http://revistaedugeo.com.br/ojs/index.php/revistaedugeo/article/view/535>>. Acesso em: 30 de set. 2020.

SILVA, Gustavo Alexandre de Oliveira; SILVA, André Vasconcelos da Silva. Comunicação organizacional: conceitos introdutórios e a gestão educacional. **Humanidades e Tecnologias (FINOM)**. v. 24, n. 1, 2020. Disponível em: <http://revistas.icesp.br/index.php/FINOM_Humanidade_Tecnologia/article/view/1245/911>. Acesso em: 20 set. 2020.

SIMÃO, Maria Margarida. **A imagem corporativa nas organizações: uma proposição conceitual revisionista**. 2000. 287 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Faculdade de Economia, Administração e contabilidade da USP. São Paulo, 2000.

SOUSA, Mauro. O pertencimento ao comum mediático: a identidade em tempos de transição. **Significação: Revista De Cultura Audiovisual**, 37(34), 31-52, 2010. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/significacao/article/viewFile/68112/70670> Acesso em: 05 nov. 2020.

SOUZA, Celina. Políticas públicas: uma revisão de literatura. **Sociologias**, Porto Alegre, v. 8, n. 16, p. 20-45, 2006.

SOUZA, Nadjelena de Araujo. as notícias veiculadas no sítio eletrônico do ifma sobre a inclusão de pessoas com necessidades educacionais específicas (2016-2018). **Revista Pesquisa em foco**, v. 25, n. 1, 2020. Disponível em: <https://ppg.revistas.uema.br/index.php/PESQUISA_EM_FOCO/article/view/2340>. Acesso em: 10 nov. 2020.

TOSCANO, Moema. **Introdução à sociologia educacional**. 14^a ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.

TURMENA, Leandro; AZEVEDO, Mário Luiz Neves de. A expansão da Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica: os Institutos Federais em questão. **Rev. Diálogo Educ.**, Curitiba, v. 17, n. 54, 2017. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.7213/1981-416X.17.054.DS01>>. Acesso em: 29 jun. 2021.

VEIGA, Ilma Passos Alencastro. **A prática do professor de didática**. 2^a ed. Campinas, SP: Papirus, 1992.

VICENTE, Maximiliano Martin; FERREIRA, Mayra Fernanda. Eu e os outros em diálogo: revisitando conceitos sobre comunicação e alteridade. **Revista Estudos da Comunicação**. Curitiba, v. 17, n. 43, p. 120-135, 2016. Disponível em: <<https://periodicos.pucpr.br/index.php/estudosdecomunicacao/article/view/22556/21640>> Acesso em: 2 set. 2020.

VIZEU, Fábio. Poder, conflito e distorção comunicativa nas organizações contemporâneas. In: **Comunicação e organização: reflexões, processos e práticas**. Marlene Marchiori (org.). São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2010.

WESTBROOK, Robert Brett. **John Dewey**. Tradução José Eustáquio Romão e Verone Lane Rodrigues. Coleção Educadores. Recife: Fundação Joaquim Nabuco, Editora Massangana, 2010.

WOLTON, Dominique. **É preciso salvar a comunicação**. São Paulo: Paulus, 2006.

ZABALZA, Miguel Antonio. **Qualidade em Educação Infantil**. Porto Alegre, Artmed, 1998.

ZAMBERLAN, Maria Aparecida Trevisan; BASANI, Simone I. Stroka; ARALDI, Marizete. Organização do espaço e qualidade de vida: pesquisa sobre configuração espacial em uma instituição de educação infantil. **Educare: Revista de Educação**. v.2, n. 4, 2007. Disponível em: <<http://saber.unioeste.br/index.php/educereeducare/article/view/1668/1355>>. Acesso em: 5 set. 2020.

ZÉMOR, Pierre. As formas de comunicação pública. In: **Comunicação Pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público**. DUARTE, Jorge (org.). São Paulo: Editora Atlas, 2012.

ANEXOS

ANEXO A - QUESTIONÁRIO DISPONIBILIZADO AOS DISCENTES NA PLATAFORMA GOOGLE FORMS

Prezado estudantes,

Responda questões que lhe forem feitas, da maneira mais espontânea e livre possível não a resposta certa. Nem mesmo responder. Pode simplesmente não escrever nada. Que importa escrever,

Quando você responder, diga logo a primeira coisa que vier a sua cabeça, sem censura, nem julgamento, quando lê a questão.

Você pode escrever o quanto quiser. Desde nada, apenas uma palavra, até um discurso inteiro. Não há limite, e você pode repetir as coisas.

Ainda que não tenha entendido bem a questão, pode dizer o que lhe vem à cabeça mesmo assim, quando a questão é feita.

Não tenha entendido bem a questão, posso dizer o que lhe vem à cabeça, mesmo assim quando a questão é feita. Lembre-se, isso é somente uma brincadeira grata por participar.

Questões

1. Você é estudante do:
 - () Ensino Médio Técnico
 - () Graduação
 - () Pós-graduação

2. Quando eu digo IFMA, qual a primeira coisa que lhe vêm à mente?
3. Que outras ideias lhe vêm a mente sobre o IFMA?
4. Quais os sentimentos lhe vêm a mente sobre o IFMA?
5. Do que você gosta no IFMA?
6. Do que você não gosta no IFMA?
7. De onde você recebe informações sobre o IFMA?
 - () Site do IFMA
 - () Redes sociais (instagram, facebook)
 - () Whatsapp
 - () Professor
 - () Todos acima