
MICTI - AMPLA CONCORRÊNCIA INTERNA - RESUMO SIMPLES

A COMUNICAÇÃO ENTRE INSTITUIÇÃO DE ENSINO E DISCENTES: UM ESTUDO DE CASO NO CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM LOGÍSTICA / COMMUNICATION BETWEEN EDUCATIONAL INSTITUTIONS AND STUDENTS: A CASE STUDY IN THE HIGHER COURSE OF TECHNOLOGY IN LOGISTICS

Lilian Mara Ferreira (lilian.ferreira@aluno.sfs.ifc.edu.br)

Alyson Passos (alyson.passos@aluno.sfs.ifc.edu.br)

Bianca Ambrozio Da Silva (bianca.dasilva@aluno.sfs.ifc.edu.br)

Joceli Antônio Andreola (joceli.andreola@ifc.edu.br)

Com uma proposição diversa das usuais que envolvem Institutos Federais, este estudo busca evidenciar a compreensão e acesso às ferramentas que compõem o esforço de comunicação de um Campus do IFC para com os discentes de um curso superior tecnológico sob o viés do “C” comunicação que integra os “4C’s” de marketing (Kunsch, 2003) para compreender a ótica do discente como de usuário do serviço formativo e da comunicação estabelecida entre discente, Campus e IFC. O objetivo deste estudo é “Descrever a comunicação institucional pela ótica dos discentes do curso Superior de Tecnologia em Logística”. A temática surgiu na disciplina de Gestão de Marketing quando ponderadas questões sobre a comunicação do IFC com os discentes de um Curso Superior; também foi constatado não haver estudos

tratando da temática com o viés da abordagem e recorte realizado. A delimitação abrangeu discentes ativos e docentes do curso no primeiro semestre letivo de 2022, coordenação de curso e gestores do Campus; sendo realizada com uma abordagem quali-quantitativa com características descritivas, procedimentos de survey e pesquisa participativa em um estudo de caso. Os dados foram coletados com a coordenação de curso, gestores do Campus e docentes através de entrevista com roteiro semi-estruturado por censo; a coleta de dados com discentes foi realizada por censo, através de um formulário GoogleForms com sensibilização através de e-mail e grupo de WhatsApp. O estudo de dados realizados com análise de conteúdo, estatística com gráficos e tabelas, e cruzamentos resultaram em esclarecimentos sobre a política e manual de comunicação que é utilizado pelo IFC e aplicado por coordenação, professores e gestores do Campus, porém fica claro que estes documentos necessita de mais divulgação; também que o calendário acadêmico norteia a pauta da comunicação e que as ferramentas de comunicação institucional são o site, Siga-A e e-mail; mas há um esforço com a utilização de canais não institucionais como o Instagram e Whatsapp. Os dados coletados com discentes apontam ruídos na comunicação: o tempo de chegada e a linguagem nem sempre é a ideal quando parte do IFC e Campus, já a mesma consideração para coordenação de curso e docentes é vista como boa ou regular para maior parte dos discentes, isto tem relação com o uso de ferramentas não institucionais pela coordenação que utiliza grupos de Whatsapp e docentes que mesclam o uso de Whatsapp e Siga-A institucional. Neste sentido, 60% dos discentes consideram a comunicação em sala de aula boa ou ótima e 35% consideram a comunicação do Campus eficaz. Um dado chama atenção, 55% dos discentes afirmam desconhecer o SISAIE e sua comunicação. A coleta também identificou o perfil dos discentes respondentes, com média de idade 31 anos, 45% ingressaram no curso por edital de vagas remanescentes, 31% pelo SISU e 20% como portadores de diploma de curso superior, e 75% dos respondentes são trabalhadores formais. Os dados apresentados podem ser utilizados para ponderações sobre a maneira de potencializar os esforços de comunicação no que tange a diversificação de ferramentas e canais que produzam resultados mais satisfatórios.