

## EM QUAIS REDES SOCIAIS ESTÃO OS ESTUDANTES DOS CURSOS INTEGRADOS DO *CAMPUS* BENTO GONÇALVES DO IFRS: Mapeamento através de aplicação de questionários

Augusto Basso Veber<sup>1</sup>, Andréia Modrzejewski Zucolotto<sup>1\*</sup>

\*Orientadora

<sup>1</sup>Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul (IFRS) - *Campus* Porto Alegre.

**Palavras-chave:** Comunicação organizacional; Mídias sociais; Rede Federal EPT.

### Introdução

Esta pesquisa tem como objetivo principal identificar quais são as redes sociais mais utilizadas pelos estudantes dos cursos técnicos integrados ao ensino médio do *Campus* Bento Gonçalves do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul (IFRS), pois sabe-se que além de ser um espaço de divulgação institucional produzido pela Coordenadoria de Comunicação Social do referido *Campus*, as redes sociais alimentadas são uma forma de ampliar a divulgação de atividades, notícias e eventos que ocorrem na instituição e que interessam para a comunidade interna.

O presente trabalho é parte da pesquisa que está sendo desenvolvida pelo autor e pela orientadora, vinculado à linha de pesquisa de Práticas Educativas em Educação Profissional e Tecnológica do Mestrado Profissional em Educação Profissional e Tecnológica, ofertado no *Campus* Porto Alegre do IFRS, e é de interesse profissional do autor da pesquisa a realização desse estudo pois atua como Técnico em Audiovisual no referido setor e no *Campus* apresentado.

O *Campus* Bento Gonçalves do Instituto Federal do Rio Grande do Sul é uma instituição federal sexagenária de ensino público e gratuito. Atualmente é integrante do IFRS, em razão do processo de reorganização da Rede Federal de Educação Profissional e Tecnológica (Rede Federal EPT) ocorrido em 2008 (IFRS, 2022).

Conta com 18 cursos, espalhados entre técnicos integrados, técnico subsequente, cursos superiores e de pós-graduação, e cerca de 220 servidores, divididos entre 120 docentes e 100 técnicos-administrativos em educação. O recorte da pesquisa focou apenas nos estudantes dos cursos técnicos integrados, sendo eles Administração, Agropecuária, Informática para Internet, Meio Ambiente e Viticultura e Enologia.

A comunicação possui um aspecto essencial na vida das pessoas e das organizações. É por meio dela que as informações são compartilhadas, as ideias são transmitidas e as relações são estabelecidas. Quando abordamos a comunicação realizada em uma instituição pública de ensino, esta assume um papel ainda mais relevante, pois é responsável por gerenciar a imagem e reputação das organizações e instituições, além de promover a transparência e engajamento com a sociedade.

Bueno (2009, p. 3-4) define comunicação organizacional como “o conjunto integrado de ações, estratégias, planos, políticas e produtos planejados e desenvolvidos por uma organização para estabelecer a relação permanente e sistemática com todos os seus públicos de interesse”. Já a comunicação pública é entendida como “um processo comunicativo das instâncias da sociedade que trabalham com a informação voltada para a cidadania” (BRANDÃO, 2006, p. 6), destacando que ela é gerada a partir da necessidade dos órgãos governamentais prestar contas à sociedade do que está sendo promovido e de alguma maneira engajar o cidadão nas políticas públicas propostas.

Portanto, pode-se afirmar que a comunicação realizada pelo *Campus Bento Gonçalves* pode ser identificada como comunicação organizacional e também pública. Atualmente, os espaços alimentados na *internet* e que podem ser elencados conforme os conceitos apresentados acima são *site* institucional, *Facebook* e *Instagram*.

## Metodologia

Em sua concepção, a pesquisa foi concebida como exploratória, levantando dados a partir do aprimoramento de ideias e intuições do pesquisador. O planejamento de uma pesquisa exploratória “é flexível para possibilitar a consideração de diversos aspectos relativos ao objeto de estudo” (LEITE; POSSA, 2013, p. 24). Cabe também citar que a pesquisa exploratória, em sua conceituação, abrange o levantamento bibliográfico e entrevistas com pessoas, etapas que foram realizadas no decorrer da investigação.

As pesquisas de levantamento buscam questionar objetivamente os atores envolvidos no processo que se quer conhecer. Para isso, conforme Gil (2017, p. 48), “procede-se à solicitação de informações a um grupo significativo de pessoas acerca do problema estudado para, em seguida, mediante análise quantitativa, obterem-se as conclusões correspondentes aos dados

coletados.”

Inicialmente foi realizada uma apresentação da pesquisa em todas as turmas dos cinco cursos selecionados, com o intuito de convidar os estudantes a participar e para despertar o interesse deles pela pesquisa em desenvolvimento, focando no benefício coletivo que pode surgir após a finalização da investigação. Junto com essa apresentação, foi entregue aos estudantes menores de 18 anos o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), que deveria ser assinado pelos pais ou responsáveis e devolvido ao pesquisador. Cabe salientar que a referida pesquisa foi submetida ao Comitê de Ética do IFRS e foi aprovada, além de ser guiada pelos aspectos éticos dispostos pelo Conselho Nacional de Saúde (CNS) e pela Comissão Nacional de Ética em pesquisa do Conselho Nacional de Saúde (CONEP).

Aos estudantes que devolveram o TCLE assinado pelos pais ou responsáveis e aos estudantes maiores de 18 anos, foi enviado por *e-mail* o *link* de um questionário eletrônico elaborado no *Google Forms* para que eles pudessem responder. O Termo de Assentimento Livre e Esclarecido (TALE), voltado para os menores de 18 anos, e o TCLE para maiores de 18 anos, estavam respectivamente em cada formulário enviado diretamente aos participantes da pesquisa. De 427 estudantes convidados, foram contabilizadas 57 respostas no formulário eletrônico, composto por 37 perguntas. Na sequência serão apresentadas apenas as respostas do formulário que estão relacionadas com redes sociais, para desvelar se usam e qual é a frequência de acesso dos estudantes.

## Resultados/discussão

A partir das respostas obtidas pelos estudantes traçou-se um panorama para entender em qual rede social eles estão e quais podem ser utilizadas por eles para ficar sabendo sobre as informações divulgadas pela instituição.

Sobre o *Twitter*, 32% indicaram que acessam mais do que 7 vezes na semana, 27% entre 3 e 7 vezes, 3% acessam 3 vezes, 11% marcaram como não tendo perfil e 27% não responderam a essa pergunta, situação que interpretamos em todas as questões como se o estudante não tivesse perfil na rede citada. Quando questionados sobre o *Facebook*, 5% responderam que acessam mais do que 7 vezes na semana, 4% entre 3 e 7 vezes, 15% responderam que acessam 1, 2 ou 3 vezes, 28% não possuem conta e 48% não preencheram a resposta. Já no *Instagram* 73% responderam que acessam mais do que 7 vezes na semana, 13% entre 3 e 7 vezes, 9%

acessam 2 ou 3 vezes na semana e 5% responderam que não tem conta nessa plataforma. Quanto ao *YouTube*, 30% responderam que acessam mais do que 7 vezes na semana, 24% entre 3 e 7 vezes, 12% acessa 3 vezes, 14% acessa 2 vezes, 18% acessa 1 vez e 2% não tem ou não acessa. Sobre o *LinkedIn*, 6% responderam que acessam 1 vez por semana, 2% que acessam 2 vezes, 29% responderam que não tem conta e 63% não responderam. Quando questionados sobre o *Discord*, 15% informaram que acessam 1 vez na semana, 6% responderam 2 ou 3 vezes, 9% responderam entre 3 e 7 vezes, 16% informaram que não acessam e 54% não responderam. Por fim, foram questionados sobre o *TikTok*, na qual 62% responderam que acessam mais do que 7 vezes na semana, 9% acessam entre 3 e 7 vezes, 4% acessam 1 ou 2 vezes, 7% não acessam e 18% não responderam.

Na sequência serão apresentadas as considerações e reflexões dos pesquisadores sobre os dados obtidos.

### **Considerações finais**

A pesquisa descrita realizou um levantamento para saber quais são as redes sociais que os estudantes dos cursos integrados ao ensino médio do *Campus Bento Gonçalves* utilizam ou possuem. De uma forma geral, podemos afirmar que as redes sociais mais utilizadas pelos estudantes são *Instagram*, *TikTok*, *Twitter* e *YouTube*. Redes como *Facebook*, *LinkedIn* e *Discord* não são tão acompanhadas ou acessadas pelos respondentes da pesquisa. O que pode ser compreendido como resultado da pesquisa realizada é que quando a instituição deseja comunicar-se com os estudantes dos cursos integrados, deverá priorizar o *Instagram*, visto que é a única rede entre as mais acessadas em que existe um perfil institucional. Há, no *YouTube*, margem para utilização, mas hoje ele apenas é alimentado com o conteúdo das transmissões ao vivo realizadas pela instituição.

Os dados coletados são essenciais para saber em qual plataforma a comunicação organizacional deve ser estabelecida ou priorizada, pois de nada adianta um esforço em manter um serviço no ar e ele não ser recebido pelo público-alvo esperado quando a ação é prospectada.

### **Referências**

BRANDÃO, Elizabeth Pazito. **Usos e Significados do Conceito Comunicação Pública**. VI Encontro dos Núcleos de Pesquisa do Intercom, 2006. Disponível em: <https://bit.ly/3Z4KVAu>. Acesso em: 3 set. 2023.

BUENO, Wilson da Costa. **Comunicação empresarial: políticas e estratégias**. São Paulo: Saraiva, 2009.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO RIO GRANDE DO SUL (IFRS). **História do IFRS**. Bento Gonçalves, 2022. Disponível em: <https://ifrs.edu.br/institucional/teste/>. Acesso em: 22 nov. 2022.

LEITE, Fabiana Calçada de Lamare; POSSA, André Dala. **Metodologia da pesquisa científica**. 2. ed. Florianópolis: IFSC, 2013.