

## **Valorização da Comunicação Pública por meio do trabalho das Relações Públicas nas Instituições Federais de Ensino em busca da construção cidadã e da participação social<sup>1</sup>**

Juliana Marques Borghi  
Universidade Federal do Paraná, Curitiba/PR

### **Resumo**

O presente artigo traz uma contribuição para levantamentos e pesquisas na área das relações públicas institucionais, que entre os vários trabalhos que realizam, desenvolvem atividades essenciais e voltadas à construção de práticas cidadãs, de modo a incentivar a participação e mobilização social, por meio de estratégias, planos e ações que tragam perspectivas de melhorias significativas nas comunidades/sociedades onde atuam. Dentre estas, destaca-se a atuação do profissional no campo da Comunicação Pública nas Instituições Federais de Ensino (Instituto Federal do Paraná), o qual atuo como profissional de comunicação, de modo a valorizar tais práticas de forma contínua e progressiva, para além da comunidade acadêmica, em um contexto que alinhado por elementos essenciais, constrói espaços sociais participativos, dinâmicos e representativos.

### **Palavras-chave**

Relações Públicas Institucionais; Comunicação Pública; Participação Social; Cidadania.

### **Introdução**

A definição de relações públicas vem propondo em sua literatura algumas mudanças e novas avaliações sobre o que a profissão pode oferecer e trabalhar não somente junto ao ambiente organizacional, mas também e principalmente, em relação a aspectos ligados ao processo de conscientização social e democrática, entendendo desta forma, como primordial, a participação popular sob o ponto de vista da literatura que valoriza a comunicação pública.

Kunsch (2009) destaca que as empresas e as organizações da sociedade civil passam a ser cobradas por seus públicos, pela opinião pública e pela sociedade, e a ser monitoradas por estes, fazendo-se necessário adotar o verdadeiro sentido da comunicação pública, que é o interesse público. Desta forma, as relações públicas passam a contemplar uma comunicação que se torna multi e interdisciplinar, abrangendo aspectos de sustentabilidade, democracia e organizações sociais que possuem planejamentos e ações condizentes com sua realidade e necessidades externas a elas, ou seja, para além das avaliações estrategicamente institucionais.

O profissional passa então a entender e avaliar de forma mais complexa o contexto externo às organizações, de modo complementar, visando, deste modo, contribuir

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho (GT) Relações Públicas, Política e Sociedade, atividade integrante do XIV Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas.

positivamente e progressivamente para questões que envolvem a sociedade de forma crítica, política, cidadã e participativa. As pesquisas de opinião passam a abranger elementos diversos e dialógicos. A presença da comunidade se torna fundamental para a continuidade de ideias e projetos que abarcam a valorização da junção destes elementos, o que por sua vez, reflete na consolidação de uma reputação institucional, representando uma imagem positiva e fidedigna à sua identidade.

O processo de interação dialógica, contemplado por Oliveira (2008), destaca ainda, a comunicação organizacional como uma concepção baseada no conceito de interação e no paradigma relacional da comunicação (processo plural e multifacetado de interação entre atores sociais), o que pressupõe a circularidade de discurso entre os envolvidos e a importância da interlocução. Para a autora:

“[...] a crescente articulação da sociedade em rede amplia os espaços de interação social e multiplica a atuação de indivíduos e grupos no contexto contemporâneo, devido ao acesso à informação e à facilidade de troca. Eles passam a desempenhar múltiplos papéis sociais. Nesse cenário, a gestão da comunicação nas organizações pautada no paradigma clássico/informacional, centrado na emissão e recepção de informações, torna-se insuficiente para administrar a abundância dos fluxos e demandas informacionais e a crescente rede de relacionamentos que se estabelece entre organizações e atores sociais [...] a comunicação organizacional avança para uma dimensão estratégica, que agrega, ao caráter técnico-instrumental, uma concepção interativa e relacional. Assim, torna-se importante compreender a complexidade dos processos comunicacionais nesse contexto e propor um tratamento dialógico na relação organização e atores sociais” (OLIVEIRA & PAULA, 2008, p.6-7).

O desenvolvimento da comunicação nas organizações, portanto, enfatiza a participação da comunicação pública, nos anos 90, como essencial, como cita Pierre Zémor. Para o autor:

“[...] se as finalidades da Comunicação Pública não devem estar dissociadas das finalidades das instituições públicas, suas funções são de: a) informar (levar ao conhecimento, prestar conta e valorizar); b) de ouvir as demandas, as expectativas, as interrogações e o debate público; c) de contribuir para assegurar a relação social (sentimento de pertencer ao coletivo, tomada de consciência do cidadão enquanto ator); d) e de acompanhar as mudanças, tanto as comportamentais quanto as da organização social” (ZÉMOR apud BRANDÃO, 2006, p.13).

Os conceitos atrelados à comunicação pública, desta forma, englobam a democracia e a cidadania como partes dos relacionamentos com os públicos, em um discurso de valorização da esfera pública que representa a coletividade, como ressaltam os seguintes autores:

“[...] Processo de comunicação instaurado em uma esfera pública que engloba Estado, governo e sociedade, um espaço de debate, negociação e tomada de decisões relativas à vida pública do país [...] um campo de negociação pública, onde medidas de interesse coletivo são debatidas e encontram uma decisão democraticamente legítima” (DUARTE & VERAS, 2006 apud MATOS, 2012, p.49).

Nesta breve introdução, entende-se a necessidade de pensar a atividade de relações públicas como aquela que representa além de interesses organizacionais, ações fundamentais para uma contribuição democrática e contínua na sociedade, e/ou nas comunidades e locais onde esta atua, de maneira progressiva, com destaque para a educação, a cultura, as artes, a diversidade, a política, o diálogo, a sustentabilidade, entre outros, por meio do enriquecimento da comunicação pública como insubstituível para a realização de tais práticas.

### **As Relações Públicas e a Comunicação Pública**

A partir da década de 1980, principalmente, os conceitos de comunicação pública aparecem com mais força nas literaturas das áreas humanas e sociais aplicadas, com destaque para as relações públicas. O termo público, neste sentido, passa a significar e ter uma forte representatividade com o contexto e as mudanças sociais, culturais e políticas, com destaque para os países da América Latina, onde a participação social, o enriquecimento de questões envolvendo o meio ambiente, direitos humanos, o acesso às práticas democráticas, inclusivas e cidadãs, o incentivo ao diálogo, ao processo de criticidade, cultura, artes, enfim, modificam algumas estruturas fundamentais para novos entendimentos e interpretações a respeito de como valorizar as comunicações como elementos essenciais que garantam a participação social.

Segundo Duarte (2007), a comunicação pública coloca a centralidade do processo de comunicação no cidadão, não apenas por meio legítimo de acesso do direito à informação e à expressão, mas também do diálogo, do respeito a suas características e necessidades, do estímulo, sendo este de natureza coletiva, envolvendo tudo o que diga respeito a aparato estatal, ações governamentais, partidos políticos, movimentos sociais, empresas públicas, terceiro setor e, até mesmo, em certas circunstâncias, às empresas privadas. De acordo com o autor:

“A plenitude da comunicação pública depende da reciprocidade existente entre comunicação e cidadania, mobilizando sujeitos na concretização de aprendizados, saberes coletivos, rompendo formas de opressão e exclusão, construindo caminhos originais da vida coletiva organizada” (DUARTE, 2007, p.113).

Habermas destaca ainda que:

“Redescobrir, assim, o poder da sociedade civil indica o reconhecimento da existência de problemas que fazem parte do contexto dos sujeitos sociais, onde são os atores periféricos, os representantes da sociedade civil, mais que o aparelho do Estado, que levantam problemas referentes à energia nuclear, ameaças ecológicas, gênero, poluição da água, juventude, exclusão simbólica” (HABERMAS, 2003, p.115).

Peruzzo (2004) destaca a potencialidade da comunicação pública como uma atividade que incentiva a participação consciente das comunidades. A comunicação é mais que meios e mensagens, pois se realiza como parte de uma dinâmica de organização e mobilização social; está imbuída de uma proposta de transformação social e, ao mesmo tempo, de construção de uma sociedade mais justa; abrangendo a possibilidade para a participação ativa do cidadão comum como protagonista do processo.

A integração das relações públicas à comunicação pública também é identificada por Simões (1995), que destaca: como ciência, Relações Públicas abarca o conhecimento científico que explica, prevê e controla o exercício de poder no sistema organização-públicos. Como atividade, Relações Públicas é o exercício da administração da função (subsistema) política organizacional, enfocada através do processo de comunicação da organização com seus públicos.

Neste contexto, as relações públicas como uma atividade que valoriza a comunicação pública significa entender de modo amplo e representativo o público como algo construído coletivamente, democraticamente e insubstituível sob o ponto de vista da cidadania, do acesso à informação qualitativa e inclusiva, que propicia ações dialógicas, incentivando os diversos públicos, neste caso, como essenciais para um caminho de construção e consolidação de instituições que prezam por estes valores.

### **O papel das Instituições Federais de Ensino**

A proposta de uma educação pública de qualidade torna-se um desafio complexo, no contexto colocado, neste trabalho, pois pensar o significado da palavra pública requer reflexões, primeiramente, assim como planejamentos que concretizem a ideia de acesso, coletividade, de inclusão, de respeito às diversidades, de contemplar a sociedade entendendo suas necessidades. Necessidades que abrangem desde questões de vulnerabilidades sociais e econômicas, de oportunidades; até questões que precisam ser discutidas e desconstruídas de modo progressivo e contínuo, como: preconceitos, racismos, exclusões, entre outras.

Desta forma, neste momento, analisando em específico o papel, representatividade e compromisso das Instituições Federais de Ensino no Brasil, a rede de educação que as forma é composta pelas universidades e institutos federais, assim como centros de educação tecnológica que possuam também cursos técnicos e de nível superior.

A proposta da criação da rede feral de ensino, de 2008, é propiciar uma rede que componha educação profissional, científica e tecnológica, e pesquisa, na oferta pública de uma educação *multicampi*, abrangendo educação básica (incluindo ensino médio técnico integrado), licenciatura e bacharelados, e pós-graduações. As universidades federais compõem também um quadro que se espalha por todo o Brasil, de maneira a investir na qualidade e oferta de cursos superiores e pós-graduações (*stricto e lato sensu*), com datas de criação do início do século XX, como a Universidade Federal do Paraná (1912), e a Universidade Federal do Rio de Janeiro (1920).

A representatividade destas Instituições no cenário latino e brasileiro contribui e muito para o aprimoramento de diretrizes a respeito de suas funções nas sociedades e comunidades, como em todo o país. Além das reflexões e concretizações de um aprendizado à comunidade acadêmica que pensa na formação profissional e no investimento à pesquisa qualitativa (um dos pontos mais essenciais e ricos de um país, em relação à sua autonomia intelectual, cultural e econômica); tais Instituições são, por conseguinte, responsáveis também pela construção de valores cidadãos e éticos, que podem e devem atingir as comunidades externas.

Até o aspecto teórico das pesquisas realizadas na academia vem demonstrando uma preocupação em contemplar o prático, o contato com o mundo externo, o aumento de avaliações e experiências que se complementem em uma via de mão-dupla junto às comunidades onde atuam: contribuem para o avanço de produções científicas, assim como são beneficiadas por tais avaliações, quando conhecem o trabalho realizado por estas instituições e seus potenciais enquanto promotoras de inclusão social e cidadania.

Todos estes eixos compostos e formados gradativamente permitem alguns avanços reais em torno da função das Instituições Federais de Ensino no Brasil, de modo a enriquecer ações que além de serem condizentes com suas missões, visões e valores, deste modo, o reconhecimento das comunicações institucionais e sociais, que se debruçam em aspectos conceituais e reais de: espaço público, coletividades, acessibilidades, diversidades, respeito, conscientização e criticidade. Ações que compõem a democracia, a participação política, o direito em se informar qualitativamente, e direito aos direitos humanos, entre outros.

Ações, portanto, feitas de modo contínuo, progressivo e duradouro, produzem efeitos em gerações próximas, permitindo que a sociedade compare e reflita a respeito dos benefícios reais trazidos ao coletivo.

Tal reflexo considera algumas outras mudanças no desenvolvimento de políticas públicas, como as cotas raciais, entre outras, mas destaca, fundamentalmente, reflexões e ações propostas e realizadas pelas Instituições Federais de Ensino, ao longo dos últimos anos, no investir na abertura e diálogo junto à sociedade, alimentando um sistema de ganhos sociais coletivos no papel fundamental na formação de cidadãos.

O trabalho das relações públicas aplica-se na contribuição no desenvolvimento de canais de comunicação que potencializam o contexto relevante apresentado, o que beneficia a relação das instituições públicas e da sociedade, onde a comunicação pública complementa as ações estratégicas da área, que ainda de acordo com Simões (1995), é necessário um sistema que permita um fluxo de informações, nos dois sentidos, entre a organização e seus públicos. A existência desse canal conduziria de modo contínuo e desimpedido, a palavra dos públicos para junto do poder de decisão e deste para os públicos. Não basta que a comunicação pública exista, ela deve ser compreendida e acessível.

### **A Comunicação Pública como precursora das Relações Públicas no Instituto Federal do Paraná (IFPR)**

O desenvolvimento da comunicação pública nas Instituições é um caminho a ser construído de modo em conjunto. A sociedade torna-se protagonista deste processo, contribuindo para que este conceito seja reconhecido e cada vez mais incentivado, de forma estratégica e democrática. López destaca a comunicação pública como:

“[...] conjunto de temas, definições, fatos e metodologias referentes à forma como os sujeitos lutam por intervir na vida coletiva e na evolução dos processos políticos provenientes da convivência com 'o outro', por participar da esfera pública, concebida como o lugar de convergência das distintas vozes presentes na sociedade” (LÓPEZ, 2012, p.246).

Pensando, assim, nas diversas maneiras de enriquecer e valorizar a comunicação pública nas instituições federais de ensino, como proposto neste trabalho, em específico, destaca-se o trabalho que vem sendo realizado pela Diretoria de Comunicação do Instituto Federal do Paraná. O IFPR, fazendo parte da rede tecnológica de pesquisa e ensino,

representa as instituições de educação que contemplam o ensino médio técnico integrado, e também a oferta de cursos superiores.

Apesar de terem sido criados no ano de 2008, os Institutos Federais trazem consigo em sua missão, visão e valores, alguns pontos essenciais para que a Comunicação Pública seja reconhecida e realizada de modo estratégico, por meio do planejamento, planos, projetos e ações que as instituições realizam.

Segundo a política de comunicação<sup>2</sup> (2013) apresentada pelo Instituto Federal do Paraná, o princípio básico destacado da Comunicação Organizacional realizada no âmbito de uma instituição pública é o da Comunicação Pública. Deste modo, segundo Duarte (2012), a comunicação pública acontece nos espaços formados pelos fluxos de informação e de interação entre os agentes públicos e atores sociais, como governo, Estado e sociedade civil. Esta comunicação ocupa-se da “viabilização do direito social coletivo e individual ao diálogo, à informação e expressão”. Desenvolver comunicação pública é assumir a perspectiva cidadã na comunicação envolvendo temas de interesse coletivo, com conceitos ligados a cidadania, democratização, diálogo e interesse público. O compromisso de propiciar mais participação social e menos divulgação ressalta a sociedade antes da conveniência da organização.

Fazer comunicação pública é assumir a perspectiva da cidadania na comunicação envolvendo temas de interesse coletivo, alterando seu eixo, tradicionalmente centrado no atendimento dos interesses da instituição e de seus gestores. “Na comunicação pública o objetivo é o atendimento do interesse público e da sociedade, simbolizado pelo cidadão” (DUARTE, 2011, p.126-127). O caráter teórico e empírico da proposta de análise do projeto destaca, portanto, um interesse da valorização do tema e sua ligação interdisciplinar com as práticas acadêmicas, assim como o seu benefício para o desenvolvimento social.

A representatividade da instituição se completa, deste modo, pela formalização do planejamento em valorizar os eixos da comunicação pública como fundamentais para o desenvolvimento de um eixo de comunicação consistente e estratégico, de modo que permita a consciência de sua relevância, primeiramente, na própria comunidade acadêmica da Instituição.

---

<sup>2</sup>Política de Comunicação. Instituto Federal do Paraná. Curitiba. 2013. Disponível em: < [http://reitoria.ifpr.edu.br/wp-content/uploads/2013/02/POLITICA\\_COM\\_2013-revis%C3%A3o-em-16.12.pdf](http://reitoria.ifpr.edu.br/wp-content/uploads/2013/02/POLITICA_COM_2013-revis%C3%A3o-em-16.12.pdf)>. Acesso em: 5 jan.2020.

O trabalho das relações públicas, neste contexto, contribui para que o tema seja refletido e aplicado de maneira descentralizada e democrática. Atualmente, o IFPR conta com profissões da área de comunicação: relações-públicas, jornalistas, publicitários e programadores visuais. Espalhados pelos *campi* da Instituição, a autonomia de cada um para trabalhar de acordo com o contexto onde estão inseridos, analisando suas respectivas comunidades e locais de atendimento, se torna fundamental para que a comunicação siga sua política, assim como esta vai se construindo diariamente, e com a participação da comunidade acadêmica (servidores e alunos), e principalmente, pela contribuição e diálogo junto às comunidades externas.

As relações públicas desenvolvem, em conjunto, um planejamento de comunicação institucional que abarca os conceitos apresentados neste artigo, incentivando para tanto: a utilização de canais de relacionamento junto aos seus públicos (também feitos pelas redes sociais organizacionais); a apresentação e planejamento de planos, programas e projetos que contemplem a comunicação pública e comunitária; propostas que trabalhem o tema de forma contínua junto aos servidores da Instituição, expondo de maneira contributiva aspectos de valorização das IFEs, do fortalecimento da identidade organizacional, e pertencimento frente à missão, visão e valores da Instituição. Os profissionais de relações públicas também ajudam em uma participação mais democrática e inclusiva de seus discentes, por meio da realização de pesquisas de opinião, envolvimento e estímulo em propostas que envolvam a comunidade externa, artes, cultura, eventos diversos, discussão em temas essenciais para sua formação profissional e cidadã, entre outros. E, na concretização de projetos e programas (de ensino, pesquisa e extensão) que contemplem a inclusão social, e que permitam troca de aprendizado e conhecimento entre os públicos envolvidos.

A Pró-Reitoria de Extensão, Pesquisa, Pós-Graduação e Inovação (PROEPPI) do IFPR é um dos exemplos da realização de uma comunicação pública, que objetiva a estruturação e o desenvolvimento de políticas de incentivo às atividades de extensão social e tecnológica, pesquisa e científica aplicada, e inovação em toda a rede formada pelos *campi* da Instituição.

Dentro da PROEPPI, destaca-se a Diretoria de Extensão, Arte e Cultura, que trabalha diretamente com o desenvolvimento de trabalhos de extensão, com a participação dos estudantes como executores ou colaboradores de propostas de inclusão junto às diversas comunidades.

Destacam-se ainda algumas propostas da PROEPPI que favorecem e fortalecem o conceito da Comunicação Pública dentro da Instituição, com o envolvimento dos *campi* da



Instituição, e participação de representantes, servidores e estudantes, que tem por objetivo envolver as comunidades onde atuam de diversas formas:

❖ **NEABI (Núcleos de Estudos Afro-Brasileiros e Indígenas)**

Os Núcleos de Estudos Afro-Brasileiros e Indígenas (Neabi) do Instituto Federal do Paraná (IFPR) têm o papel institucional de fomentar a formação, a produção de conhecimentos e a realização de ações que contribuam para a valorização da história, das identidades e culturas negras, africanas, afrodescendentes e dos povos originários tradicionais (etnias indígenas) no IFPR, e para a superação de diferentes formas de discriminação étnico-racial. Possuem o papel de assessorar a Pró Reitoria de Extensão, Pesquisa, Pós-Graduação e Inovação (PROEPPPI) na gestão das políticas públicas contribuindo assim com o fortalecimento, a criação e a implementação de diretrizes, metas e ações com foco nessas identidades socioculturais.

❖ **NACs (Núcleos de Artes e Cultura)**

Os Núcleos de Arte e Cultura do IFPR possuem o papel institucional de fomentar a difusão e articulação de produção artístico-cultural da Instituição, de modo a enriquecer uma gestão de políticas culturais e inclusivas, contribuindo para a memória e preservação de seu patrimônio cultural. Os diversos *campi* da Instituição possuem projetos de extensão ligados diretamente à arte e a cultura, por meio do *Observatório das Artes* do IFPR.

❖ **Programas de Extensão**

Os Programas Institucionais de Extensão visam contribuir para a formação profissional e cidadã de estudantes por meio da sua participação em ações de extensão. As atividades são acompanhadas e supervisionadas por servidores/as da instituição no âmbito de ações que têm como princípio a indissociabilidade entre pesquisa, ensino e extensão, e prioriza a interlocução da instituição com sujeitos da sociedade. Atualmente, a Instituição conta com mais de 200 projetos (de pesquisa e extensão) nos 25 *campi*, cadastrados no Comitê de Pesquisa e Extensão (COPE).

❖ **Eventos**

Os eventos institucionais representam também o fortalecimento de ações estratégicas, para além das salas de aula. Complementam de modo fundamental as propostas de aproximação com os públicos, em especial, quando estes dialogam a respeito de questões reflexivas, cognitivas e que interferem e fazem parte do contexto histórico e social do Brasil, e da América Latina. O IFPR realiza diversos eventos em toda a Instituição; assim

como participa de eventos externos que não somente divulgam o trabalho realizado, mas aproximam as comunidades para perto do planejamento estratégico proposto.

O IFPR destaca ainda em relação aos projetos organizacionais citados, e não só, indicadores de pesquisa e extensão, que são utilizados pelos servidores de forma ampla, e incentivados a serem usados como ferramentas estratégicas para o acompanhamento das ações de ensino, pesquisa e extensão da Instituição. Estes contam então com relatórios, pesquisas, avaliações, entre outros levantamentos, com o propósito de aprimorar cada vez mais o trabalho das áreas estratégicas, como a Comunicação Social, indo além de análises quantitativas, mas qualitativas a respeito do desenvolvimento das ações que envolvem públicos externos e seus impactos em seus contextos e realidades. Estas informações encontram-se disponíveis no site<sup>3</sup> da Instituição.

O posicionamento institucional do IFPR, representado por seus servidores, neste contexto, em destaque para o desenvolvimento da Comunicação Pública como essencial às suas diretrizes e orientações, realiza ações de longo prazo que fortalecem a relação do público interno e externo à organização.

### **Considerações Finais**

Destacando, neste breve contexto, a Comunicação Pública como ainda sendo um conceito em construção, assim como os alcances que o profissional de relações públicas pode ter, enfatiza-se a necessidade da reflexão sobre o tema proposto, e o compromisso da Comunicação Social e institucional em enriquecer o diálogo para a realização de suas ações estratégicas, assim como sobre sua valorização.

O papel das relações públicas como incentivadoras para o fortalecimento da Comunicação Pública nas Instituições Federais de Ensino é gerar reconhecimento, pertencimento e identidade da sociedade a respeito do trabalho proposto por estas. Destaque para: mobilização social, participação, inclusão, alcance e protagonismo de uma esfera pública como um espaço de acesso, proporcionado pela construção do coletivo nas comunidades.

---

<sup>3</sup>Disponível em: < <https://reitoria.ifpr.edu.br/>>. Acesso em: 5 jan.2020.

Pensando, deste modo, na valorização do tema e na discussão a respeito das políticas de relacionamentos institucionais, Koçouski (2013) coloca que, o enriquecimento das esferas públicas por meio do trabalho dos profissionais de comunicação reflete a possibilidade de alcance de práticas cidadãs e dialógicas. A expressão “comunicação pública” seria assim utilizada para caracterizar um tipo específico de interlocução pautada na troca argumentativa reflexiva e recíproca que configura uma esfera pública.

As relações públicas, portanto, caracterizam-se como protagonistas em um processo em construção, que só se concretiza com e por meio da participação social, do envolvimento e interesse dos públicos em contribuir e aprender para a solidificação de uma democracia que se forma por meio de ações dialógicas, respeito às diversidades e acesso aos direitos humanos. A conscientização e a criticidade social são o começo para que a missão inclusiva e de acesso a uma educação pública de qualidade das Instituições Federais de Ensino no Brasil exerça seu papel fundamental de propiciar uma formação profissional e cidadã.

## Referências

BRANDÃO, E. Conceito de Comunicação Pública. In: DUARTE, J. **Comunicação Pública: Estado, governo mercado, sociedade e interesse público**. São Paulo: Atlas, 2007.

Brandão, E. P. **Usos e significados do conceito comunicação pública**. In: Núcleo de Pesquisa Relações Públicas e Comunicação Organizacional do Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom, Brasília, n.06, 2006.

BRASIL. 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/L11892.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2008/Lei/L11892.htm)>. Acesso em: 15 fev. 2019.

COOK, D.A. **A history of narrative film**. New York: WW Norton, 1981.

COSTA, Sérgio. Movimentos sociais, democratização e a construção de esferas públicas locais. **Revista brasileira de ciências sociais**, v. 12, n. 35, 1997.

COVRE, M. de L. M. **O que é cidadania**. 2. ed. São Paulo: Brasiliense, 1993.

DUARTE, Jorge. **Comunicação Pública:** Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público. 2012. Disponível em: <<http://www.jforni.jor.br/forni/files/ComP%C3%BAblicaJDuartevf.pdf>>. Acesso em: 11 maio. 2019.

DUARTE, Jorge. Instrumento de comunicação pública. In: DUARTE, Jorge (Org.). **Comunicação pública:** estado, mercado, sociedade e interesse público. São Paulo: Atlas, 2007.

DUARTE, Jorge. Sobre a emergência do(s) conceito(s) de comunicação pública. In: KUNSCH, Margarida M. Krohling (Org.). **Comunicação pública, sociedade e cidadania.** Difusão, 2011.

ESCUADERO, Regina. **Comunicação Pública - a voz do cidadão na esfera pública:** construindo um novo paradigma profissional. Curitiba: Appris, 2015.

HABERMAS, Jürgen. **Consciência moral e agir comunicativo.** 2. ed. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003a.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública.** Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003b.

INSTITUTO FEDERAL DO PARANÁ. **Política de Comunicação.** Curitiba: 2013. Disponível em: <[http://reitoria.ifpr.edu.br/wp-content/uploads/2013/02/POLITICA\\_COM\\_2013-revis%C3%A3o-em-16.12.pdf](http://reitoria.ifpr.edu.br/wp-content/uploads/2013/02/POLITICA_COM_2013-revis%C3%A3o-em-16.12.pdf)>. Acesso em: 15 nov. 2019.

JARAMILLO LÓPEZ, Juan Camilo. Advocacy: uma estratégia de comunicação pública. In: DUARTE, Jorge (Org.). **Comunicação pública:** estado, mercado, sociedade e interesse público. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009, p. 61-80.

KOÇOUSKI, Marina. Comunicação pública: construindo um conceito. In: MATOS, Heloiza (Org.). **Comunicação pública:** interlocuções, interlocutores e perspectivas. São Paulo: ECA-USP, 2003, p. 41-58.

KUNSCH, Margarida. Políticas Públicas de Comunicação: a necessidade de um debate abrangente. In: Castro, D. (Org.). **Reflexão sobre as Políticas Nacionais de Comunicação.** Brasília: Instituto Nacional de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA): 2009, p. 59-77.

López, J.C. Proposta geral de comunicação pública. In: Duarte, J. (Org.). **Comunicação pública:** Estado, mercado, sociedade e interesse público (3ª ed.). São Paulo: Atlas: 2012, p. 246-267.



Matos, H. Comunicação pública, esfera pública e capital social. In: Duarte, J. (Org.). **Comunicação pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público** (3ª ed.). São Paulo: Atlas, 2012, p.47-58.

Oliveira, I. L. & Paula, M. A. **O que é comunicação estratégica nas organizações?** 2.ª ed. São Paulo: Paulus, 2008.

PERUZZO, Círcia M.K. **Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania.** 3 ed. São Paulo: Vozes, 2004.

SIMÕES, Roberto Porto. **Relações Públicas: função política.** São Paulo: Summus, 1995.

ZÉMOR, P. **La Communication Publique.** Paris: PUF, 1995.

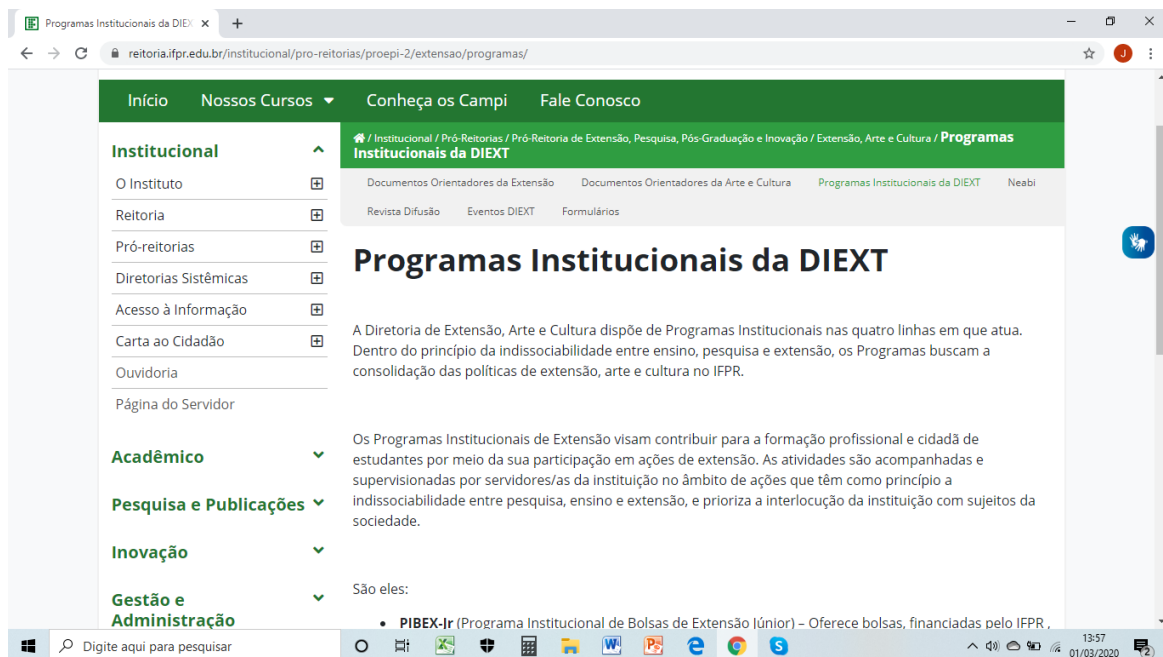
## APÊNDICES

### 1. NEABI – Página do site institucional da Reitoria do IFPR



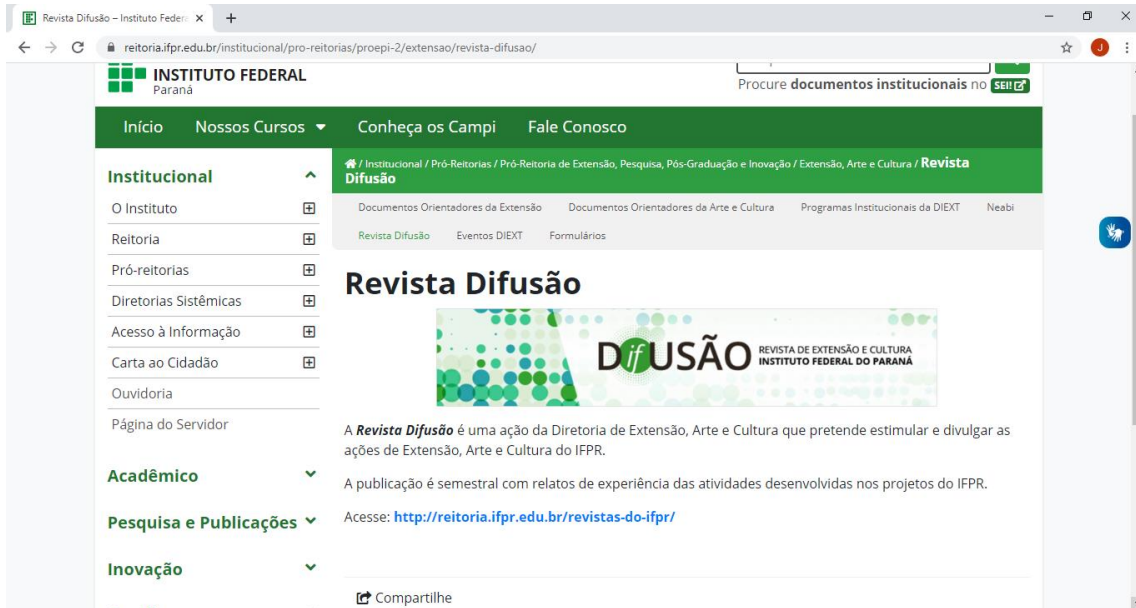
The screenshot shows the website for NEABI (Núcleo de Estudos Afro-brasileiros e Indígenas) on the IFPR website. The page has a green header with navigation links: Início, Nossos Cursos, Conheça os Campi, and Fale Conosco. A left sidebar contains a menu with categories: Institucional, Acadêmico, Pesquisa e Publicações, Inovação, and Gestão e Administração. The main content area features the NEABI logo and a title 'NEABI Núcleo de Estudos Afro-brasileiros e Indígenas'. Below the logo, there is a paragraph explaining the role of NEABI in promoting the formation and production of knowledge, and a list of documents and programs available on the site.

### 2. Apresentações de Programas – PROEPPi – IFPR



The screenshot shows the website for PROEPPi (Programas Institucionais da DIENT) on the IFPR website. The page has a green header with navigation links: Início, Nossos Cursos, Conheça os Campi, and Fale Conosco. A left sidebar contains a menu with categories: Institucional, Acadêmico, Pesquisa e Publicações, Inovação, and Gestão e Administração. The main content area features the title 'Programas Institucionais da DIENT' and a paragraph explaining the role of the Directorate of Extension, Art and Culture in promoting institutional programs. Below the paragraph, there is a list of programs, including PIBEX-Ir (Programa Institucional de Bolsas de Extensão Júnior).

### 3. REVISTA DIFUSÃO – site da Reitoria do IFPR



reitoria.ifpr.edu.br/institucional/pro-reitorias/proepi-2/extensao/revista-difusao/

INSTITUTO FEDERAL Paraná

Procure documentos institucionais no SEI

Início Nossos Cursos Conheça os Campi Fale Conosco

**Institucional**

- O Instituto
- Reitoria
- Pró-reitorias
- Diretorias Sistêmicas
- Acesso à Informação
- Carta ao Cidadão
- Ouvidoria
- Página do Servidor

**Acadêmico**

**Pesquisa e Publicações**

**Inovação**

Home / Institucional / Pró-Reitorias / Pró-Reitoria de Extensão, Pesquisa, Pós-Graduação e Inovação / Extensão, Arte e Cultura / **Revista Difusão**

Documentos Orientadores da Extensão Documentos Orientadores de Arte e Cultura Programas Institucionais da DIEXT Neabi

Revista Difusão Eventos DIEXT Formulários

## Revista Difusão

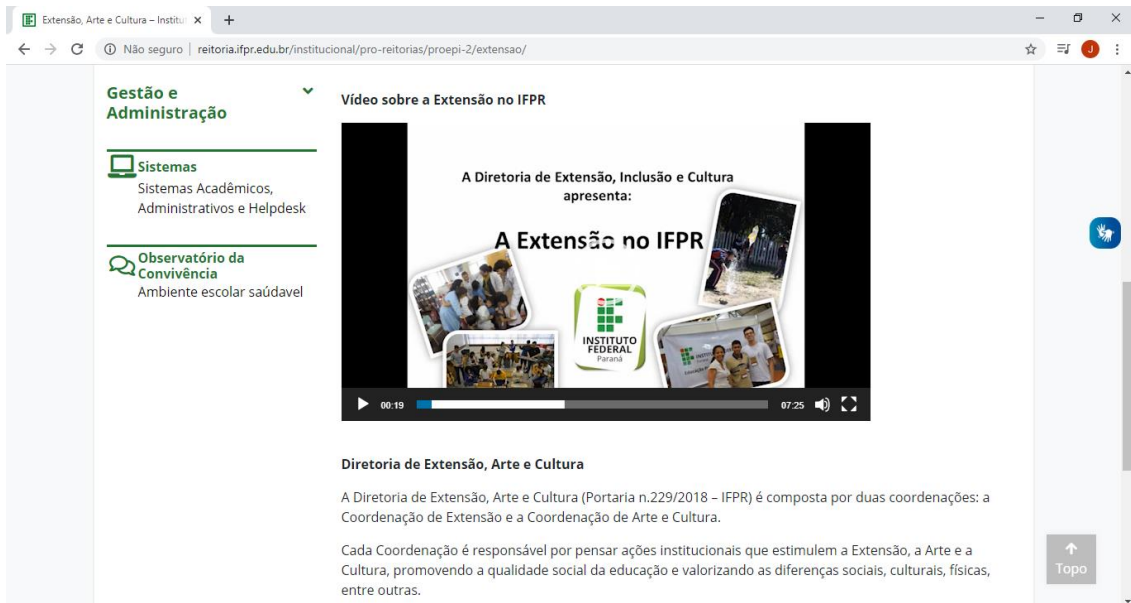
A *Revista Difusão* é uma ação da Diretoria de Extensão, Arte e Cultura que pretende estimular e divulgar as ações de Extensão, Arte e Cultura do IFPR.

A publicação é semestral com relatos de experiência das atividades desenvolvidas nos projetos do IFPR.

Acesse: <http://reitoria.ifpr.edu.br/revistas-do-ifpr/>

Compartilhe

### 4. Extensão, Arte e Cultura – IFPR



Extensão, Arte e Cultura - Institui

reitoria.ifpr.edu.br/institucional/pro-reitorias/proepi-2/extensao/

Gestão e Administração

Sistemas

- Sistemas Acadêmicos, Administrativos e Helpdesk

Observatório da Convivência

- Ambiente escolar saudável

Vídeo sobre a Extensão no IFPR

A Diretoria de Extensão, Inclusão e Cultura apresenta:

## A Extensão no IFPR

INSTITUTO FEDERAL PARANÁ

00:19 07:25

**Diretoria de Extensão, Arte e Cultura**

A Diretoria de Extensão, Arte e Cultura (Portaria n.229/2018 – IFPR) é composta por duas coordenações: a Coordenação de Extensão e a Coordenação de Arte e Cultura.

Cada Coordenação é responsável por pensar ações institucionais que estimulem a Extensão, a Arte e a Cultura, promovendo a qualidade social da educação e valorizando as diferenças sociais, culturais, físicas, entre outras.

Topo