

REPRESENTAÇÕES SOCIAIS DE UMA IES: ASPECTOS POSITIVOS LEVANTADOS PELA COMUNIDADE REGIONAL

SOCIAL REPRESENTATIONS OF AN HEI: POSITIVE ASPECTS RAISED BY THE REGIONAL COMMUNITY

Stefano Barra Gazzola¹, Diego Henrique Alexandre², Bruno Henrique da Cruz^{3*}, Edna Maria Querido de Oliveira Chamon⁴

¹ Doutor, Universidade Estácio de Sá – UNESA, Rio de Janeiro, RJ, Centro Universitário do Sul de Minas, Varginha, MG, Brasil, doutoradogazzola@gmail.com

² Doutor, Universidade Estácio de Sá – UNESA, Rio de Janeiro, RJ, Centro Universitário do Sul de Minas, Varginha, MG, Brasil, diego.alexandre@unis.edu.br

³ Graduação em Sistemas de Informação, Mestrando em Desenvolvimento Regional UNIS, Varginha, MG, Brasil, bruno.cruz@unis.edu.br

⁴ Doutora, Universidade Estácio de Sá – UNESA, Rio de Janeiro, RJ e Universidade de Taubaté – UNITAU, SP, Brasil, edna.chamon@gmail.com

* Autor de correspondência

Resumo

Este trabalho aborda a importância de compreender as Representações Sociais (RS) da sociedade em relação às Instituições de Ensino Superior (IES), especialmente nas mídias sociais da internet, onde muitos indivíduos buscam informações sobre onde estudar. O objetivo deste estudo é investigar as RS de uma IES, de sujeitos presentes em uma mídia social (*facebook*). A análise qualitativa dos questionários permitiu identificar as principais RS da comunidade em relação à IES, possibilitando uma melhor compreensão das percepções e opiniões acerca do objeto de estudo. Compreender as RS de uma IES é importante para identificar como a sociedade vê a instituição e como isso influencia a decisão individual de escolha. O estudo das RS por meio de questionários aplicados nas mídias indicou que a comunidade identifica a IES como inovadora, sempre em busca de novas tendências para o futuro. Essas características parecem refletir as escolhas dos envolvidos pela instituição.

Palavras-chave: Ensino Superior. Representação Social. Comunidade Regional.

Abstract

This paper addresses the importance of understanding society's Social Representations (SRs) in relation to Higher Education Institutions (HEIs), especially on social media, where many individuals look for information on where to study. The aim of this study is to investigate the SR of a HEI, of subjects present in a social media (Facebook). The qualitative analysis of the questionnaires made it possible to identify the community's main SRs in relation to the HEI, enabling a better understanding of perceptions and opinions about the object of study. Understanding the SRs of a HEI is important for identifying how society views the institution and how this influences individual choice decisions. The study of RS through questionnaires applied in the media indicated that the community identifies the HEI as innovative, always in search of new trends for the future. These characteristics seem to reflect the choices made by those involved in the institution.

Keywords: Higher Education. Social Representation. Regional Community.

1 INTRODUÇÃO

A escolha de um local de estudo é um processo complexo e depende de diversos fatores, como valores pessoais, informações disponíveis, crenças e perfil do indivíduo. Quando se trata de uma Instituição de Ensino Superior (IES), a decisão possui um peso mais importante, pois se trata de uma formação para a vida profissional. Por isso, é essencial compreender as Representações Sociais (RS) do público em relação à IES, especialmente, público esse, presente nas mídias sociais, onde muitos indivíduos buscam informações sobre onde estudar.

As RS são construções sociais que compreendem a forma como a sociedade interpreta o mundo ao seu redor (MOSCOVICI, 2012). O estudo das RS é fundamental para essa compreensão em como a sociedade vê as IES, pois se trata de uma percepção construída que influencia a decisão individual de escolha da IES. Por isso, o presente trabalho tem como objetivo investigar as representações sociais de uma IES nas mídias sociais por meio de questionários aplicados à comunidade regional.

Para alcançar esse objetivo, foram utilizados questionários aplicados na rede social Facebook, na região no qual a IES se insere. Essa análise qualitativa permitiu identificar as principais RS da comunidade em relação à IES, possibilitando uma melhor compreensão das percepções e opiniões acerca do objeto de estudo (IES).

Em resumo, compreender as representações sociais de uma IES é importante para identificar como a sociedade vê a instituição e como isso influencia a decisão individual de escolha. O estudo das representações sociais por meio de questionários aplicados nas mídias sociais pode fornecer informações pertinentes para melhorar a atuação da IES e atender às necessidades dos estudantes e da comunidade regional. Por isso, esse tipo de pesquisa é de possui uma relevância para o desenvolvimento e aprimoramento da educação superior.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

A teoria das representações sociais (TRS) é um campo de estudo interdisciplinar que busca entender como os indivíduos e grupos constroem e compartilham suas concepções sobre a realidade social. De acordo com Jodelet (2001), referenciando Durkheim, as representações coletivas são homogêneas e partilhadas por todos os membros da sociedade, tendo a função de preservar aquilo que as enlaça. Moscovici (2012) complementa essa ideia, afirmando que as representações são produtos dos grupos sociais que constroem a sociedade, não sendo apenas reflexo dela.

As RS encontram-se presentes nos diversos sentidos que a sociedade dá para as palavras ditas e construídas no social, essas não são estanques e fechadas em si mesmo, muito pelo contrário, são dinâmicas perpassadas pelos discursos emitidos, pelas crenças construídas e pelo fazer. Por esse viés, sustentados em Andrade (2006, p. 44), afirma-se que por meio do processo comunicacional, “[...] a narrativa contribui para a construção da rotinização e naturalização dos significados das representações sociais uma vez que a mesma pode revelar-se como uma imagem de grande poder de comunicação imediata e direta.”

Moscovici (2012) enfatiza a função simbólica e o poder de construção do real na psicologia social, destacando a representação social como uma modalidade de conhecimento particular que tem por função a elaboração de comportamentos e a comunicação entre os indivíduos. Segundo o autor, as representações são construídas no cotidiano, nas relações e nas práticas sociais, no fazer humano e na leitura da realidade.

As Instituições de Ensino Superior (IES) são importantes espaços de produção e reprodução de conhecimentos e valores que influenciam a sociedade como um todo. Segundo Rateau, Moliner, Guimelli e Abric (2012), as instituições desenvolvem representações com o intuito de manter ou proteger a própria identidade no contexto social. Desse modo, a imagem construída pelas IES reflete os valores e ideologias que a permeiam e são construídas pelos indivíduos que a compõem.

As RS têm importante papel na construção da realidade social, pois fornecem significado e orientação para as ações dos indivíduos e grupos. É fundamental compreender as representações sociais construídas nas instituições de ensino superior para compreender como elas contribuem para a construção da realidade social. Nesse sentido, é necessário investigar como os valores e ideologias presentes nessas instituições são construídos e compartilhados pelos indivíduos que as frequentam.

2.1 A INSTITUIÇÃO DE ENSINO SUPERIOR

A IES, cuja mantenedora teve sua origem na década de 60 do século XX, em uma cidade da Região Sul do Estado de Minas Gerais, foi inicialmente fundada sob a égide da Igreja Católica. Entretanto, sua criação e implementação contaram com a participação significativa da comunidade local, do setor público e de clubes de serviço como o Rotary Clube Internacional e o Lions Clube Internacional (SOUZA; QUEIROZ; ANTUNES, 2015).

No início dos anos 2000, a comunidade acadêmica da IES mobilizou-se para transformar as então faculdades em um Centro Universitário. Tal demanda justificava-se pela autonomia administrativa que a IES ganharia, sobretudo para a proposição e aprovação de seus próprios cursos. Como faculdades, tais autorizações dependiam de outras IES, demandando um longo período desde a proposição até a implementação. A mobilização da comunidade acadêmica resultou na assinatura de um decreto pelo então governador Itamar Franco, em 21 de novembro de 2000, que transformou a IES em Centro Universitário.

Ao longo dos anos, a IES foi se constituindo através de seu percurso histórico, comunicação, ações, reações, discursos e legislações. Em 2004, a instituição elaborou um Planejamento Estratégico que trouxe sua Missão, Visão e Valores, os quais continuaram presentes uma década após sua implementação. Esses elementos foram construídos coletivamente e incorporados pelo colegiado que, no final de 2013, ressignificou o Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) para o período de 2014 a 2018 (SOUZA; QUEIROZ; ANTUNES, 2015). O planejamento estratégico emana o saber reificado que sustenta as ações e práticas institucionais. Em Moscovici, há a compreensão da relação entre o conhecimento científico (identificado aqui como reificado) e o conhecimento do senso comum, sem hierarquia em relação a ambos (MOREIRA; CHAMON, 2015).

Como sua missão, de acordo com o último PDI da tem como ponto de partida, “formar pessoas socialmente responsáveis, nas diferentes áreas do conhecimento, contribuindo para o desenvolvimento das regiões em que atua”. E como visão ser uma IES que mediante as práticas inovadoras e tecnológicas, se destaca no cuidado com sua gente. A missão e visão se tornam norteadores para o propósito da IES e aonde ela quer chegar (visão). Não menos importante, seus valores foram construídos com base no propósito, sendo prestabilidade, inovação e excelência. (SOUZA; QUEIROZ; ANTUNES, 2015)

3 METODOLOGIA

Os dados coletados, foram organizados e inseridos em um software para compreender como as percepções da Comunidade Regional (CR), presentes na mídia social, acerca da IES.

Na primeira questão, solicitou-se para os respondentes descreverem a IES em apenas uma palavra e logo em seguida discursar sobre a sua escolha. Os questionários foram respondidos durante o segundo semestre de 2021. Ao todo 658 respondentes fizeram suas escolhas. Nesse momento, os critérios adotados para as análises foram exclusão de respondentes fora da região no qual a IES se insere, por meio de uma pergunta filtro: Cidade e Estado, juntamente com as respostas consideradas negativas. Após filtragem desses critérios, obteve-se 586 respondentes.

Por fim, vale destacar que essa pesquisa é um fragmento de um trabalho de doutorado submetido ao Comitê de Ética em Pesquisa – CEP, tendo sua aprovação publicada por meio do CAAE: 41092720.3.0000.5111 e Parecer 4.472.082

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO

No presente tópico será exposto os dados para discussão das análises e resultados do trabalho. Os dados levantados foram inseridos dentro do software WordArt, utilizado para criar nuvem de palavras de acordo com a recorrência das afirmações. (CRUZ et. al, 2019)

Conforme a figura 1, observa-se a recorrência das palavras inovação, futuro, oportunidade, excelente bom e sucesso como as escolhas das respostas dos sujeitos. Ressalta-se que alguns descritores foram ocultados da figura pois não possuíam relevância e recorrência para este trabalho, no entanto, os aspectos abordados aqui, são termos que podem inferior nas atitudes positivas sobre a IES.

Inovação	73
Futuro	48
Oportunidade	24
Excelente	22
Bom	22
Sucesso	21
Excelência	15
Crescimento	14
Faculdade	14
Conhecimento	12
Sonho	12
Universidade	9
Ótimo	7
Referência	7
Organizado	7
Boa	7
Expansão	6

Fonte: autores (2021)

Figura 1 – Recorrência das palavras apontadas pela CR

Conforme Figura 1, a palavra inovação aparece com a maior reincidência sobre as outras, totalizando 73 apontamentos, no que tange suas opiniões sobre a IES.

De acordo com o se apresenta na figura, entende-se que as pessoas possuem um olhar sobre que está sempre em busca de se desenvolver e inovar. Infere-se um ambiente condizente com as transformações que acontecem no cotidiano, que pode ter uma conformidade com a palavra inovação e a subsequente, que é future. Seguem alguns relatos expostos pelos sujeitos, como argumento realizados de suas escolhas, sinalizados por S (sujeitos).

“Porque é uma instituição que está sempre se atualizando e se transformando.” (S1)

“Sempre buscando formas disruptivas de se inovar, e assim, estar sempre na frente levando para seus alunos, o melhor e o mais moderno modelo de ensino, a fim de que estejam sempre atualizados, e na frente com as tendências mercadológicas.” (S2)

“Equipado com tecnologia, infraestrutura (design), e muito bom desempenho” (S3)

“Confortável, **inovadora** e acessível.” (S4)

De acordo com Macedo et. al (2022) define que inovação traz elementos que “[...] pressupõe a realização de algo original, fundamentado na criatividade, conhecimento e tecnologia, gerando melhorias no processo”. Por esse viés entende-se que os participantes da pesquisa demonstram em seus relatos conceitos como *disrupção*, *modernidade* e *tendências* que se assemelham ao que Macedo define como relatos da Inovação.

Com base nos apontamentos dos respondentes e a RS construída a partir da comunicação presente nas redes sociais, com base nos conhecimentos cotidianos do senso comum construídos a partir do simbolismo da IES.

Observa-se as palavras futuro, oportunidade e excelente, também possuem uma reincidência relevante para o presente artigo. Deste modo as características apontadas representam o que alguns indivíduos constroem sobre a IES estudada.

“Devido ao alto potencial para ensinar e oferecer grandes oportunidades para o **futuro**” (S5)

“Centro Universitário com estrutura totalmente voltada para o **futuro**” (S6)

“A IES está à frente, traçando estratégias pro **futuro**. Conectado com o mundo.” (S7)

Os trechos das respostas dos participantes evidenciam que há um consenso em relação à qualidade e ao crescimento da Instituição de Ensino Superior (IES), conforme destacado pelos termos recorrentes utilizados. Na visão dos respondentes, a IES apresenta excelência em suas atribuições e alcança o sucesso em suas ações.

Para uma melhor compreensão dos termos mais utilizados pelos participantes, foi criada uma nuvem de palavras que destaca as recorrências nas respostas. Os resultados demonstram que as palavras "inovação", "futuro" e "oportunidade" foram as mais escolhidas pelos participantes, como evidenciado na figura 1. Esses termos são evocados livremente pelos respondentes para representar à IES.

A análise dos recortes das respostas dos participantes indica uma percepção positiva em relação à IES, em que os termos mais utilizados evidenciam o sucesso e a excelência da instituição. A nuvem de palavras criada permitiu uma melhor visualização dos termos recorrentes foram apontados como os mais escolhidos pelos participantes.

(IES) como inovadora, sempre em busca de novas tendências para o futuro. Essas características parecem refletir as escolhas dos envolvidos pela instituição e possuem uma conexão com seu propósito, sugerindo uma conexão entre a imagem da IES e sua proposta institucional.

Os respondentes afirmaram que a IES tem a inovação como uma de suas principais propostas e, segundo as análises, a população presente nas mídias sociais, que não possuem vínculo direto com a IES, representa essa estratégia adotada pela instituição. No entanto, esses resultados ainda precisam ser aprofundados para que se possa entender se a representação social da IES está diretamente ligada às influências no momento de escolhas.

Seria necessário um estudo mais amplo, que incluía discentes e a população em geral, para compreender se as mesmas expectativas são compartilhadas. É importante enfatizar que a pesquisa representa apenas uma amostra dos indivíduos presentes nas mídias sociais e, portanto, pode não ser representativa da opinião geral. Ainda assim, esses resultados podem ser úteis para a IES compreender a imagem que ela projeta na comunidade e, assim, ajustar sua comunicação e ações institucionais.

REFERÊNCIAS

ABRIC, J. O estudo experimental das representações sociais. In D. Jodelet (Org.), **Representações sociais** (pp. 155-171). Rio de Janeiro: EDUERJ.

CRUZ, Poliana Oliveira da et al. Percepção da efetividade dos métodos de ensino utilizados em um curso de medicina do nordeste do Brasil. **Revista Brasileira de Educação Médica**, v. 43, n. 2, p. 40-47, 2019.

JODELET, D. **Representações sociais: um domínio em expansão**. In D. JODELET (Ed.), *As representações sociais* (pp. 17-44). Rio de Janeiro: UERJ, 2001.

MACEDO, Fernanda Maria Felício et. al. Representação Social da Inovação. **SEMEAD XII**, 2022. Disponível em: <https://sistema.semead.com.br/12semead/resultado/trabalhosPDF/885.pdf>

Acesso em: 20 abr. 2023.

MOREIRA, A. M.; CHAMON, E. M. Q. de O. **Ser Professor: representação social e construção identitária**. Curitiba: Appris, 2015.

MOSCOVICI, Serge. *A psicanálise, sua imagem e seu público*. Petrópolis, Vozes: 2012.

RATEAU, Patrick et al. Social representation theory. **Handbook of theories of social psychology**, v. 2, p. 477-497, 2012.

SOUZA, Alessandra Aparecida de Paula. **A história de um sonho - The story of a dream**; [tradução/translation Maria Luiza Monteiro Bueno Silva]. -- 1. ed. -- Santos, SP : Editora Brasileira de Arte e Cultura, 2015.

WORD ART. Tagul: WordArt.com. 2016. Disponível em: <https://tagul.com> Acesso em: 14 abr. 2023.