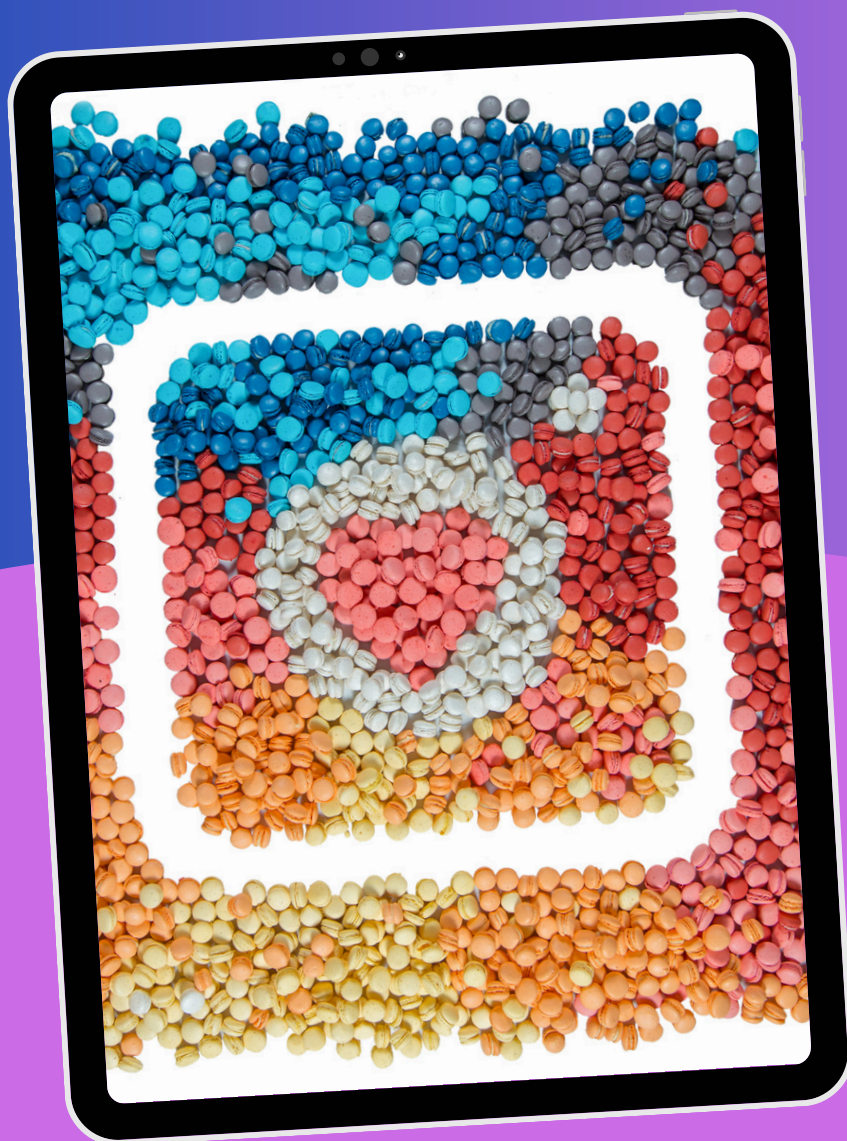


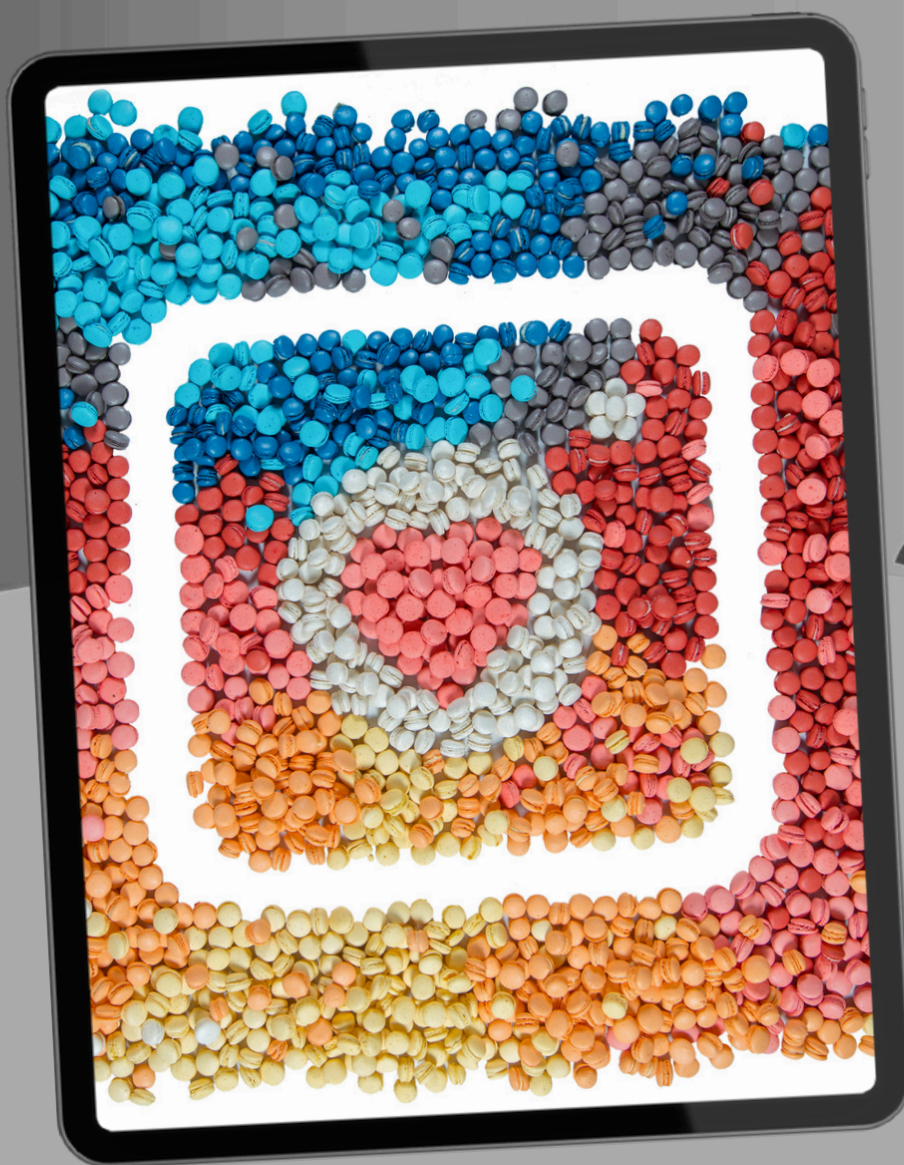
# GUIA DIDÁTICO PARA BOAS PRÁTICAS NAS REDES SOCIAIS DO INSTITUTO FEDERAL DO CEARÁ

*Rafael de Oliveira Ferreira  
Sandro César Silveira Jucá  
Solonildo Almeida da Silva*



# GUIA DIDÁTICO PARA BOAS PRÁTICAS NAS REDES SOCIAIS DO INSTITUTO FEDERAL DO CEARÁ

*Rafael de Oliveira Ferreira  
Sandro César Silveira Juca  
Solonildo Almeida da Silva*





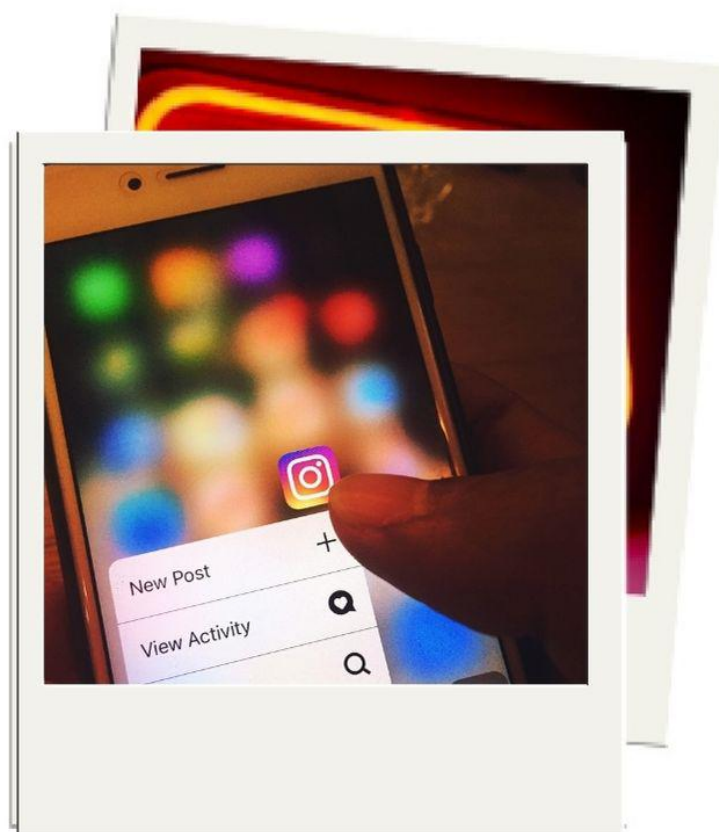
---

RAFAEL DE OLIVEIRA FERREIRA  
SANDRO CÉSAR SILVEIRA JUCÁ  
SOLONILDO ALMEIDA DA SILVA

# Guia Didático para Boas Práticas nas Redes Sociais do Instituto Federal do Ceará

**PRODUTO EDUCACIONAL**

**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO CEARÁ**



**2024**

Copyright © Rafael de Oliveira Ferreira, Sandro César Silveira Jucá,  
Solonildo Almeida da Silva. Todos os direitos reservados.

Esta obra foi publicada pela Quipá Editora em agosto de 2024. O conteúdo, bem como seus dados, forma, correção e confiabilidade são de exclusiva responsabilidade dos autores. Devem ser atribuídos os devidos créditos autorais.

Quipá Editora  
www.quipaeditora.com.br  
@quipaeditora

#### Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

---

Ferreira, Rafael de Oliveira

F383g Guia didático para boas práticas nas redes sociais do Instituto Federal do Ceará / Rafael de Oliveira Ferreira, Sandro César Silveira Jucá, Solonildo Almeida da Silva . — Iguatu, CE : Quipá Editora, 2024.

57 p. : il.

ISBN 978-65-5376-388-3

1. Educação - Tecnologia. 2. Mídias sociais. 3. . I. Título.

CDD 370.11

---



---

## SUMÁRIO

<b>APRESENTAÇÃO.....</b>	<b>5</b>
<b>1 INTRODUÇÃO.....</b>	<b>7</b>
<b>2 REDE SOCIAL <i>INSTAGRAM</i> .....</b>	<b>9</b>
<b>3 IFCE E O <i>INSTAGRAM</i>.....</b>	<b>13</b>
3.1 Objetivos dos canais de <i>Instagram</i> do IFCE.....	16
3.2 Produção de conteúdo para postagens.....	17
3.3 Linguagem utilizada nas postagens e conteúdos.....	19
3.4 Gestão de redes sociais.....	20
3.5 Engajamento.....	22
3.6 Interação.....	23
3.7 Serviço de Atendimento ao Cidadão (SAC).....	24
<b>4 REDE SOCIAL INSTAGRAM DO IFCE.....</b>	<b>26</b>
4.1 Dispositivo interdiscurso: Sistema de Seleção Unificada (SISU) e auxílio estudantil .....	27
4.2 Dispositivo pressuposição: editais e cursos.....	34
4.3 Dispositivo polifonia: intercâmbio e informativos.....	41
<b>5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>51</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>52</b>

---

## APRESENTAÇÃO

Caro (a) leitor (a),

É uma satisfação tê-lo (a) conosco!

Este E-book refere-se a um produto educacional elaborado a partir do Programa de Mestrado em Educação Profissional e Tecnológica - PROFEPT, do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará (IFCE) - Campus Fortaleza.

Apresenta o título "Guia Didático para Boas Práticas nas Redes Sociais do Instituto Federal do Ceará" e sua construção tem como objetivo, ser instrumento norteador para auxílio e colaboração aos profissionais de comunicação social, e aos servidores do IFCE, no gerenciamento da rede social Instagram.

Como o título sugere é um guia instrucional para gerir a página das redes sociais, enquanto canal comunicativo. Nessas circunstâncias, traz orientações para o manuseio ético e profissional de postagens e produção de conteúdo nas redes sociais com foco no Instagram do IFCE. Contudo, é um recurso que visa promover o aperfeiçoamento e a solidez no diálogo junto à sociedade. Vale salientar que as boas práticas sugeridas são referentes principalmente à rede social Instagram, mas também são indicadas para as outras redes sociais como o Facebook.

Com isso, espera-se que o documento produzido possa otimizar o trabalho sistêmico dos profissionais da comunicação social, sincronizar as mensagens transmitidas e padronizar o serviço de comunicação, além de buscar o aprimoramento na interlocução entre os diversos campi e o público-alvo da informação.

Os autores.

Fortaleza - CE, 2024.

---

## AGRADECIMENTOS

O agradecimento primeiro e pleno é a Deus, por ter me permitido chegar até aqui e aberto todos os caminhos em minha vida.

Minha gratidão ao IFCE, casa que me acolhe como servidor e que, desde 2022, me acolheu também como aluno do ProfEPT. Agradeço a todos os professores e colegas do programa.

Minha profunda gratidão ao meu orientador Professor Doutor Sandro César Silveira Jucá, e ao coorientador Professor Doutor Solonildo Almeida da Silva, pela dedicação, paciência e perseverança nas orientações.

Agradeço, de forma muito especial, ao Pedro Bruno Silva Lemos, aluno do Curso de Doutorado em Ensino (Renoen) do Instituto Federal do Ceará e a Gabriela Pereira Souza, amiga e mestre em Educação Profissional e Tecnológica (IFCE), pelas relevantes contribuições neste trabalho. Gratidão ainda aos amigos Francisco Jânio Silva Maia e Morgana Chaves pela força e parceria ao longo do mestrado.

Meus agradecimentos também a minha família e amigos de trabalho, de forma especial os integrantes da Coordenadoria de Comunicação Social do IFCE/campus de Fortaleza, o apoio de todos foi de suma importância para a conclusão dessa jornada.



---

## 1 INTRODUÇÃO

Com a criação da *internet*, a intensificação e diversidade global dos formatos comunicativos foi inserida no cotidiano dos sujeitos a necessidade de (inter) conexão, para tratar de diferentes assuntos, inclusive àqueles que extrapolam a esfera privada e pessoal. A partir dessa demanda surgiu o fenômeno das redes sociais que, por sua vez, viabilizam ao “mundo” uma comunicação rápida e dinâmica (SILVA, 2022).

As mídias sociais têm peculiaridades que se destacam dos meios de comunicação tradicionais como jornais, televisão, rádio, periódicos, dentre outros. Uma das principais diferenças é a forma de interação gerada com os sujeitos, pois, ao contrário das mídias tradicionais, as redes digitais possibilitam uma “audiência” participativa que envolve o público no processo de noticiabilidade, comentário dos fatos, apresentação de novas informações, além de expressar críticas e sugestões (COUTO *et al.*, 2009).

Ainda, os conteúdos das mídias (redes) sociais são mais atrativos, expõem uma mistura de texto, gráficos, vídeos e fotos, o que permite aos geradores de conteúdos uma gama de alternativas para atrair a atenção dos internautas e, conseqüentemente, ganhar mais seguidores quanto ao gerenciamento das redes sociais da instituição com foco principal no Instagram (VERMELHO *et al.*, 2015).

As redes sociais constituem um universo de novidades, possibilidades e desafios para o setor de comunicação, afinal, além do empenho com a produção de conteúdo, os profissionais atuantes nesse meio, precisam estar em total conexão com o perfil de comportamento do público-alvo e com a tecnologia envolvida no processo (SOUZA *et al.*, 2022).

Observa-se que o próprio conceito de gestão da comunicação vai recebendo outro formato, a partir do desenvolvimento das redes sociais. Nessas condições, o foco não está determinado somente no conteúdo, mas torna-se fundamental que as equipes de comunicação conheçam o “território” de navegação, para assim, fortalecer as estratégias de conquistas de

---

novos seguidores e adequar a linguagem ao público de interação (MEDEIROS; CHIRNEV, 2021).

Frente a esse contexto, a comunicação realizada na esfera pública, também deve estar alinhada às novas tendências e, portanto, se adequar às exigências do público para manter um canal de comunicação fluido e eficiente com o cidadão. Nesse sentido, concorda-se com a definição de Duarte (2009), o qual expõe que

A Comunicação Pública ocorre no espaço formado pelos fluxos de informação e de interação entre agentes públicos e atores sociais (governo, Estado e sociedade civil – inclusive partidos, empresas, terceiro setor e cada cidadão individualmente) em temas de interesse público. Ela trata de compartilhamento, negociações, conflitos e acordos na busca do atendimento de interesses referentes a temas de relevância coletiva. A Comunicação Pública ocupa-se da viabilização do direito social coletivo e individual ao diálogo, à informação e à expressão. Assim, fazer comunicação pública é assumir a perspectiva cidadã na comunicação envolvendo temas de interesse coletivo (DUARTE, 2009, p. 17).

É oportuno destacar que o poder público no campo da comunicação, precisa e deve se alinhar às novas tendências das redes sociais, compreendendo a necessidade do cidadão e buscando interagir de maneira rápida, prática e eficiente. E com isso, promover um diálogo democrático que responda às demandas existentes (HENRIQUES; PIMENTA, 2022).

Nessas condições, por meio deste E-book pretende-se ofertar orientações para o auxílio e colaboração com os servidores do IFCE, sobretudo os profissionais da área da comunicação social, quanto ao gerenciamento das redes sociais da instituição com foco principal no Instagram. Acredita-se que além da pertinência das informações prestadas, abre-se espaço para o afloramento de debates acerca desse importante canal digital de comunicação.

Ademais, o referido canal promove o aperfeiçoamento para uma comunicação mais eficiente e, viabiliza o funcionamento sistêmico e sincronizado em todas as unidades da instituição, obedecendo, sem dúvida, as peculiaridades de cada *campus* e, principalmente dos públicos, com os quais se pretende estabelecer diálogo.

---

## 2 REDE SOCIAL *INSTAGRAM*

O aplicativo *Instagram* é uma rede social *online* criada por Kevin Systrom e Mike Krieger, baseada inicialmente no compartilhamento de fotos, vídeos e *snapgram* ou mais popularmente chamado, *stories*. Em setembro de 2011 o *Instagram* já havia alcançado a marca de quase 10 milhões de usuários, após seu lançamento oficial em 2010, com apenas seis funcionários na equipe de desenvolvimento (INSTAGRAM..., 2024).

Com este feito exponencial, em 9 de abril de 2012, a rede social foi adquirida pela plataforma do *Facebook*, através do valor considerável de um bilhão de dólares. Com a união das duas redes sociais, foi possível não só tornar as ferramentas mais lucrativas e captar mais seguidores, mas também desenvolver maior interação, contabilizando atualmente, mais de 2 bilhões de usuários (PORTAL INSIGHTS, 2024).

O *Instagram* surgiu da simplificação de outro aplicativo chamado *Burbn* que, devido à complexidade do seu desenvolvimento, motivou os criadores a escolherem uma das funções que se tornou mais atrativa aos usuários, nesse caso, a função de fotografia. O acesso àquela rede social acontece pela criação de uma conta, através de celular *smartphone* ou pelo computador com acesso ao *site* oficial, fazendo o *download* do aplicativo (INSTAGRAM..., 2024).

Feito isso, o usuário terá acesso às diversas funcionalidades da plataforma, sendo uma delas, o compartilhamento de fotos e vídeos, por meio do qual, os usuários podem publicar fotos instantâneas da galeria do celular e, não só no *Instagram*, mas em outras redes sociais vinculadas (INSTAGRAM..., 2024).

A base de relacionamentos do *Instagram* se mantém em torno de adeptos que recebem o nome de seguidores, ou seja, pessoas que também têm perfil no *Instagram*, com o intuito de acompanhar as atualizações uns dos outros, na rede. Há ainda, a possibilidade de encontrar determinado usuário por meio da barra de pesquisa, curtir fotos, comentá-las e compartilhá-las (PORTAL INSIGHTS, 2024).



---

Nesse sentido, a supracitada rede social, amplamente utilizada pelos jovens no contexto de avanço das tecnologias e redes digitais de informação e comunicação, assume uma função estratégica e fundamental, conforme ressaltam Alves, Mota e Tavares (2018),

A versatilidade do *Instagram* permite ao usuário intercambiar experiências formativas que podem ser aplicadas ao processo de ensino e de aprendizagem, aliando a expectativa de interatividade ao engajamento de seguidores, numa troca instantânea de informações e de ampliação no critério de importância do assunto discutido. Implicando destacar que, por produzir respostas imediatas às publicações, o '*Insta*' facilita a compreensão do processo de construção de conceitos, criando espaços a partir do embate de ações (ALVES; MOTA; TAVARES, 2018, p. 36).

A respeito disso, entende-se que as redes sociais se configuram como meio de comunicação moderna, ágil e rápida, com aspecto bastante convidativo para participação e interação, contribuindo dessa forma, ao desenvolvimento de diversos saberes, inclusive o científico.

Sendo assim, a partir do processo comunicacional contemporâneo, com destaque às redes de relacionamento e interação como premissa básica e estratégica, eclodem oportunidades importantes. Afinal, as ferramentas comunicacionais mais recentes, possibilitam o diálogo em tempo real com a população, encurta distâncias, desburocratiza processos e otimiza o acesso ao conhecimento e à informação (LIMA; SILVA; LOUREIRO, 2020).

Em concordância a esse pensamento, Martín-Barbero (2011) declara que a tecnicidade midiática passa a ter um papel estratégico dentro da cultura, à medida que as instituições educacionais se adaptam aos novos processos de mudança tecnológica. Essas mudanças, que estão cada vez mais presentes na sociedade e nas relações humanas, criam novas oportunidades de experiência que antes não eram exploradas pela comunicação tradicional, ampliando assim, o campo da aprendizagem.

Diante disso, as novas formas de comunicação, principalmente as que são inerentes às redes sociais, atraem a atenção dos jovens, como já referido, pois, é um público buscador de informações rápidas, fáceis, precisas e atrativas, tornando-se assíduo na conexão digital.

---

Portanto, os processos comunicacionais e educacionais precisam ser recriados/repensados, para difundir uma nova forma de buscar conhecimento (BARISTELLO, 2020).

Frente a essas circunstâncias, Alves, Mota e Tavares (2018), identificam que a plataforma *Instagram* pode representar uma extensão do equipamento educacional, influenciando o processo de ensino-aprendizagem, o “buscar” de novas oportunidades e a interrelação entre instituição e os demais usuários do aplicativo.

Os tempos modernos e a criação de uma ferramenta que está à disposição dos sujeitos, através de aparelhos *Smartphones*, se apresentam como fator motivador e de contribuição para o desenvolvimento educacional e científico. Tal compreensão se alinha às ideias de Lima, Silva e Loureiro (2020), ao afirmarem que

[...] o *Instagram*, por estar mais próximo ao cotidiano do aluno, gera maior significado no processo de aprendizagem, resultando em maior engajamento e, consequentemente, motivação, efeitos que podem ser alavancados pela dinâmica da rede social *Instagram*, que oferece ‘possibilidades de relacionamento e troca entre pares’ (LIMA; SILVA; LOUREIRO, 2020, p. 136).

Sendo assim, a rede social extrapola sua capacidade informativa, considerando ser possível utilizá-la para suporte na construção de conhecimentos e estreitamento de relações entre instituição de ensino e sociedade. Os dados abaixo comprovam as informações supracitadas, quanto à condição do *Instagram* em exceder o mero compartilhamento de fotos e vídeos.

- No Brasil, o *Instagram* possui mais de 113 milhões de usuários<sup>1</sup>
- 89,4 % das marcas do mundo estão no *Instagram*
- 59% dos usuários se identificam como mulheres
- 40% dos brasileiros com mais de 13 anos de idade utilizam o *Instagram*

O acesso a informações de utilidade pública tem grande relevância, todavia deve ser associado à criação de espaços interlocutores e à prática da transparência pública. Nesse sentido,

---

<sup>1</sup> Dados do relatório de fevereiro de 2023 da *We are Social e Meltwater*.

---

entende-se a essencialidade das redes sociais digitais, dentre elas o *Instagram*, enquanto ferramenta comunicativa em instituições públicas de ensino (NEVES; REBOUÇAS, 2022).

Com base na vivência junto ao setor de Comunicação Social do IFCE, observa-se com o manuseio do aplicativo, a oferta de recursos tecnológicos que viabilizam a produção e veiculação de pautas, campanhas e temas de interesse institucional. E para isso, não há custo, a não ser a disposição de tempo para escolher o conteúdo e construir a arte de divulgação, propiciando dessa forma, a elaboração de mensagens que influenciam pessoas em diferentes níveis de relacionamento. Portanto, justifica-se a presença do IFCE nesse canal de comunicação.

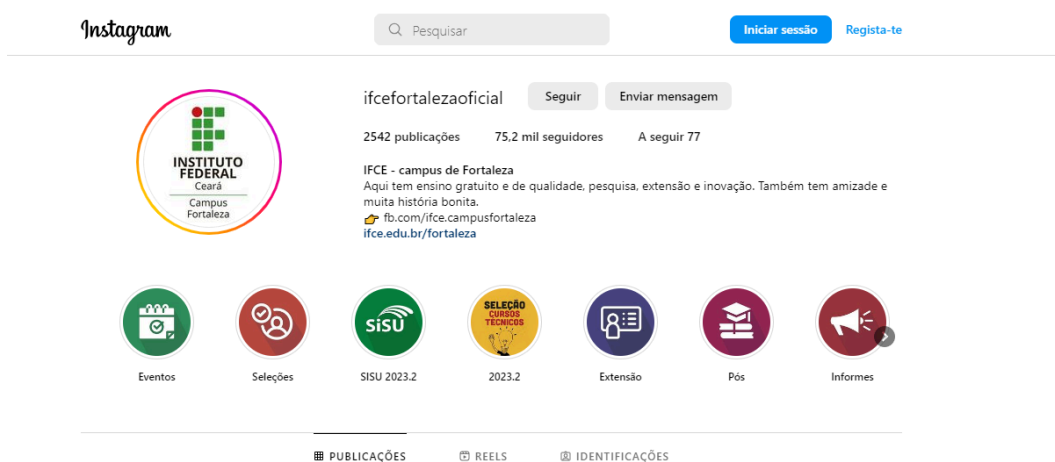
A partir da respectiva rede social, o IFCE tem a pretensão de aproximar-se, ainda mais do cidadão, fazendo uso da divulgação de ações institucionais, mediante a exploração dos diversos recursos da plataforma, criando assim, uma interação entre organização e sociedade, acompanhando também, os avanços disponíveis da tecnologia.



### 3 IFCE E O *INSTAGRAM*

O Instituto Federal do Ceará é formado pela reitoria e 33 *campi* com estrutura administrativa descentralizada. A área da comunicação também segue o padrão descentralizado, com profissionais atuantes tanto na reitoria como na maioria dos *campi*. O que implica dizer que não há uma instância gerenciadora dos trabalhos de comunicação para todos os *campi* do IFCE, ou seja, os comunicadores das unidades são geridos pelo dirigente de cada *campus*. Nesse cenário, a reitoria e maior parte das unidades possuem página própria da rede social *Instagram*.

Imagem 1: Página principal do Instagram oficial do campus de Fortaleza do IFCE



Fonte: Instagram

Logo mais, serão apresentadas orientações e sugestões norteadoras aos profissionais do setor de comunicação, assim como, para os servidores que fazem parte da gestão daquelas páginas. O objetivo que permeia a construção de tais orientações, refere-se ao aperfeiçoamento e solidez do diálogo junto à sociedade por meio desse canal, além de promover a sincronização das mensagens transmitidas.

Diante desse cenário, vale destacar que a rede social *Instagram* é massivamente utilizada pelo público-alvo do IFCE, assumindo portanto, uma função estratégica e fundamental para a comunicação. Sua versatilidade, permite o intercâmbio de experiências formativas que podem

---

ser aplicadas ao processo de ensino e aprendizagem, agregando interatividade ao engajamento dos seguidores. Com essas condições, favorece a compreensão na construção de conceitos, por meio da troca instantânea de informações e da produção imediata de respostas às publicações (ALVES; MOTA; TAVARES 2018).

As redes sociais, atualmente, formam espaços virtuais de comunicação moderna, ágil e rápida, bastante convidativos à participação e à interação. De outro modo, além de romper com limites tradicionais dos meios comunicativos, propiciam o desenvolvimento de diversos conhecimentos, dentre eles o científico. Dessa maneira, o *Instagram* pode representar uma extensão institucional, influenciando portanto, a mobilização dos saberes, o “buscar” de novas oportunidades e a interação entre instituição e demais usuários do aplicativo (SILVA, 2022)

Ainda, nota-se a relevância do uso do *Instagram* pelo IFCE, devido a sua condição enquanto ferramenta disponível através de um dispositivo portátil de *Smartphone*, o que se configura como fator motivador, não só para cidadãos, mas para instituições públicas, dentre elas, as instituições de ensino educacional e científico. O uso da rede social pode gerar maior significado aos discentes, por ser algo próximo ao seu cotidiano, resultando assim, em engajamento e expansão do campo relacional e da experiência educativa (LIMA; SILVA; LOUREIRO, 2020).

Nascimento Júnior, Pimentel e Dotta (2011), por sua vez, confirmam que as redes de conexão digital/virtual, além da tarefa básica de informar, também favorecem a construção de conhecimentos, devido à extensa quantidade de funcionalidades e aplicativos que possuem. Com isso, beneficiam a comunicação e o compartilhamento de ideias, os quais são fundamentais para o ensino e aprendizagem.

Diante desse contexto, esse *E-book* será um documento balizador ao setor de comunicação do IFCE, quanto ao manuseio ético e profissional de redes sociais, nesse caso o *Instagram*, além da Política de Comunicação já existente. Para tanto, uma das recomendações principais é que todas as unidades do referido instituto, enquanto canal oficial, criem páginas na

---

rede social, ao invés de perfis. E, também, é orientado o uso de *e-mail* institucional para cadastrar a página.

Com o exposto, entende-se que os recursos digitais/virtuais, são potenciais aliados nas formas de se relacionar, aprender e trabalhar. Todavia, requerem atenção para evitar o uso displicente ou indevido, pois assim, pode gerar consequências que comprometam a instituição e os sujeitos em diferentes aspectos e espaços de convivência (EDUCADOR DO FUTURO, 2020).

A exemplo dessas consequências, há a proliferação de notícias falsas ou *fake news* aliadas a fontes pouco confiáveis, quanto à comunicação nas redes sociais. A quantidade de desinformação que circula é alta e rápida, nem sempre sendo possível impedir o compartilhamento por mais pessoas. Ainda, há quem se utilize da divulgação de *fake news* como opinião, sob a justificativa de liberdade de expressão, o que traça uma linha tênue entre o surgimento de mais informações falsas e a criminalização de tais atos (AVELAR, 2022).

O risco das *fake news*, é exatamente porque alcança a credibilidade da população, como foi evidenciado durante a pandemia, através da circulação de notícias enganosas sobre a COVID-19, mas que foram aderidas por muitos sujeitos, uma vez que a velocidade da informação e o medo existente, tornavam irrelevante a checagem da fonte (AVELAR, 2022).

Outro exemplo, é a possibilidade do ambiente digital se tornar hostil e perigoso, a partir da disseminação de discursos de intolerância e ódio ou de demais assuntos debatidos, muitas vezes, sem fundamentação, os quais transformam a *internet* em uma arena de medo e tensão. Com isso, justifica-se a clara demanda de documentos normatizadores e instrucionais para manuseio de redes sociais digitais (INSTITUTO LONGEVIDADE, 2023).

Doravante, o cadastro e uso do *Instagram* pelos *campi* do IFCE ocorreram a partir de períodos distintos, a saber, há *campus* com página ativa desde 2013, enquanto o *campus* do IFCE Fortaleza, passou a usar a plataforma em 2017. Contudo, a finalidade consiste em divulgar ações oficiais da instituição, referentes a editais para o público interno e externo, seleções, atividades



---

de ensino, pesquisa e extensão, além de comunicados de interesse público e demais conteúdos pertinentes.

As postagens são construídas por artes em formato de *cards*, fotos e vídeos, geralmente acompanhadas por legendas que visam alcançar uma divulgação ampla, democrática e clara de todas as informações institucionais, durante o ano inteiro. Afinal, considerando que o *Instagram* é uma plataforma manuseada por milhões de pessoas diariamente, sua capacidade de aumentar o raio de alcance de mensagens é indiscutível, além de estreitar e fortalecer o canal comunicativo entre o ente público e a população.

Contudo, o uso massivo das Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação (TDICs) perpassa diversos contextos da vida humana, inclusive os contextos profissional e educacional. Para tanto, diante destas esferas, é relevante considerar o uso de redes sociais na dimensão ética, pedagógica e metodológica, além de construir planejamento para realizar a divulgação educacional e/ou científica. Com isso, é favorecida a transmissão positiva de conteúdos e a emergência de novos saberes (OLIVEIRA; COSTA PEREIRA, 2021).

Portanto, as orientações norteadoras para manuseio ético e profissional do *Instagram*, através do setor de Comunicação Social do IFCE, se dividem em sete seções, através das quais, tem-se o interesse em estabelecer informação instrucional e direcionamento que favoreçam a gerência da rede social, enquanto canal de comunicação.

### **3.1 Objetivos dos canais de *Instagram* do IFCE**

Nesta seção, é apresentado o direcionamento para as postagens no *Instagram* do IFCE, de maneira técnica e profissional, atendendo aos interesses institucionais e, também, da população. Portanto, descreve as atividades, ações e serviços que devem ser divulgados, atendendo aos requisitos da Política de Comunicação, quanto à interação entre os públicos interno e externo.

- 
- Divulgar cursos disponíveis, projetos e ações da instituição;
  - Divulgar processos seletivos e oportunidades oferecidos pela instituição;
  - Oferecer um canal de aproximação com a sociedade, sobretudo, jovens e adultos com interesse em se tornar estudantes do IFCE, professores de ensino fundamental e médio, estudantes de outras instituições de ensino, egressos do IFCE, pesquisadores de outras instituições, autoridades, imprensa, agências de fomento, servidores e estudantes do IFCE, dentre outros;
  - Prestar contas sobre as atividades de ensino, pesquisa e extensão que são desenvolvidas na instituição;
  - Divulgar campanhas institucionais alinhadas com a missão, visão e valores, estabelecidas no Plano de Desenvolvimento Institucional;
  - Obter sugestões para melhorar ações, projetos e programas desenvolvidos no IFCE com foco na sociedade;
  - Fortalecer a imagem da instituição como ofertante de Educação Profissional e Tecnológica em todo o Ceará;
  - Interagir e promover diálogo com a sociedade e usuários das mídias sociais.

Com esses itens descritos, há a intenção de realizar uma comunicação assertiva junto à sociedade, seguindo parâmetros técnicos e institucionais, valorizando as atividades de ensino, pesquisa e extensão. Buscando ainda, aprimorar o conteúdo divulgado e a imagem da instituição como ofertante de Educação Profissional e Tecnológica.

### **3.2 Produção de conteúdo para postagens**

Nesta seção, são apontadas diretrizes para o gerenciamento de conteúdo do *Instagram* do IFCE, assim como para o planejamento e cronograma de divulgação, com base no calendário da instituição. Recomenda-se produzir conteúdos que engajem a audiência e sejam de interesse público, com foco em ações relevantes como formas de ingresso, atividades de pesquisa e

---

extensão, eventos esportivos, culturais, acadêmicos, entre outros. Orienta-se também, sobre o *layout* a ser utilizado.

- Fazer planejamento e cronograma com conteúdos a serem postados na página do *Instagram*, com base no calendário da respectiva unidade (reitoria ou *campus*);
- Produzir conteúdos que engajem a audiência e seja de interesse público: notícias, eventos, dicas e *cases* interessantes que inspirem e motivem a população a buscar o IFCE com interesse aos programas, projetos e ações desenvolvidos;
- Focar em ações de grande interesse público como as formas de ingresso aos cursos técnicos, graduações e pós-graduações, atividades de pesquisa e extensão, cursos abertos e gratuitos à comunidade, eventos esportivos, culturais, artísticos e acadêmicos, palestras, *workshop*, dentre outros;
- Evitar personificação e destaque à personalidade, focando na ação realizada, na essência do conteúdo e na mensagem importante que deve ser transmitida ao público;
- Priorizar conteúdos curtos e utilizar *links* para *sites* e páginas, onde o usuário poderá saber mais sobre o assunto;
- Ter bastante atenção com o uso de memes (postagens bem-humoradas que viralizam nas mídias sociais), pois, eles se justificam somente quando utilizados para disseminar informações úteis;
- Ter atenção às informações e aos *links*, verificando se estão corretos. Mesmo que o erro seja corrigido rapidamente, pode gerar prejuízo à população;
- Caso um seguidor aponte alguma informação errônea fornecida pelo perfil, verifique os dados, novamente e, se necessário, assuma o erro publicamente e faça a correção;
- Dar preferência a conteúdos com atrativos visuais, imagens e vídeos, pois, atraem mais seguidores do que elementos textuais;
- Ter bastante atenção quanto ao *layout*, porque a postagem sem qualidade não atrai a atenção dos usuários;

- 
- Ter atenção ao utilizar textos e infográficos, em relação ao tamanho da fonte, cores e contrastes que permitam fácil leitura;
  - É recomendável manter um banco de imagens com paisagens e lugares no *campus*, além de pessoas interagindo com espaços da instituição;
  - Utilizar imagens com nitidez e de alta qualidade;
  - Utilizar imagens com descrição adequada para deficientes visuais, com informações claras e objetivas;
  - Utilizar vídeo com legendas ou intérprete de Libras.

Portanto, essa lista traz um claro norteamento para profissionalizar as postagens, focando sempre na disseminação de informações críveis e fidedignas, com atenção às referências. Assim, evita-se a personificação da ação ou serviço divulgado, além de evitar a divulgação de mensagens equivocadas que possam prejudicar a instituição.

### **3.3 Linguagem utilizada nas postagens e conteúdos**

Nesta seção, orienta-se sobre o tipo e forma de linguagem que deve ser utilizada nas postagens, evitando uma comunicação informal e descaracterizada. Nesse sentido, o intuito é estabelecer a técnica na “fala” de maneira clara e objetiva, sendo acessível a todos os sujeitos, sem tamanho rebuscamento, ao tempo de não usar vícios de linguagem ou um padrão de senso comum.

- Utilizar linguagem acessível e objetiva, que transmita de maneira clara as informações;
- Escolher sempre uma linguagem convidativa à interação (compartilhe, saiba mais, leia, fique por dentro, curta);
- Evitar legendas longas;
- Adotar uma linguagem leve, pois, uma página oficial deve denotar credibilidade e utilidade, respeitando as regras gramaticais do idioma adotado;

- 
- Evitar abreviações como “vc”, “pq”, “tb”, “blz”, pois a credibilidade pode ser comprometida;
  - Não escrever em CAIXA ALTA, porque nas mídias, isso significa que você está “gritando” com o usuário;
  - Antes de publicar qualquer postagem no *Instagram*, sempre verificar se o conteúdo está de acordo com a mensagem a ser transmitida. Se possível, pedir a outra pessoa que faça uma leitura para identificar possíveis problemas;
  - Utilizar *hashtags* relacionadas ao conteúdo da postagem, pois isso ajuda a ter novos seguidores.

Com essas orientações, pretende-se consolidar a interação com os seguidores de maneira formal, mas de maneira leve e correta para não perder a credibilidade e utilidade da página oficial, cujo é um canal potente para construir o diálogo com a população, seja do IFCE, seja da comunidade externa.

### **3.4 Gestão de redes sociais**

Nesta seção, considera-se os processos de planejamento das postagens, escolha dos temas e produção do conteúdo a ser divulgado e, o monitoramento dos resultados, a partir da interação e *feedback* do público. Portanto, realizar a gestão das redes sociais, inclui etapas importantes até chegar ao produto final. Sendo assim, apresenta-se as orientações abaixo.

- Manter sempre a página atualizada;
- O gerenciamento deve ser realizado por pessoas autorizadas (servidores da instituição);
- Ter cuidado ao compartilhar postagens, buscando sempre fontes oficiais e de credibilidade;
- Todas as postagens devem estar de acordo com os direitos autorais, tanto em relação ao conteúdo, como vídeos, fotos, dentre outros;



- 
- Utilizar somente vídeos e fotos de bancos gratuitos, com vistas a evitar problemas;
  - Priorizar a produção e publicação de conteúdo original;
  - Sempre dar os devidos créditos para o autor (citar as fontes) ao utilizar conteúdo de terceiros;
  - Estabelecer frequência de postagens, pois, o perfil parado perde engajamento e seguidores. É adequado fazer, pelo menos, uma publicação em dias alternados (dia sim, dia não);
  - As postagens no *feed* devem ocorrer preferencialmente em horários de pico, como 12h, 18h e 21h. E em tempo real, nos *stories*, em caso de imagens e vídeos durante eventos;
  - Manter sincronia entre as postagens, por exemplo, não postar cinco divulgações em um dia e, passar três dias sem nada postar;
  - Evitar discussões polêmicas com seguidores, mantendo sempre o foco na informação. Caso algum usuário utilize tom jocoso, irônico ou ofensivo, por exemplo, manter sempre o tom cordial e respeitoso na resposta;
  - Elaborar produtos politicamente corretos em termos de inclusão política, econômica, cultural e social;
  - Evitar expor minorias ou trazer à tona embates ideológicos, historicamente, existentes na sociedade, como os referentes a gênero, etnia, cor, classe social e orientação sexual, pois, pode gerar crise;
  - Respeitar a laicidade da Universidade, sem fazer referência a qualquer tipo de religião;
  - Monitorar as postagens em prazo de até meia hora após a publicação, principalmente, as que estão programadas em horários extras aos de expediente, como fins de semana e feriados, para identificar e sanar situações divergentes, antes de tomar proporção de crise.

---

Contudo, essas diretrizes trazem esclarecimento para manter a página sempre atualizada, com conteúdo original e de qualidade, seguindo as diretrizes estabelecidas pela instituição e pela Política de Comunicação. É essencial manter a atenção e monitoramento das postagens para evitar possíveis crises e garantir o bom funcionamento e engajamento da página.

### **3.5 Engajamento**

Nesta seção, são apontadas estratégias que favoreçam o engajamento e aumentem a quantidade de seguidores, assim como o acesso dinâmico à página, garantindo que os conteúdos alcancem o maior número de pessoas. Também é orientado observar as métricas da plataforma e identificar os assuntos de maior acesso para produzir publicações que contemplem aqueles assuntos.

- Identificar o melhor horário para postar, de acordo com o perfil dos seguidores, mantendo regularidade;
- Testar diferentes formatos de conteúdo, obedecendo a Política de Comunicação, analisando os que apresentam melhor engajamento;
- Repetir assuntos com boa repercussão nos canais, a exemplo de muitas interações e compartilhamentos;
- Avaliar e monitorar o pensamento do cidadão quanto à educação pública, a instituições de ensino, e como ele se manifesta nas mídias sociais em aspectos gerais. A partir disso, criar novos conteúdos;
- Avaliar em período trimestral, as métricas e dados fornecidos pelas plataformas de redes sociais, para assim, adequar conteúdos, prever situações de crise e produzir materiais cada vez mais atrativos;
- Criar e padronizar linguagens editorial e visual, a serem adotadas em todos os perfis das unidades do IFCE, quando se tratar do mesmo conteúdo divulgado. Com isso, consolidar a imagem institucional;

- 
- Sincronizar as divulgações, planejar as ações em rede e utilizar o mesmo conteúdo quando possível, através da ferramenta de compartilhamento;
  - Dispensar atenção aos comentários dos usuários, respondendo em tempo hábil e mostrando que o perfil está atento e aberto ao diálogo.

Com isso, é importante adequar os conteúdos, prever possíveis crises e produzir materiais mais atrativos. Também é necessário padronizar a linguagem editorial e visual em todos os perfis do IFCE e ter atenção quanto a respostas ágeis aos comentários de seguidores. Dessa maneira, serão favorecidas a boa repercussão dos conteúdos e a avaliação do do cidadão nas redes sociais sobre educação pública, instituições de ensino e criação de novos conteúdos.

### 3.6 Interação

Nesta seção, são descritas orientações para otimizar a administração do perfil do *Instagram* do IFCE. São sugeridas práticas como curtir ou responder postagens que mencionem o perfil, como evitar respostas agressivas e lidar com *haters* de forma responsável e excluir comentários ofensivos.

- Curtir ou responder as postagens que marcam e citam o perfil institucional;
- Ao receber elogios, sempre “curtir” e, quando possível, agradecer em resposta na mesma publicação ou na mesma mensagem privada;
- Ao receber relatos de erro, corrigir a informação e agradecer a atenção, de preferência, via mensagem privada;
- Não utilizar respostas agressivas ou que possam ofender o usuário. Agir sempre de maneira cordial e basear a resposta em fatos e dados;
- Em casos de *trolls* e *haters* (pessoas que praticam *bullying* virtual, cujo comportamento ou comentário promove desestabilidade e discussão, provocando o administrador do perfil a cometer erros), não estimular a discussão, nem prolongar o assunto, apenas monitorar para tomar as medidas legais cabíveis;

- 
- Excluir comentários contendo insultos a pessoas, exposição de informações pessoais, palavrões, incitação ao ódio ou à violência, calúnia, difamação, assédio ou discriminação;
  - Prezar por uma relação de credibilidade com os seguidores.

A correta aplicação dessas diretrizes contribui para uma presença *online* positiva e eficaz da instituição. Orienta também, de maneira otimizada a corrigir possíveis erros de forma cordial, priorizando uma relação de credibilidade e confiabilidade com os seguidores e com os profissionais da instituição que tenham acesso ao perfil.

### **3.7 Serviço de Atendimento ao Cidadão (SAC)**

Nesta seção, é orientado que para manter um perfil institucional em redes sociais, faz-se necessário abrir um canal de atendimento ao cidadão. É fundamental o suporte para responder aos seguidores de forma ágil, clara e precisa, apontando caminhos corretos para que o usuário consiga o que deseja.

- Ao criar um perfil em qualquer rede social, automaticamente, abre-se um canal de atendimento ao cidadão. Não se deve ignorar as perguntas, não respondendo-as;
- As respostas aos seguidores devem ser ágeis, conter informações claras, precisas e apontar os caminhos corretos para o cidadão seguir e obter o que deseja;
- Evitar o excesso de formalidade nas mensagens, mas manter-se com cordialidade. Lembrar de cumprimentar o interlocutor e, quando conveniente, agradecer pelo contato ou pelo interesse do usuário em dialogar;
- Quando uma dúvida se tornar assunto frequente nas mensagens *inbox*, é adequado fazer uma análise e considerar uma postagem sobre o assunto;
- Nem sempre é necessário apresentar a resposta que o usuário solicita, mas pode ser apontado o caminho como, por exemplo, “confira no edital”, “entre em contato

---

com o setor responsável”, “confira mais detalhes no *link*”. O mais importante é não deixar o cidadão sem resposta.

Contudo, para garantir um contato assertivo deve-se evitar a formalidade em excesso, mantendo sempre a cordialidade nas mensagens, com cumprimentos e agradecimentos pelo contato dos seguidores. Mesmo que não seja apresentada a resposta solicitada, deve-se indicar o caminho para obter a informação desejada. O mais importante é não deixar de fornecer uma resposta.

#### 4 REDE SOCIAL *INSTAGRAM* DO IFCE

Neste capítulo iremos analisar as publicações dos campi de Aracati, Canindé, Caucaia, Fortaleza, Iguatu, Maracanaú, Sobral e da Reitoria do IFCE, relativas a edital de processo seletivo, intercâmbio, cursos com inscrições abertas e concurso público, usando como método a teoria da análise do discurso. O corpus foi constituído por 29 postagens, sendo coletadas seis postagens da reitoria e do IFCE campus Fortaleza, devido ao maior fluxo de circulação, duas do campus de Aracati, enquanto os demais campus, tiveram a coleta de três postagens, cada um.

A motivação para a elaboração desse manual se deu por meio das discussões realizadas no Encontro de Comunicadores do IFCE realizado em setembro de 2023, ocasião em que os profissionais da área de comunicação da instituição se reuniram para trocar experiências e debater sugestões e melhoras na comunicação institucional, conforme imagens abaixo:

Imagem 2: Banner de Divulgação do Encontro de Comunicadores do IFCE



Imagem 3: Profissionais da Área de Comunicação





## 4.1 Dispositivo interdiscurso: Sistema de Seleção Unificada (SISU) e auxílio estudantil

Inicialmente, traz-se para análise, um bloco com oito postagens dos *campi* Sobral, Maracanaú, Iguatu, Fortaleza, Caucaia, Canindé e da Reitoria, relativas ao Sistema de Seleção Unificada (SISU), as quais divulgam a chamada para confirmar interesse e matrícula de estudantes junto ao IFCE. Esse *corpus* insere-se no dispositivo de interdiscurso, pois, aqueles equipamentos promovem comunicação entre si, a partir da mesma natureza informativa, além de demonstrar sistematização ao transmitir a mensagem. Ademais, existem significações que conduzem a um cenário representativo de ingresso ao ensino superior. Seguem abaixo, as postagens que compõem este primeiro bloco.

Imagem 4 – Lista de espera SISU A



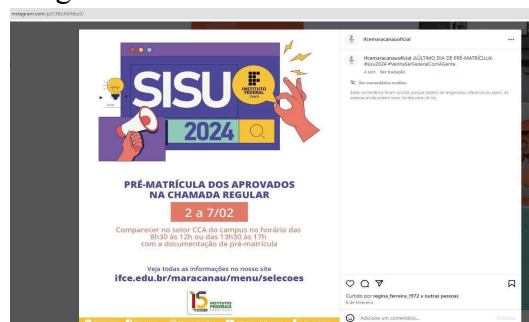
Fonte: Instagram do IFCE *campus* Sobral

Imagem 5 – Mudança de cronograma SISU



Fonte: Instagram do IFCE *campus* Sobral

Imagem 6 – Pré-matrícula SISU



Fonte: Instagram do IFCE *campus* Maracanaú

Imagem 7 – Convocação SISU



Fonte: Instagram do IFCE *campus* Iguatu

Imagem 8 – Cronograma SISU



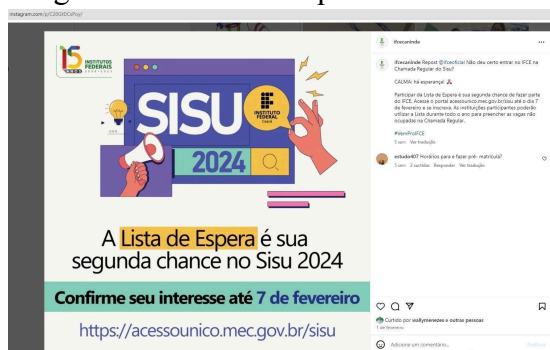
Fonte: *Instagram do IFCE campus Fortaleza*

Imagem 9 – Resultado chamada regular SISU



Fonte: *Instagram do IFCE campus Caucaia*

Imagem 10 – Lista de espera SISU B



Fonte: *Instagram do IFCE campus Canindé*

Imagem 11 – Lista de espera SISU C



Fonte: *Instagram da Reitoria do IFCE*

Quanto àquele contexto, basta trazer à memória a criação e objetivo do SISU na realidade brasileira, assim como o cenário ideológico de implementação. A memória discursiva e a ideologia implícitas em algum acontecimento ou objeto de análise, caracterizam o interdiscurso, conforme Orlandi (2000). Nesse sentido, a existência do SISU é perpassada por uma conjuntura societária e por sentidos que representam a garantia e acesso do direito à educação superior de qualidade, assegurada pelo estado e, direcionada a todos os jovens (EDUCA MAIS BRASIL, 2024).

Nessa perspectiva, assinala o conteúdo interdiscursivo ao trazer dizeres (ou compreensões) que afetam o significado dos sujeitos em determinado momento. Relaciona, assim, o já-dito com o que está dizendo e promove a materialidade linguística que, por sua vez, corresponde ao movimento de compreensão do objeto de análise e os sentidos que produz

---

(ORLANDI, 2000).

Para tanto, faz-se necessário lembrar que o SISU é um sistema eletrônico gerido pelo Ministério da Educação (MEC), implementado em 2010 para a oferta de vagas em instituições públicas de ensino superior. O acesso acontece pela seleção de estudantes que realizaram a prova do Exame Nacional do Ensino Médio (ENEM) e, adquiriram a nota média para concorrer às vagas (BRASIL, 2024).

Ainda, vale ressaltar que àquelas vagas são distribuídas através da Lei de Cotas (12.711/2012), de políticas e ações afirmativas que recebem apoio direto do governo federal e, um dos critérios primordiais, é a reserva mínima de 50% das vagas para estudantes que cursaram, de forma integral, o ensino médio em escola pública (UOL, 2023).

Portanto, jovens de baixa renda podem ingressar no ensino público superior, pois a criação do SISU tem como objetivo democratizar àquele acesso em instituições públicas, como no caso do IFCE e seus respectivos *campi*. Contudo, simplifica o acesso às universidades federais, estaduais e instituições de ensino tecnológico federal a todos os estudantes, principalmente os de baixa renda, como já mencionado (BRASIL, 2024).

Esses aspectos, podem ser interpretados a partir de um discurso com base filosófica e valores direcionados à coletividade, equidade, igualdade e segurança social, por exemplo, sendo o estado de direito, responsável por assegurar tais valores. Diante disso, nota-se a presença ideológica do interdiscurso com a representação simbólica do SISU, junto aos sujeitos formados pelos jovens de baixa renda e, a evidência subjetiva de garantia e materialização do direito à educação (ORLANDI, 2000; ESTADO DE MINAS, 2019).

Chega-se ao respectivo pensamento quando verifica-se o contexto socio-histórico de criação do SISU, o qual remonta a um período em que o representante chefe do governo federal, era um presidente defensor dos valores supracitados, atuante em uma frente política esquerdista, de nome, Luís Inácio Lula da Silva (SILVA, 2024).

---

Nesse sentido, o discurso ideológico que baseava a tomada de decisões em 2010, na esfera federal/governamental, estava pautado em aspectos igualitários de acesso aos bens e direitos sociais, com direcionamento principal à classe trabalhadora ou sujeitos de baixa renda. Pois formam o público-alvo das ações e políticas de atuação da frente de esquerda, uma vez que é perpassado pelas expressões da desigualdade social, inerentes ao capitalismo.

Em relação aos *posts*, nota-se convergência quanto ao *layout* e cores das imagens utilizadas na comunicação dos *campi*, junto à centralidade na chamada regular ou lista de espera de estudantes inscritos no SISU para ingresso ao IFCE. Todavia, há uma exceção do *campus* de Iguatu quanto à composição gráfica, embora o conteúdo informativo seja o mesmo. Àquela exceção refere-se ao uso de letras, desenhos e cores distintas dos demais institutos, inferindo ausência de contato e integração com outros setores de comunicação (e *campi*) do IFCE, quanto a um padrão gráfico institucional.

Considera-se que àquela divergência, pode está baseada na inexistência de um núcleo gerenciador das ações comunicacionais para todos os *campi* do IFCE, como já mencionado. Portanto, na análise desta postagem, percebe-se que aconteceu uma fragilidade no trabalho dialógico entre o *campus* de Iguatu e as demais *campi* do instituto.

Ademais, é possível observar no discorrer da análise deste bloco, que há confluência junto à Política de Comunicação, através da qual, busca-se formular e promover as informações institucionais ao conhecimento público, assim como seus serviços. Obedecendo assim, aos objetivos da política de comunicação e assegurando o com diálogo com o público interno e externo. Contudo, se alinha à base conceitual da Educação Profissional e Tecnológica, a qual se compromete com um projeto de transformação social e de formação de cidadãos críticos e éticos no seu contexto social, político e cultural.

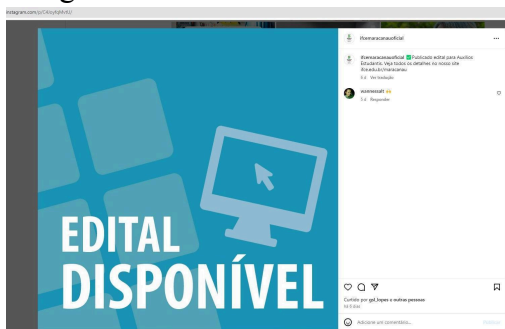
Outro bloco de postagem analisado pelo interdiscurso, refere-se aos *campi* de Maracanaú, Fortaleza, Caucaia e Aracati, com o tema auxílio estudantil, somando quatro *posts*. Ao observar a memória e atualidade, identifica-se que as bases daquele tema remontam ao Programa Nacional

de Assistência Estudantil, criado em 2008 e, regulamentado pelo Decreto Presidencial Nº 7234/2010 (BRASIL, 2010).

Segundo Orlandi (2000), a memória e a atualidade são eixos de materialidade do interdiscurso, sendo o primeiro a constituição dos significados, a partir de algo já-dito em outro lugar (história) e, o segundo, a formulação interpretativa da enunciação.

Já nas palavras de Pêcheux (1988), a memória e atualidade especificam as condições, nas quais, um acontecimento histórico é suscetível de inscrever-se na continuidade interna, no espaço potencial de coerência, próprio àquela memória. Sendo assim, apontam um diálogo externo entre algo presente e algo já ocorrido, demonstrando a possibilidade de deslocamento do texto. Portanto, mediante essa compreensão, analisa-se o auxílio estudantil e suas formações discursivas pela ótica do interdiscurso. Contudo, seguem as respectivas postagens.

Imagem 12 – Edital Auxílio Estudantil A



Fonte: *Instagram* do IFCE campus Maracanaú

Imagem 13– Inscrições Auxílio Estudantil



Fonte: *Instagram* do IFCE campus Fortaleza

Imagem 14 – Edital Auxílio Estudantil B

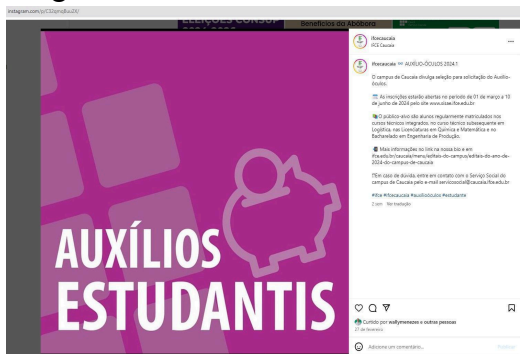
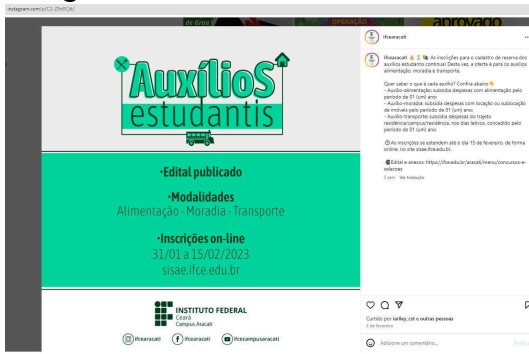


Imagem 15 – Edital Auxílio Estudantil C



Executado pelo Ministério da Educação, o Programa Nacional de Assistência Estudantil, tem o objetivo de ampliar as condições de permanência e aproveitamento de jovens na educação superior pública federal (BRASIL, 2010). Logo mais à frente, no ano de 2015, traz-se à memória o Regulamento da Política de Assistência Estudantil do IFCE que, por sua vez, realiza uma formação discursiva com o programa mencionado (INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO CEARÁ, 2015).

Ambas as iniciativas viabilizam a igualdade de oportunidades, melhoria do desempenho acadêmico e a prevenção de situações de retenção e evasão decorrentes de vulnerabilidade social. Para tanto, foram desenvolvidos auxílios para as áreas de moradia estudantil, alimentação, transporte, saúde, inclusão digital, esporte, cultura, apoio pedagógico, acesso e aprendizagem de estudantes com deficiência e demais auxílios em forma de pecúnia (BRASIL, 2010).

Diante disso, nota-se que não se trata de mero incentivo aos estudantes que ingressaram no IF, mas de ações afirmativas que garantam aos jovens, principalmente àqueles de baixa renda, condições dignas de permanência na educação pública federal, assim como o SISU objetiva democratizar o acesso.

Nessas condições, o Programa Nacional de Assistência Estudantil e o respectivo auxílio estudantil, pretendem reduzir as desigualdades sociais e regionais, contribuir para a inclusão social pela educação, incentivar ações sustentáveis e de responsabilidade social, além de ampliar as condições de formação e exercício de cidadania, visando à acessibilidade, diversidade, pluralismo de ideias e inclusão social. Além disso, contribui para a inserção de estudantes no mundo do trabalho, enquanto seres sociais, políticos e técnicos (BRASIL, 2010; INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO CEARÁ, 2015).

Com as características supracitadas, observa-se que o referido programa e o auxílio estudantil, promovem uma formação discursiva com a Política de Comunicação do IFCE, ao destacarem aspectos intrínsecos à cidadania, pluralismo de ideias e a integração para assegurar o



---

atendimento às necessidades dos sujeitos, assim como o objetivo daquela política. Ainda, observa-se consonância a respeito da divulgação dos serviços institucionais à comunidade interna, direcionada ao público interessado.

Doravante, tais objetivos são norteados pelos princípios de respeito à liberdade e à dignidade humana, educação e assistência estudantil como direito social e universal, participação ampliada e equidade na prestação dos serviços educacionais. No interior do discurso apresentado até aqui, identifica-se também, outro texto alinhado às bases teóricas de construção, não só da educação, mas da comunicação pública e Educação Profissional e Tecnológica.

Esse texto ou discurso se mostra ao trazer no interior do diálogo, a perspectiva democrática e cidadã nas formulações construídas, aliadas ao acesso equânime dos sujeitos à educação, o que contribui para a formação das relações humanas e justiça social. Tornando assim, a população ativa e participativa no processo de construção de políticas públicas.

A respeito disso, Orlandi (2000) reflete que a interdiscursividade é um enunciado vivo, imerso em momento histórico e meio social determinados, que não impede o toque em outros enunciados, participantes do contexto social. Nessa condição, é preciso entender a relação de um enunciado com outros discursos do mesmo campo, autorizando sua formação discursiva.

Outro destaque, é o período de implementação do Programa de Assistência Estudantil, associado a um contexto ideológico direcionado à coletividade, à garantia de direitos da classe trabalhadora e dos sujeitos da massa populacional, advindos de famílias de baixa renda (BRASIL, 2010). O que coaduna com a frente política do Brasil à época de sua criação, ou seja, uma frente política esquerdista ou para alguns, progressista, conforme já mencionado na análise do primeiro bloco de postagens.

Observa-se outra vez, disparidade quanto ao *layout* e cores das imagens utilizadas, demonstrando ausência de padrão gráfico nas divulgações dos *campi* deste último bloco de análise interdiscursiva. Embora haja interlocução quanto ao tema central, os *campi* de Fortaleza e Aracati apresentaram um *post* com informações mais claras e completas, ao passo que os de

Maracanaú e Caucaia foram mais estritos na mensagem, sendo necessária a leitura imediata da legenda que, por sua vez, direciona ao *site* do instituto.

Demonstrando assim, baixo nível de integração e contato interinstitucional entre os setores de comunicação das respectivas unidade, de forma que se o leitor acessar as diversas páginas dos referidos *campi* logo sentirá a diferença no formato da informação e no conteúdo, passando assim uma impressão de falta de padronização entre os *campi* no quesito divulgação de informação por meio do instagram oficial. Uma notícia da mesma natureza ela é dada de formas variadas, embora dentro da mesma instituição: o IFCE.

#### 4.2 Dispositivo pressuposição: editais e cursos

O primeiro bloco de análise do dispositivo de pressuposição, foi construído por postagens sobre edital e processo seletivo, as quais somam um total de cinco e são oriundas dos *campi* de Aracati, Iguatu e Reitoria. Nesse bloco, as postagens não foram analisadas em conjunto, mas individualmente, pois cada uma transmite a informação de um edital ou processo seletivo distintos. Logo abaixo, estão as respectivas postagens.

Imagem 16 – Seleção de bolsista



Fonte: Instagram do IFCE campus Aracati

Imagem 17 – Processo seletivo simplificado



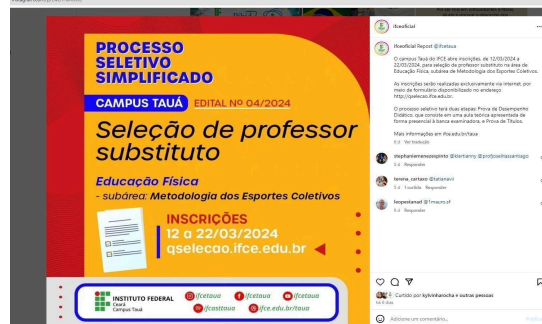
Fonte: Instagram do IFCE campus Iguatu

Imagem 18 – Edital discente PMM 2024



Fonte: *Instagram do IFCE campus Iguatu*

Imagem 19 – Processo seletivo simplificado



Fonte: *Instagram da Reitoria do IFCE*

Imagem 20 – Professor substituto



Fonte: *Instagram da Reitoria do IFCE*

Na primeira postagem analisada do *campus* de Iguatu, tem-se o anúncio de um processo seletivo simplificado para um curso de língua espanhola de nível intermediário II. A partir do título, já é pressuposto que para concorrer à vaga, é necessário ter concluído o nível intermediário I de língua espanhola, sendo assim, o enunciado transmite uma regra que está subentendida na leitura, promovendo um ato ilocucionário.

Com base em Ducrot (1972), pressupor é um conjunto de sinais implícitos e imersos no enunciado, ou seja, é algo que se pode compreender indiretamente através do que é dito pelo sujeito. Nessas condições, o diálogo é situado na hipótese que o ouvinte já sabe o que está implícito.

Por sua vez, o ato ilocucionário é pressupor determinadas possibilidades de fala do

---

interlocutor. De outro modo, representa aquilo que passa despercebido pelo destinatário por estar na condição implícita e pode remeter a uma pluralidade de sentido. Contudo, é o que está no ato executado da fala, para além do significado explícito (DUCROT, 1972).

Essa compreensão é percebida quanto ao nível da seleção, o qual não seguirá um modelo rígido ou complexo, como o próprio título anuncia, mas através de exigências mínimas. Em relação à oferta de vagas, a postagem informa que haverá um quantitativo para a comunidade interna e para a comunidade externa. Subentende-se, portanto, que o público interno refere-se aos estudantes, servidores e terceirizados do campus de Iguatu do IFCE e, o público externo representa a comunidade, ou seja, aqueles que não fazem parte do corpo discente da instituição.

A segunda postagem analisada, também do *campus* de Iguatu, se trata de um edital cujo título é “Mulheres mil: educação, cidadania e desenvolvimento sustentável”, é pressuposta uma demanda direcionada a mulheres, não havendo abertura para a participação de pessoas que se identificam como homens, por exemplo. Na postagem também informa que é um edital discente, o que significa dizer que o público-alvo é formado por estudantes.

Há também no anúncio da postagem, a chamada de ação para acessar o *site* do IFCE para mais informações, o que deixa implícito que no respectivo acesso, estarão disponíveis todas as informações e requisitos para se candidatar ao edital mencionado. Aqui, verifica-se um conteúdo que está à margem da discussão ou mesmo antecede o texto, o que também corresponde a uma pressuposição (DUCROT, 1972). Com isso, constrói-se uma aparência através da postagem, com validação do discurso através do *site* oficial do instituto.

Já a terceira postagem analisada foi da Reitoria do IFCE, a qual divulga um processo seletivo simplificado para professor substituto na área de Educação Física, subárea de Metodologias de Esportes Coletivos. Nota-se no campo implícito que o processo não envolve um alto nível de complexidade para pleitear a vaga, além de estar na significação do enunciado que não se trata de concurso público, o qual efetivaria o candidato que alcançasse os requisitos e

---

pontuações necessárias. Portanto, subentende-se que haverá tempo determinado para a ocupação da vaga.

Além disso, menciona-se que a seleção é para professor substituto, sendo assim, no primeiro momento, pressupõe-se uma seleção para todas as áreas. Todavia, logo abaixo do título e em letras menores, se esclarece que é somente para a área de educação física, estando implícito que o profissional de outra área não poderá concorrer à vaga.

A legenda desse *post* informa sobre o processo seletivo ser composto por duas etapas, a prova didática e a prova de títulos, o que corresponde a outro pressuposto. Portanto, o significado à margem diz que não haverá prova dissertativa ou com questões de múltiplas escolhas ou qualquer outro instrumento avaliativo, a não ser o já informado.

A quarta postagem, também da Reitoria do IFCE, diz respeito a outro processo seletivo simplificado para professor substituto, e traz no anúncio da mensagem o título “Professor Substituto” com imagem das bandeiras dos Estados Unidos e Reino Unido ao fundo. Dessa maneira, pressupõe-se que a vaga referida é para a área de língua estrangeira e, nesse caso, a língua inglesa, afinal, os países mencionados têm o inglês como língua principal. Isso se confirma logo abaixo do título e na legenda, ao passo que nesta, há mais detalhes a respeito da seleção.

Na quinta e última postagem desse bloco, referente ao *campus* de Aracati, há o anúncio de seleção para bolsista do Programa de Residência Profissional Agrícola. Nesse *post*, identifica-se o dispositivo de pressuposição ao fazer a leitura do título, através do qual subentende-se que os bacharéis da área agro/agrícola podem concorrer. Porém, na legenda esclarece que a seleção é direcionada para egressos da Engenharia de Aquicultura.

Outra situação implícita, apresenta-se com o número de oferta de bolsas, o que significa dizer que não haverão bolsas disponibilizadas além do quantitativo informado na postagem, assim como o valor e o período da bolsa, previamente estabelecidos, não serão ultrapassados.

---

Nesse primeiro bloco analisado pela pressuposição, observa-se que os referidos *campi* seguem um padrão de cores vibrantes nas divulgações desse tipo de conteúdo, apresentando integração nesse aspecto. Ainda, utilizam imagens e tamanho de letras variadas como forma de chamar atenção aos enunciados, uma vez que os temas abordados têm relação estreita com o processo de ensino e aprendizagem da Educação Profissional e Tecnológica, abrangendo assim, um público heterogêneo.

Ademais, nota-se interlocução no assunto central das divulgações, por se tratarem de processos seletivos, mesmo com objetivos distintos, cuja prioridade é voltada à comunidade interna e externa do IFCE. Contudo, nesse bloco, cada unidade realizou divulgações conforme às demandas do seu contexto, porém apresentou integração e coerência nos aspectos mais genéricos.

A respeito disso, mostra-se alinhamento com a Política de Comunicação, considerando o seu compromisso em prestar informações de interesse coletivo, estabelecer diálogo com os públicos, usando a transparência e veracidade informativa. A mesma política também preza pela diversidade regional e pluralismo de ideias, o que se apresenta com a divulgação das atividades supracitadas, em diferentes *campi* do IFCE, com finalidades distintas, mas com intuito de atender as demandas locais.

O bloco seguinte, de postagens sobre cursos, também foi analisado pelo dispositivo de pressuposição. As publicações aconteceram a partir dos *campi* de Maracanaú, Fortaleza, Caucaia e Canindé, somando quatro *posts* distintos e, por isso, foram observados individualmente, assim como no bloco anterior. Seguem abaixo.

Imagem 21 – Programa Mulheres Mil A



Fonte: Instagram do IFCE campus Maracanaú

Imagem 22 – Curso de extensão



Fonte: Instagram do IFCE campus Fortaleza

Imagem 23 – Programa Mulheres Mil B



Fonte: Instagram do IFCE campus Caucaia

Imagem 24 – Curso gratuito



Fonte: Instagram do IFCE campus Canindé

Na postagem de Maracanaú, apresenta-se a divulgação do curso de formação de mulheres em eletricista instaladora predial, oferecido pelo Programa Mulheres Mil. Nessa condição, subentende-se que será direcionado somente ao público de mulheres, sem exceção, considerando que o respectivo programa, como o próprio nome anuncia, é voltado àquele grupo societário.

A princípio é suposto que o curso abrangerá todas as mulheres com interesse em participar, porém, logo abaixo do título, são informados os critérios para ingresso no curso, referentes à idade de 16 anos, com ensino fundamental completo e situação de vulnerabilidade e risco social. Ou seja, o não-dito revela que mulheres fora dessa faixa etária e da condição de baixa renda, automaticamente, não poderão participar. Por se tratar de um processo seletivo, pressupõe-se que será aplicado algum dispositivo seletivo, e logo em seguida a legenda confirma



---

que o respectivo processo, se dará por meio da análise de documentos e questionário de perfil socioeconômico.

De acordo com o pensamento de Koch (2000), ao interagir por meio da linguagem há sempre objetivos e fins a serem atingidos, assim como, o interesse em estabelecer relações, efeitos e comportamentos a serem desencadeados. Para alcançar esses fins, o sujeito faz uso de alguns dispositivos como o pressuposto. É o que pode ser verificado no exposto acima.

Logo mais, a postagem do *campus* de Fortaleza, apresenta a divulgação de um curso de extensão em música, que abaixo do título informa que a maioria das vagas são ofertadas à comunidade externa, ou seja, pessoas que não fazem parte do corpo institucional do instituto.

Por se tratar de curso relativo a instrumento musical (acordeão), pressupõe-se não haver exigência curricular de alto nível, o que se confirma na legenda ao comunicar a escolaridade mínima do nono ano do ensino fundamental e idade mínima de 14 anos. Porém a postagem não esclarece se o candidato necessita ter algum conhecimento do instrumento e nem se necessita possuir o instrumento para participar, logo, pressupõe-se que isso não será requisito.

O *campus* de Caucaia lançou uma postagem sobre o curso de agente de microcrédito, disponibilizado pelo Programa Mulheres Mil. O não-dito do enunciado informa que o curso é direcionado somente para mulheres em situação de vulnerabilidade. A legenda traz essa confirmação ao descrever que apenas mulheres a partir de 16 anos podem participar, uma vez que tenham concluído o ensino fundamental, e estejam dentro do perfil socioeconômico anunciado pelo critério do programa.

Nessa observação, traz-se a ideia de Ducrot (1972) sobre as pressuposições também serem utilizadas para estabelecer os limites do discurso, isto é, impor o enquadramento necessário para a situação comunicativa. Noutra perspectiva, para que uma conversa prossiga, os participantes do discurso precisam aceitar os pressupostos colocados pelo locutor, caso contrário, a comunicação é interrompida pela recusa ao diálogo oferecido.

De outro modo, um enunciado apresenta possibilidades de fala do interlocutor,

---

manifestando interpretações de acordo com o repertório dos destinatários. Todavia, haverá pressupostos inseridos na mensagem que, se recusados, leva à consequente rejeição do diálogo oferecido pelo falante no momento em que se fala (DUCROT, 1972).

No *post* de Canindé sobre curso gratuito de cuidador de idoso, o qual apresenta apenas essa informação na mensagem, pressupõe-se está voltado para a comunidade estudantil do IFCE, todavia, não traz esse esclarecimento na legenda. Outro pressuposto é a realização presencial do curso, considerando haver manejos e técnicas específicos para o referido cuidado, todavia, será realizado na modalidade semipresencial, conforme descrito na legenda da imagem.

Contudo, nota-se nesse bloco, a sistematização das postagens entre os *campi* com base na ampliação e fortalecimento da comunicação pública entre o IFCE e a sociedade, conforme interesse da Política de Comunicação institucional. A oferta de serviços, através de cursos de formação destinados à comunidade interna e externa, é uma estratégia importante empenhada pelas sedes do IF no Ceará, a qual promove o exercício da cidadania em diálogo com a Educação Profissional e Tecnológica.

É possível também observar que há integração e diálogo entre os *campi*, ainda que indiretamente, quanto ao assunto principal das divulgações referente a oferta de cursos formativos aos sujeitos, mesmo com finalidades diferentes. Corroborando com a ideia de propagar informações de interesse coletivo.

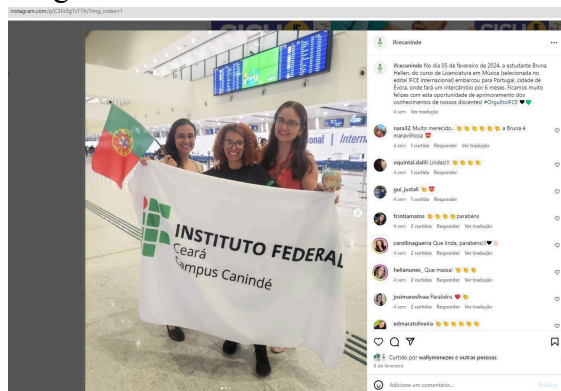
Ademais, a criação de *layouts* próprios a cada *campus*, também é visível nesse bloco. Os *posts* de Maracanaú e Caucaia apresentam confluência quanto ao uso da logo do Programa Mulheres Mil, pois o mesmo também é locutor da informação, todavia, ambas as postagens possuem modelos distintos. Já Fortaleza e Canindé, em todos os aspectos gráficos, utilizaram modelos bem diferentes entre si e, em relação aos demais *campi* do respectivo bloco.

#### **4.3 Dispositivo polifonia: intercâmbio e informativos**

Das imagens analisadas através da polifonia, forma-se um primeiro bloco com duas postagens, uma do *campus* Canindé e outra da Reitoria, relativas ao tema de intercâmbio. Por sua

vez, este, é destinado a estudantes do IFCE pelo Programa IFCE Internacional. Seguem abaixo, as respectivas imagens.

Imagem 25 – Intercâmbio A



Fonte: *Instagram do IFCE campus Canindé*

Imagem 26 – Intercâmbio B



Fonte: *Instagram da Reitoria do IFCE*

É importante destacar que segundo Koch (2000), polifonia corresponde a voz de diferentes locutores no mesmo enunciado, ou diferentes significados concordantes ou dissonantes naquele enunciado. De outro modo, é um fenômeno que permite através do mesmo texto ou objeto de informação, observar perspectivas e pontos de vista distintos, com os quais o locutor pode se identificar ou não. Na polifonia, o sujeito é inconcebível fora das conexões com outros, mantém diálogo e admite a pluralidade de vozes (KOCH, 2000).

Nas referidas postagens sobre intercâmbio, identifica-se a voz do IF enquanto equipamento educacional e tecnológico existente no país, assim como a voz do IFCE, representado pela Reitoria (IFCE) e os *campi* de Horizonte (Imagem 26), Morada Nova (Imagem 26) e Canindé (Imagem 25). Estes últimos, correspondem à sede dos estudantes selecionados para o intercâmbio que, por sua vez, também têm sua voz representada nas divulgações, tanto de forma individual, quanto coletiva. Corroborando assim, com o pensamento de Koch (2000).

Outras vozes presentes na mensagem são as da Universidade de Aveiro (Imagem 26) e de Évora (Imagem 25), ambas localizadas no país de Portugal, pois firmaram parceria com o IFCE, através do Programa de Bolsas IFCE Internacional e, ainda, da Assessoria de Relações

---

Internacionais (Arinter). De outra forma, o referido programa representa a voz dos discentes de nível técnico e/ou superior do IFCE, principalmente, aqueles com interesse em cursar semestre acadêmico em instituições de ensino estrangeiras e, pleiteiam a vaga através de edital lançado.

Nesse caso, as universidades estrangeiras estão implicadas na organização interna do enunciado, como parte integrante do discurso ou continuação da troca de falas. Existe, portanto, a conjunção de diferentes locutores na mesma mensagem e, por dedução, confirma-se as respectivas universidades como locutoras naquele enunciado, manifestando uma significação implícita (KOCH, 1997).

Sobre isso, provoca-se um ato ilocucionário que passa despercebido pelo receptor no primeiro momento, enquanto quem produz o ato locucionário é o IFCE. Contudo, a autora (1997) declara que na leitura de um único enunciado é possível haver uma explosão ilocucionária, na qual, a representação de vários locutores surge em uma pluralidade de vozes, gerando o que ele chama de argumentação por autoridade.

Os *posts* dialogam entre si ao mostrar a imagem dos estudantes aprovados no intercâmbio e, a bandeira de Portugal, uma vez que as universidades de destino têm sua sede lá. Nota-se, portanto, que há interlocução, integração e coerência nas publicações, embora somente a imagem do *campus* Canindé (Imagem 25) apresenta a logo do IFCE, em um espaço geográfico que remete a um aeroporto, ao passo que o *post* da Reitoria (Imagem 26), mostra a bandeira do Brasil e Portugal em uma sala com os estudantes sentados, comunicando a parceria entre os países.

Portanto, de maneira particular, a Reitoria e o *campus* Canindé transmitem o assunto principal da postagem, sem apresentar distinção alarmante entre as imagens, afinal, publicam as fotos dos estudantes com símbolos específicos que remetem ao intercâmbio ou internacionalização dos estudos.

Em relação à Política de Comunicação do IFCE, não se observa distorção, uma vez que o respectivo documento manifesta o dever de tornar acessível os serviços e atividades oferecidos pela instituição. Além disso, colabora com o desenvolvimento estratégico do IFCE e estabelece

diálogo permanente com os públicos interno e externo. Tornando assim, a comunicação digital uma ferramenta estratégica e eficaz.

Sobre a Educação Profissional e Tecnológica, a relação é confluyente ao lembrar que aquela se propõe a uma formação contextualizada e potencializadora da ação humana por caminhos mais dignos. Sendo assim, busca superar barreiras entre o ensino técnico e científico, articulando trabalho e cultura.

O segundo bloco de postagem analisado sob o prisma da polifonia, refere-se a informativos publicados pelos *campi* de Sobral, Fortaleza e da Reitoria, compondo um total de seis *posts* com assuntos distintos e, por essa razão, foram tratados de maneira individual. Logo abaixo, as publicações mencionadas.

Imagem 27 – Inscrições Nugeds



Fonte: *Instagram* do IFCE *campus* Sobral

Imagem 28 – Encontro de bolsistas



Fonte: *Instagram* do IFCE *campus* Fortaleza

Imagem 28 – Início das aulas



Fonte: *Instagram* do IFCE *campus* Fortaleza

Imagem 29 – Projeto Interação



Fonte: *Instagram* do IFCE *campus* Fortaleza

Imagem 30 – Anúncio de novos *campi* IFCE



Fonte: *Instagram* da Reitoria do IFCE

Imagem 31 – Cerimônia de posse



Fonte: *Instagram* da Reitoria do IFCE

O primeiro *post* do *campus* de Sobral, informa sobre inscrições para ingresso de novos membros ao Núcleo de Estudos de Gênero e Diversidade Sexual (Nugeds). Nesta publicação, observa-se que além da voz do grupo formador e coordenação do Nugeds, há a voz da comunidade que viabilizou a construção e discussão teórica sobre o tema nos espaços de educação e aprendizado, como a comunidade LGBTQIAPN+.

Ou seja, traz a voz de pessoas que ultrapassaram a lógica de cerceamento dos corpos, a qual impõe papéis sociais do que é ser homem e mulher na sociedade e, com isso, representa aqueles que lutam pela liberdade, respeito, igualdade de gênero e de direitos (BAHIA, 2018). Dessa maneira, o Nugeds possibilita a participação de estudantes, servidores do IFCE e público externo, afinal, em qualquer esfera podem haver sujeitos a serem representados nessa dimensão temática ou que apoiam o direito à liberdade.

Nesse contexto, existe também a voz de sujeitos e discursos progressistas, como àqueles relacionados aos movimentos feminista e de luta antirracista, por exemplo, os quais defendem a garantia e ampliação de direitos civis, reconhecimento das identidades e da inclusão social. Ou seja, defensores de um projeto democrático mais plural e comprometido com a transformação social (MAGENTA, 2022).

Na referida publicação, o Nugeds representa diversas vozes ao tempo que compreende o interlocutor (receptor), não apenas como ouvinte, pois requisita-o ao diálogo frente a planos



---

ideológicos para os quais o texto se direciona. Podendo complementar ou contrapor o conteúdo transmitido. E ainda que o Nugeds não assuma um papel determinante diante de uma discussão complexa, cultural e histórica, é o responsável pelo ato locucionário que expressa vozes importantes daquela mensagem (KOCH, 2000).

Ademais, como já referido nesse estudo, o locutor decide os espaços de ocupação do discurso que emite, tanto o seu, quanto o de outras vozes. E nesse caso, o enunciado evoca os membros internos do IFCE e a comunidade externa, promovendo abrangência de público, além de já estarem inseridos no conteúdo, os sujeitos que na sua existência e subjetividade, representam a diversidade sexual e/ou defendem a igualdade de direitos.

O segundo *post* analisado é do *campus* de Fortaleza e pública a realização do Encontro de Bolsistas do Auxílio Formação 2024. Nessa postagem tem-se a voz dos estudantes do IFCE, especialmente os que são bolsistas do auxílio formação, junto à voz da diretoria de extensão, cuja é responsável por organizar eventos que contribuam no processo de formação dos estudantes. No caso do referido encontro, o objetivo é tratar sobre direitos e deveres dos bolsistas e sistemas facilitadores das atividades estudantis.

Ainda, nessas condições, observa-se a voz do Programa de Assistência Estudantil do governo federal e Ministério da Educação, quando se menciona na legenda, a ampliação das condições de permanência do aluno na instituição, e a contribuição para reduzir a evasão e melhorar o desenvolvimento acadêmico, através do encontro de bolsistas.

Portanto, o discurso prévio relativo ao evento para bolsistas do auxílio formação, revela a combinação com o objetivo do Programa de Assistência Estudantil, promovendo o processo discursivo e o fenômeno polifônico. De outro modo, o “Eu” do evento se constrói a partir do “Eu” do programa, enquanto o primeiro é o locutor e o segundo o enunciador (KOCH, 2000).

Na terceira publicação, também do IFCE Fortaleza, tem-se a mensagem de início das aulas no primeiro semestre do ano letivo para estudantes de cursos superiores. Nesse conteúdo, tem-se um enunciado emitido pelo quadro profissional do instituto, ou seja, da gestão do *campus*,



---

dos professores de cursos superiores, dos profissionais responsáveis pelo acolhimento, atividades pedagógicas e acadêmicas do respectivo *campus*. Essa compreensão se confirma através da frase: “Estamos felizes pela sua chegada”, a qual também representa os estudantes veteranos das graduações e pós-graduações, considerando que o *post* é destinado aos estudantes que iniciarão o primeiro semestre.

Nesse caso, o *campus* enquanto instituição inicia a mensagem discursiva, ou seja, promove o ato locucionário, porém, os profissionais que o compõem têm responsabilidade pela execução do enunciado. Isto é, são as vozes que darão significado e materialidade ao texto, aderindo a perspectiva do locutor, no caso, o IFCE Fortaleza. Com isso, ocorre o fenômeno polifônico, pois é possível identificar a mensagem explícita emitida pelo locutor e o aspecto implícito, constituído pelos enunciadores (KOCH, 1997).

Na quarta postagem analisada, ainda do *campus* IFCE Fortaleza, há um enunciado (informativo) sobre o Projeto Interação que consiste em visitas guiadas àquele equipamento, direcionadas aos estudantes do nono ano do Ensino Fundamental e do terceiro ano do Ensino Médio de escolas públicas e privadas.

Na respectiva mensagem encontra-se a voz do IFCE Fortaleza, da coordenação e profissionais do setor responsável pelo agendamento das visitas e acolhimento dos estudantes, isto é, do setor da Comunicação Social, conforme descrito na legenda. E, também, a voz das escolas com interesse em realizar a visita com seus alunos. Representando, portanto, a multiplicidade de vozes, segundo Koch (1997).

Nesse caso, as vozes do discurso registram os lugares sociais a que pertencem, assim como o tempo e o lugar que o locutor e receptor pretendem ocupar (MAINGUENEAU, 2005). O locutor, no caso o IFCE Fortaleza, na condição de instituto de educação tecnológica e ensino superior, emite o acesso para estudantes de outras instituições e, com isso, pode despertar seu interesse em fazer parte do corpo discente. E o receptor, as escolas e estudantes do ensino

---

fundamental e médio, têm a oportunidade de adentrar em um espaço formativo com educação de qualidade, ao qual podem ingressar e ter a oportunidade de alcançar outros níveis de saber.

Já o quinto *post* realizado pela Reitoria, trata do anúncio de 100 novos *campi* dos IFs no território nacional, feito direto de Brasília e retransmitido pela TV IFCE no *youtube*. Encontra-se nessa postagem o discurso, não apenas do IFCE e seu reitor, mas dos IFs existentes nos estados brasileiros, além da voz da equipe que empenhou esforços na governança federal, para que outros institutos fossem inaugurados.

Nessa condição, traz a voz dos atuais Presidente da República e Ministro da Educação, conforme descrito na legenda, junto ao discurso implícito dos demais representantes institucionais, tanto do governo federal, quanto dos IFs, presentes na cerimônia de divulgação dos novos equipamentos.

Ademais, também há a locução da equipe governamental que, respectivamente, criou e sancionou o Decreto Nº 11892/2008, de criação da Rede Federal de Educação Profissional e Tecnológica. E anterior a esse marco, destaca-se ainda, a voz dos precursores dos respectivos institutos, ou seja, das escolas de aprendizes e artífices, das escolas técnicas e de ensino tecnológico, segundo já relatado neste estudo.

Nessa análise, identifica-se uma intertextualidade, ou seja, a presença de outros textos que se alinham à inauguração dos novos institutos federais. Como supracitado, nota-se o texto do percurso histórico da educação profissional, o qual sucedeu na criação dos IFs, o texto dos Decretos Nº 7.566/1909 e Nº 11892/2008, do desenvolvimento técnico-industrial conduzido por Afonso Pena e Nilo Peçanha e do seu contemporâneo na cadeira presidencial, Luiz Inácio Lula da Silva.

Sendo assim, encontram-se fenômenos discursivos que aderem ao enunciado principal ou ato locucionário. Aqueles fenômenos representam, portanto, as vozes de diferentes sujeitos, contexto e época da educação profissionalizante e tecnológica do país. Inclusive, a voz dos

---

estudantes que fizeram parte das escolas profissionalizantes e, agora, dos que fazem parte dos IFs ou pretendem ingressar.

Portanto, é possível observar a combinação de vozes e a existência de vários locutores e enunciadores implícitos no mesmo discurso, com apenas um locutor transmitindo a informação principal, nesse caso o governo federal brasileiro sobre a inauguração de novos *campus* dos IFs. Contudo, acontece nessa dinâmica, a polifonia, de acordo com Koch (2000).

E no sexto *post* deste bloco, também da Reitoria, traz-se o informativo sobre a cerimônia de posse dos novos servidores do IFCE. Nessa postagem, verifica-se com clareza a voz daqueles que realizaram o processo seletivo para tornarem-se servidores do instituto e, com isso, alcançaram a vaga pleiteada com a devida aprovação.

Ainda representa a voz, não só da Reitoria, mas dos *campi* onde os servidores serão lotados, os quais somam o total de 22 unidades, conforme relata na legenda. E, ainda, representa a voz do quadro de servidores docentes e técnicos administrativos da instituição, além de trazer a voz do setor de comunicação, devido à transmissão pela TV IFCE na mídia social *youtube*.

Portanto, nesse processo discursivo é possível notar diferentes locutores no mesmo enunciado, enquanto referências do evento ocorrido. De outro modo, diversas vozes se apresentam por meio de uma única mensagem. Esta por sua vez, é direcionada ao destinatário ou receptor mediante a enunciação divulgada (mensagem explícita), ou seja, a cerimônia de posse (DUCROT, 1972).

No referido bloco de postagens, cada *campus* usa um *layout* próprio com cores distintas e vibrantes, à exceção do sexto *post* que tem uma cor mais apática. Outros detalhes como a fonte e a disposição dos textos, também não seguem o mesmo padrão, deixando evidente a criação independente das publicações. Em relação aos assuntos das postagens, observa-se que cada uma tem um propósito e ideia distintos, conforme o contexto de cada unidade. Com isso, afirma-se o modelo comunicacional independente, ou seja, cada *campus* segue uma dinâmica própria, o que pressupõe nenhum ou pouco diálogo interinstitucional.

---

Sobre a Política de Comunicação, é clara a convergência quanto ao fortalecimento da comunicação pública entre o IFCE e a sociedade. A divulgação dos serviços e atividades, também se faz enquanto estratégia importante empenhada pelas sedes do IF no Ceará, a qual promove o exercício da cidadania em diálogo com a Educação Profissional e Tecnológica. Esta, por sua vez, entende a comunicação da produção do saber e da ciência com alicerce para a evolução dos sujeitos, a nível social e tecnológico.

---

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante do exposto, fica evidente que o papel do *Instagram* supera o compartilhamento de fotos e vídeos, destacando-se quanto ao desempenho relevante do processo de ensino e aprendizagem, assim como na comunicação institucional. Através daquela rede social, é possível realizar interação, engajamento e troca de conhecimentos entre os usuários, criando um ambiente fértil ao desenvolvimento educacional e científico.

Além disso, o *Instagram* apresenta potencial para aproximar as instituições de ensino da sociedade, oferecendo uma ferramenta de comunicação eficaz e acessível. Afinal, nas últimas décadas, as redes sociais digitais tornaram-se uma necessidade que extrapola o uso pessoal e de entretenimento. Assim, pode-se concluir que o *Instagram* se tornou mecanismo indispensável no contexto atual, influenciando de maneira positiva, diversos aspectos da vida humana.

Frente a esses aspectos, ressalta-se a importância do manuseio ético e profissional das redes sociais, em especial do *Instagram*, pelo Instituto Federal do Ceará. O uso da plataforma dentro da instituição ou em qualquer outra organização, requer orientações claras e direcionamentos para garantir um diálogo eficaz com a população, além da sincronização das mensagens transmitidas entre os *campi*.

Contudo, o uso das TDICs, como o *Instagram*, é fundamental para ampliar o alcance das informações e fortalecer o canal comunicativo entre o IFCE e a comunidade. As orientações apresentadas nas respectivas seções, pretendem ser um recurso ao aperfeiçoamento do uso da rede social, assegurando uma divulgação clara e democrática das atividades institucionais. Com isso, a ética, a pedagogia e a metodologia devem ser consideradas no planejamento e gerenciamento do *Instagram* e demais redes sociais, com vistas à transmissão positiva de conteúdos e a promoção de novos saberes.

---

## REFERÊNCIAS

ALVES, A. L.; MOTA, M. F.; TAVARES, T. P. O *Instagram* no processo de engajamento das práticas educacionais: a dinâmica para a socialização do ensino-aprendizagem. **Revista Rios Eletrônica**, São Francisco, n. 19, 2018. p. 25-43. <https://www.publicacoes.unirios.edu.br/index.php/revistarios/article/view/295/295>. Acesso em: 29 fev. 2024.

AVELAR, Rubens. Jornal da USP. **Quantidade e velocidade de fake news em redes sociais dificultam remoção de conteúdos**. Ano de publicação, 2022. Disponível em: <<https://jornal.usp.br/?p=493376>>. Acesso em 05 mar. 2024.

BATISTELLO, Kariane. Tecnologias digitais de informação e comunicação (TDICS): influências positivas e negativas no contexto escolar. In: CONGRESSO INTERNACIONAL DE EDUCAÇÃO E TECNOLOGIAS | ENCONTRO DE PESQUISADORES EM EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA, 2020, São Carlos. **Anais [...]**. São Carlos: CIET: EnPED, 2020. *Online*. Disponível em: <<https://cietenped.ufscar.br/submissao/index.php/2020/article/view/1866>>. Acesso em: 05 mar. 2024.

COUTO, E. S. *et al.*. Da cultura de massa às interfaces na era digital. **Revista Entreideias: educação, cultura e sociedade**, [S. l.], v. 13, n. 14, 2009. Disponível em: <https://periodicos.ufba.br/index.php/entreideias/article/view/3216>. Acesso em: 05 mar. 2024.

DUARTE, Jorge (Org). **Comunicação pública**: Estado, mercado, sociedade e interesse público. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009. \_\_\_\_\_. **Comunicação pública**. In: LOPES, Boanerges (Org). **Gestão da comunicação empresarial: teoria e técnica**, São Paulo: Mauad, 2007[W1].

EDUCADOR DO FUTURO. **Pontos negativos da tecnologia na educação**: 6 principais malefícios para ficar atento. Abr. 2020. Disponível em: <<https://educadordofuturo.com.br/tecnologia-na-educacao/pontos-negativos-tecnologia-educacao/>>. Acesso em: 11 mar. 2024.

HENRIQUES, M. S.; PIMENTA, L.N. Comunicação pública no nível da rua: interfaces entre o poder público e os cidadãos In: MEDEIROS, Magno; MAINIERI, Tiago (Org.). **Comunicação pública e cidadania**: experiências e práticas inovadoras [Ebook]. Goiânia: Cegraf UFG, 2022. Parte 1, p. 66-87. Disponível em: <[https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/688/o/comunicacao\\_publica\\_e\\_cidadania\\_v\\_2.pdf](https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/688/o/comunicacao_publica_e_cidadania_v_2.pdf)>. Acesso em: 05 mar. 2024.

INSTAGRAM: o que é, história e como funciona a rede social. Disponível em: <<https://tecnoblog.net/responde/instagram-o-que-e-historia-e-como-funciona-a-rede-social/>>. Acesso em: 05 mar. 2024.

---

INSTITUTO LONGEVIDADE. **Redes sociais**: conheça os pontos positivos e negativos desses canais de comunicação. Ano de publicação, 2023. Disponível em: <<https://institutodelongevidade.org/longevidade-e-comportamento/tecnologia/uso-redes-sociais>>. Acesso em: 11 mar. 2024.

LIMA, L.; SILVA, D. G.; LOUREIRO, R. C. Redes sociais e docência: um estudo sobre a integração da rede social *Instagram* no contexto escolar. **Humanidades e Tecnologias** (Finom), Minas Gerais, v. 26, n. 2, p. 128-148, jul. 2020. Disponível em: <[http://revistas.icesp.br/index.php/FINOM\\_Humanidade\\_Tecnologia/article/view/1324](http://revistas.icesp.br/index.php/FINOM_Humanidade_Tecnologia/article/view/1324)>. Acesso em: 05 mar. 2024.

MARTIN-BARBERO, Jesús. Desafios culturais da comunicação à educação. In: CITELLI, Adilson Odair; COSTA, Maria Cristina Castilho. **Educomunicação**: construindo uma nova área de conhecimento. São Paulo: Paulinas, 2011.

MEDEIROS, Armando; CHIRNEV, Lilian (Org.). **Guia de comunicação pública**. Brasília: Associação Brasileira de Comunicação Pública, 2021. Disponível em: <<https://abcpublica.org.br/biblioteca/guia-da-comunicacao-publica/>>. Acesso em: 05 mar. 2024.

NASCIMENTO JÚNIOR, Nelson; PIMENTEL, Edson P.; DOTTA, Sílvia. Humanização do ensino mediado por computador para possibilitar uma aprendizagem mais colaborativa e intuitiva. In: SIMPÓSIO BRASILEIRO DE INFORMÁTICA NA EDUCAÇÃO, 22., 2011, Aracaju. **Anais...** Aracaju, 2011. Disponível em: [http://www.br-ie.org/sbie-wie2011/workshops/wapsedi/wapsedi09-95098\\_1.pdf](http://www.br-ie.org/sbie-wie2011/workshops/wapsedi/wapsedi09-95098_1.pdf). Acesso em: 11 mar. 2024.

NEVES, Lídia; REBOUÇAS, Edgard. Construindo pautas na comunicação pública *online*: um relato da experiência do Portal EBC. In: MEDEIROS, Magno; MAINIERI, Tiago (Org.). **Comunicação pública e cidadania: experiências e práticas inovadoras [Ebook]**. Goiânia: Cegraf UFG, 2022. Parte 1, p. 66-87. Disponível em: <[https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/688/o/comunicacao\\_publica\\_e\\_cidadania\\_v\\_2.pdf](https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/688/o/comunicacao_publica_e_cidadania_v_2.pdf)>. Acesso em: 06 mar. 2024.

OLIVEIRA, G. P.; COSTA PEREIRA, A. C. A aliança entre Tecnologias do passado e Tecnologias Digitais da Informação e Comunicação via Investigação Científica. *Revista de Educação Matemática*, [S. l.], v. 18, p. e021031, 2021. Disponível em: <https://www.revistasbemsp.com.br/index.php/REMat-SP/article/view/147>. Acesso em: 07 fev. 2024.

PORTAL INSIGHTS. Quem é o dono do *Instagram* hoje em dia?. [2024]. Disponível em: <https://www.portalinsights.com.br/perguntas-frequentes/quem-e-o-dono-do-instagram-hoje-em-dia>. Acesso em: 05 mar. 2024.

SILVA, Maurílio Luiz Hoffman da. Comunicação pública nas mídias e redes sociais digitais:

---

uma análise do Judiciário Brasileiro no *Twitter*. In: MEDEIROS, Magno; MAINIERI, Tiago (Org.). **Comunicação pública e cidadania: experiências e práticas inovadoras [Ebook]**. Goiânia: Cegraf UFG, 2022. Parte 3, p. 296-313. Disponível em: <[https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/688/o/comunicacao\\_publica\\_e\\_cidadania\\_v\\_2.pdf](https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/688/o/comunicacao_publica_e_cidadania_v_2.pdf)>. Acesso em: 29 fev. 2024.

SOUZA, Daniele Campêlo de *et al.*. Percepções de docentes quanto a usabilidade das Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação na sala de aula. **Research, Society and Development**, v. 11, n. 9, 2022. Disponível em: <<https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/download/31683/27003/359083>>. Acesso em: 05 mar. 2023.

VERMELHO, S. C. *et al.* V. Sobre o conceito de redes sociais e seus pesquisadores. **Educação e Pesquisa**, [S. l.], v. 41, n. 4, p. 863-881, 2015. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/ep/article/view/108878>. Acesso em: 05 mar. 2024.

WE ARE SOCIAL E MELTWATER. 2023. Disponível em: <<https://resultadosdigitais.com.br/marketing/redes-sociais-mais-usadas-no-brasil/#:~:text=Instagram,-O%20Instagram%20foi&text=De%20acordo%20com%20o%20report,113%2C5%20milh%C3%B5es%20de%20usu%C3%A1rios>>. Acesso em: 20 fev. 2023.



---

## AUTOR



Possui graduação em Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo pela Universidade Federal do Ceará (2008), graduação em História/Licenciatura Plena pela Universidade Estadual do Ceará (2009), especialista em Gestão Universitária pela Universidade Federal do Ceará (2012) e está cursando o Mestrado em Educação Profissional e Tecnológica pelo Instituto Federal do Ceará. Atualmente é Jornalista do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará, lotado na Coordenadoria de Comunicação Social do campus de Fortaleza. Possui experiência na área de Comunicação, com interesse nos temas Jornalismo Político e Comunicação Pública.

## AUTOR



Possui Nivelamento Universitário (Studienkolleg) na Technische Hochschule Köln - Alemanha, Graduação em Tecnologia Mecatrônica e Especialista em Docência para Educação Profissional e Tecnológica (EPT) pelo Instituto Federal do Ceará (IFCE). Também é Especialista em Automação Industrial e Licenciado em Física pela Universidade Estadual do Ceará (UECE), Mestre e Doutor em Engenharia Elétrica pela Universidade Federal do Ceará (UFC) com pesquisa realizada na Universität Paderborn - Alemanha e Bolsa do programa de Doutorado Sanduíche do Deutscher Akademischer Austauschdienst (DAAD).

Realizou também estágio de pesquisa pós-doutoral (2019) com Bolsa da Fundación Carolina na Universidad de Cádiz - Espanha, onde é consultor da comissão de garantia de qualidade do Programa de Doutorado em Engenharia Energética e Sustentável. É membro fundador da Academia Cearense de Matemática (ACM), também do ambiente de produtos educacionais SanUSB.org e do blog sanusb.blogspot.com. Atualmente é professor titular e pesquisador do IFCE, atuando como docente nos Mestrados ProfEPT (Educação Profissional e Tecnológica em rede nacional), PPGER (Mestrado Acadêmico em Energias Renováveis) e no Doutorado Acadêmico da Rede Nordeste de Ensino (RENOEN) no IFCE. É moderador do grupo de pesquisa GREPET - IFCE. Pesquisa nas áreas de Engenharia Elétrica, Mecatrônica e Educação Profissional, dentro dos seguintes temas: Energias Renováveis, Sistemas Embarcados, IoT, Robótica e EaD.

## AUTOR



Possui graduação em Geografia / Licenciatura Plena pela Universidade Estadual do Ceará (1999), graduação em Pedagogia / Licenciatura Plena pela Universidade Estadual do Ceará (2009), graduação em Artes Cênicas (Teatro) / Licenciatura Plena pela Universidade Federal do Ceará (2020), mestrado acadêmico em Políticas Públicas e Sociedade (Sociologia) pela Universidade Estadual do Ceará (2005) e doutorado em Educação pela Universidade Federal do Ceará (2011). Atualmente é professor colaborador da Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira, no Programa Associado de Pós Graduação em

Ensino e Formação Docente (PPGEF Unilab-IFCE) / Mestrado Profissional, professor permanente de doutorado acadêmico da Universidade Federal de Sergipe, Doutorado em Ensino (Rede Nordeste de Ensino - Renoen), professor do Programa de Pós-Graduação em Educação Profissional e Tecnológica - ProfEPT / Mestrado Profissional no Instituto Federal do Ceará (IFCE). Tem experiência na área de Educação e Ensino, atuando principalmente nas licenciaturas (cursos de formação de professores).

