

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA  
DO RIO GRANDE DO NORTE

CLÁUDIA COSTA BEZERRA

**MARKETING NO SETOR PÚBLICO: UM ESTUDO DO IFRN COMO  
INSTITUIÇÃO DE EDUCAÇÃO SUPERIOR**

NATAL-RN  
2017

CLÁUDIA COSTA BEZERRA

**MARKETING NO SETOR PÚBLICO: UM ESTUDO DO IFRN COMO  
INSTITUIÇÃO DE EDUCAÇÃO SUPERIOR**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso Superior Tecnologia em Gestão Pública do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte, em cumprimento às exigências legais como requisito parcial à obtenção do título de Tecnólogo em Gestão Pública.

Orientador: Prof. Dr. Lenin Cavalcanti Brito Guerra

NATAL-RN  
2017

B574u Bezerra, Cláudia Costa.

Marketing no Setor Público: um estudo de caso do IFRN como Instituição de Educação Superior / Cláudia Costa Bezerra. – 2017.

67 f. : il.

Orientador: Dr. Lenin Cavalcanti Brito Guerra.

Trabalho de Conclusão de Curso (Tecnologia em Gestão Pública) – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte, 2017.

1. Ensino Superior. 2. IFRN. 3. Marketing no serviço público.

I. Guerra, Lenin Cavalcanti Brito. II. Título.

CLÁUDIA COSTA BEZERRA

**MARKETING NO SETOR PÚBLICO: UM ESTUDO DO IFRN COMO  
INSTITUIÇÃO DE EDUCAÇÃO SUPERIOR**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso Superior Tecnologia em Gestão Pública do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte, em cumprimento às exigências legais como requisito parcial à obtenção do título de Tecnólogo em Gestão Pública.

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado e aprovado em 29/03/2017, pela seguinte Banca Examinadora:

**BANCA EXAMINADORA**

---

Lenin Cavalcanti Brito Guerra, Dr. – Presidente

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte

---

Gerda Lúcia Pinheiro Camelo, Dra. – Examinadora

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte

---

Jássio Pereira de Medeiros, M.e – Examinador

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte

Dedico este trabalho aos meus filhos: Iza Karoline e Antônio Neto. A Iza que esteve comigo no decorrer do curso, me encorajando e incentivando e Neto pelo carinho e apoio. A caminhada foi árdua, e sem o apoio e incentivo de cada um deles, seria difícil continuar. A compreensão e o apoio de cada um deles foram de fundamental importância para meu crescimento e desenvolvimento acadêmico.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço a Deus todo poderoso pelo o dom da vida, e com sua infinita bondade, permitiu que eu chegasse até aqui, por crer que ele sempre esteve e estará ao meu lado me ajudando, encorajando e me fortalecendo durante todos os dias de minha vida.

Aos meus pais, Antônio Pedro e Maria da Conceição, por serem um exemplo de vida, de união, pela dedicação e amor a família e por sempre estarem presentes em minha vida.

Aos meus irmãos Eliane, Fábio, Lidiane, meus sobrinhos Rayanny, Kauã, Marcela, e a Nonato pelos incentivos.

As minhas amigas Elisabete Pinheiro, Vanusa, Ana Carla, a Luzinete Fernandes sempre me encorajando e me dando incentivos para seguir em frente, e em especial à Merandolina “Flor” e Arita que me ajudaram na aplicação dos formulários e a colega de curso, Naurelúcia, pelo apoio durante a elaboração desse trabalho a Silas pelas gargalhadas, caronas e incentivos. A ajuda de vocês foi muito importante para mim.

As minhas colegas de trabalho, obrigado pelo apoio e incentivos.

Aos meus amigos da turma que me ajudaram e me incentivaram durante esse período acadêmico, lembrarei de cada um daqui para frente.

Por fim, ao corpo docente do curso de Gestão Pública do IFRN-CNAT, e em especial ao meu querido orientador Lenin Cavalcanti que acreditou e confiou no meu potencial e me ajudou na construção dessa pesquisa.

## RESUMO

A presente pesquisa tem como objetivo geral diagnosticar a percepção da população potiguar sobre o Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia (IFRN) como instituição de educação superior (IES), a pesquisa foi feita nos municípios do Natal, capital do estado, São Gonçalo do Amarante, localizado na região metropolitana da capital e Mossoró, a segunda maior cidade do estado do Rio Grande do Norte, localizada na região oeste. Nesse sentido foram estabelecidos três objetivos específicos, a fim de complementar a pesquisa: apresentar todo o histórico e desenvolvimento do IFRN como IES; identificar a imagem institucional que a sociedade possui do IFRN e Identificar os desafios que levam a imagem institucional. No referencial teórico, os temas relacionados a educação brasileira tratam sobre o histórico e evolução da educação superior no Brasil; Rede Federal de Educação Tecnológica; a criação dos CEFETS e IES e sobre o *marketing* no serviço público. Entre outros autores destacamos: Abreu Filho (2016), Anísio Teixeira (1989), Guerra (2015), Kotler (2000), LDB (1996), Lei 11.892 (2008), Las Casas (2009), MEC (2014), Portal IFRN (2016/2017) e Santos (2009). No tocante à metodologia, tratou-se de uma pesquisa exploratória, descritiva, qualitativa e quantitativa, pois apresentou dados que auxiliaram na precisão dos resultados. Os dados foram obtidos através da aplicação de 135 formulários, 45 em cada município. A amostra para a coleta de dados foi não probabilística por conveniência e estratificada da população dos três municípios contemplados com a pesquisa. A pesquisa mostrou uma boa avaliação, mesmo que, a maioria dos respondentes não reconheceram o referido Instituto Federal, como ofertante de cursos de nível superior, eles mostraram confiança na qualidade e na credibilidade desta instituição de ensino.

Palavras-Chave: Educação Superior. IFRN. Marketing no setor público.

## ABSTRACT

The present research has as its general objective making a diagnostic over the perception of the “Potiguar” population about the Federal Institute of Education, Science, Technology of the Rio Grande do Norte – IFRN as an institution of high education - IHE. The research was made in the cities of Natal, capital of the state of Rio Grande do Norte, São Gonçalo do Amarante, located in the metropolitan region of Natal and Mossoró, the second biggest city of the state and it is located in the west region. In this perspective, three specific objectives were established to complete this research: introduce the complete historic of the IFRN’s development as an IHE; identify the institutional image the society has about the IFRN and identify the challenging that leads to the institutional image. In the theoretical referential, the covered themes related to the Brazilian education were the historic and revolution; federal technologic education web; creation of the Federal Centers of Technologic Education – CEFETs and the IHEs; and about marketing in the public service. Some highlighted authors are Abreu Filho (2016), Anísio Teixeira (1989), Guerra (2015), Kotler (2000), LDB (1996), Lei 11.892 (2008), Las Casas (2009), MEC (2014), Portal IFRN (2016/2017) and Santos (2009). In relation to the methodology, it is an exploratory research, descriptive, qualitative and quantitative because the presented data helped in the precision of the results. The data was obtained through the application of 135 forms, 45 in each city. The population sample of the three contemplated cities in this research for the data gathering was non-probabilistic for convenience and stratified. Although the majority of the respondents did not recognized the IFRN as an offeror of high level courses, the research showed a good evaluation because they showed trust in the quality and credibility of this educational institution.

Keywords: Higher Education. IFRN. Marketing in the public service.

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Perfil dos Respondentes: Sexo, Idade, Renda e Escolaridade.....	45
Tabela 2 - Nomenclaturas do IFRN, ETEC e CEFET.....	46
Tabela 3 - IFRN oferta cursos de nível superior.....	48
Tabela 4 - Cursos superiores: Tecnológico e licenciaturas.....	50
Tabela 5 - Pós-Graduação.....	53
Tabela 6 - Escala de Likert: IFRN Qualifica os Alunos para o Mercado de Trabalho.....	54
Tabela 7 - Instituição de Qualidade.....	55
Tabela 8 - Rede Federal.....	56
Tabela 9 - Faria um curso no IFRN.....	56
Tabela 10 - Campus da Cidade.....	57

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ACS	Assessoria de Comunicação Social
AMA	American Marketing Association
CAPES	Coordenação e Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
CEFET-RN	Centro Federal de Educação Tecnológica do Rio Grande do Norte
CF	Constituição Federal
CNE	Conselho Nacional de Educação
CNPq	Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico
COCSEV	Coordenação de Comunicação Social e Eventos

CONAES	Comissão Nacional de Avaliação da Educação Superior
CSTs	Cursos Superiores de Tecnologia
EAD	Educação a Distância
EJA	Educação de Jovens e Adultos
ETFRN	Escola Técnica Federal do Rio Grande do Norte
FACEX	Faculdade de Excelência
FAL- ESTÁCIO	Faculdade de Natal
FUNCERN	Fundação de Apoio à Educação e ao Desenvolvimento Tecnológico do Rio Grande do Norte
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IES	Instituição de Ensino Superior
IFES	Instituição Pública Federal de Ensino Superior
IFESP	Instituto Estadual de Educação Superior Presidente Kennedy
IFRN	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte
INEP	Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira
LDB	Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional
MEC	Ministério da Educação
PNE	Plano Nacional de Educação
PROUNI	Programa Universidade para Todos
SESU	Secretaria de Ensino Superior
SETEC	Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica
SINAES	Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior
UAB	Sistema Universidade Aberta do Brasil
UERN	Universidade Estadual do Rio Grande do Norte
UFERSA	Universidade Federal do Semiárido
UFRN	Universidade Federal do Rio Grande do Norte
UNEDS	Unidades Descentralizadas de Ensino
UNI-RN	Centro Universitário do Rio Grande do Norte
UNP	Universidade Potiguar

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>13</b>
1.2	OBJETIVOS.....	14
1.2.1	<b>Objetivo geral.....</b>	<b>14</b>
1.2.2	<b>Objetivos específicos.....</b>	<b>14</b>
1.2.3	<b>Justificativa.....</b>	<b>15</b>
<b>2</b>	<b>CARACTERIZAÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO .....</b>	<b>17</b>
<b>3</b>	<b>REFERENCIAL TEÓRICO.....</b>	<b>20</b>
3.1	EDUCAÇÃO BRASILEIRA: HISTÓRICO E EVOLUÇÃO.....	20
3.2	HISTÓRICO DA EDUCAÇÃO SUPERIOR NO BRASIL.....	21
3.3	REDE FEDERAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA.....	26
3.3.1	<b>Criação dos CEFET E IES.....</b>	<b>27</b>
3.3.2	<b>Marketing no serviço público e nas organizações públicas.....</b>	<b>31</b>
<b>4</b>	<b>METODOLOGIA.....</b>	<b>41</b>
4.1	TIPO DE PESQUISA.....	41
4.2	UNIVERSO DA AMOSTRA E ABRANGÊNCIA .....	43
4.3	COLETA DE DADOS.....	43
4.4	FORMA DE ANÁLISE DOS DADOS.....	43
4.4.1	<b>Escala de Likert.....</b>	<b>43</b>
<b>5</b>	<b>ANÁLISE DOS DADOS.....</b>	<b>44</b>
5.1	ANÁLISE DOS RESULTADOS.....	44
5.2	PERFIL DOS RESPONDENTES.....	44
5.3	IMAGEM DO IFRN.....	46
<b>6</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>57</b>
	<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>59</b>
	APÊNDICE A - Formulário aplicado entre os respondentes.....	64
	ANEXO A - Publicação no Diário Oficial da União do primeiro curso superior do IFRN.....	67

## 1 INTRODUÇÃO

A educação é uma das áreas mais estratégicas e importantes para o desenvolvimento da população de uma região e do país. Uma população que anseia por mais igualdade e oportunidade, buscando estabilidade e integração social.

O artigo 205 da Constituição Federal (CF/1988) dispõe que a educação é um direito de todos e dever do Estado e da família, e que esta deve ser promovida e incentivada com a colaboração da sociedade, visando ao pleno desenvolvimento da pessoa, seu preparo para o exercício da cidadania e sua qualificação para o trabalho (BRASIL, 2008).

Segundo a Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (LDB/1996), Lei nº 9.394 implementada em 20 de dezembro de 1996, sendo a lei orgânica e geral da educação. Esta normativa é considerada o marco regulatório maior da educação brasileira, em seu parágrafo 5º diz que:

O acesso à educação básica obrigatória é direito público subjetivo, podendo qualquer cidadão, grupo de cidadãos, associação comunitária, organização sindical, entidade de classe ou outra legalmente constituída, e ainda, o Ministério Público, acionar poder público para exigi-lo.

A Lei supracitada também afirma no seu art. 22 que a educação básica tem por finalidade desenvolver o educando, assegurar-lhe a formação comum indispensável para o exercício da cidadania e fornecer-lhe meios para progredir no trabalho e em estudos posteriores, bem como promover o desenvolvimento das pessoas como cidadãos, levando conhecimento, desenvolvimento humano, econômico e social do país.

Em relação à educação superior, após a LDB, observou-se um desenvolvimento neste nível educacional, com destaque para a ampliação no acesso à educação superior, oferta de novos cursos em universidades públicas e um aumento das matrículas em instituições privadas de ensino superior e nos institutos federais. Relativamente temos o Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior, A Lei nº 11.096/2005<sup>1</sup> do Programa Universidade para Todos (ProUni). A Portaria MEC nº

---

<sup>1</sup> LEI Nº 11.096, DE 13 DE JANEIRO DE 2005. Institui o Programa Universidade para Todos – PROUNI, regula a atuação de entidades beneficentes de assistência social no ensino superior; altera a Lei

2.051/04<sup>2</sup> regulamenta a lei do SINAES e o Decreto nº 5.245/04<sup>3</sup> regulamenta o Prouni. Não se pode esquecer a existência de um projeto de lei relativo a ações afirmativas e de outro projeto – em parte antecipado pelo Decreto nº 5.773/06<sup>4</sup> –, que traduzem ampla reorganização do ensino superior especialmente quanto à regulamentação e avaliação dessa etapa de ensino.

Os Cursos Superiores de Tecnologia (CSTs) já existiam no Brasil, sendo criados na década de 1960, mais precisamente pela Lei nº 5.540/68, que instituiu a Reforma Universitária. Nela, havia menção ao oferecimento de “cursos profissionais de curta duração, destinados a proporcionar habilitações intermediárias de grau superior”, ministrados em universidades ou estabelecimentos de educação superior. Os artigos 18 e 23 da lei supracitada, tratam da implantação desses cursos por faculdades e centros de educação tecnológica que atendessem à realidades e necessidades diversas do mercado de trabalho. Mesmo trazendo 92 artigos, com quatro específicos para a educação profissional (artigos 39 a 42), a LDB não se refere claramente aos cursos tecnológicos (CONSELHO NACIONAL DE EDUCAÇÃO, 2002).

O Instituto Federal, escola centenária, criada em 1909, tinha como objetivo qualificar os trabalhadores das classes menos favorecidas economicamente, de forma a atender as necessidades das indústrias recém-chegadas ao Rio Grande do Norte. O instituto passou por várias transformações no decorrer dos anos, como a criação de uma vasta variedade de cursos técnicos, superiores e pós-graduação, tornando esta instituição de fundamental importância para a população do Rio Grande do Norte.

Nessa perspectiva, a pesquisa trata-se de um levantamento qualitativo e quantitativo com a seguinte problemática: até que ponto a sociedade potiguar

---

nº 10.891, de 9 de julho de 2004, e dá outras providências. Disponível em:<[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2004-2006/2005/lei/L11096.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2005/lei/L11096.htm)>. Acesso em: 25 de jul. 2016.

<sup>2</sup> PORTARIA Nº 2.051, DE 9 DE JULHO DE 2004. Regulamenta os procedimentos de avaliação do Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior (SINAES), instituído na Lei no 10.861, de 14 de abril de 2004. Disponível em:<[http://portal.mec.gov.br/arquivos/pdf/PORTARIA\\_2051.pdf](http://portal.mec.gov.br/arquivos/pdf/PORTARIA_2051.pdf)>. Acesso em: 25 de jul. 2016

<sup>3</sup> DECRETO Nº 5.245/2004. Regulamenta a Medida Provisória nº 213, de 10 de setembro de 2004, que institui o Programa Universidade para Todos - PROUNI, regula a atuação de entidades beneficentes de assistência social no ensino superior, e dá outras providências. Disponível em:<[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2004-2006/2004/decreto/d5245.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2004/decreto/d5245.htm)>. Acesso em: 25 de jul. 2016

<sup>4</sup> DECRETO Nº 5.773, DE 9 DE MAIO DE 2006. Dispõe sobre o exercício das funções de regulação, supervisão e avaliação de instituições de educação superior e cursos superiores de graduação e sequenciais no sistema federal de ensino. Disponível em:<<http://www2.mec.gov.br/sapiens/portarias/dec5773.htm>>. Acesso em: 2ar1 de jul. 2016

reconhece o IFRN como instituição que oferta cursos de nível superior?

## 1.2 OBJETIVOS

A seguir serão apresentados os objetivos geral e específicos da pesquisa.

### 1.2.1 Objetivo Geral

Diagnosticar a percepção da população potiguar sobre o IFRN como instituição de educação superior.

### 1.2.2 Objetivos Específicos

- a) Apresentar o histórico e desenvolvimento do IFRN como IES (Instituição de Ensino Superior);
- b) Identificar a imagem institucional que a sociedade potiguar possui do IFRN;
- c) Identificar os desafios que levam a imagem institucional.

### 1.2.3 Justificativa

A pesquisa desenvolvida não teve o objetivo de explicar, mas compreender até que ponto a população do Rio Grande do Norte vê os IFs como instituição de educação superior.

Cientificamente a pesquisa serviu para enriquecer e ampliar os conhecimentos, oportunizando novas perspectivas na formação acadêmica.

A realização da pesquisa foi uma oportunidade ímpar, onde a pesquisadora pode mostrar o perfil da população e seus diferentes grau de escolaridade através dos dados coletados.

A pesquisa se deu da inquietação da pesquisadora quando era questionada sobre os cursos superiores ofertado pelo Instituto Federal, daí surgiu o interesse de verificar o conhecimento da população potiguar sobre os cursos superiores ofertados pelo IFRN.

A pesquisadora é aluna do IFRN, do curso de Tecnologia em Gestão Pública, e objetiva investigar como a sociedade potiguar enxerga o IFRN como instituição de

educação superior, tendo em vista os cursos oferecidos e as demandas atendidas no Rio Grande do Norte.

Logo, para a pesquisadora como futura gestora pública, a pesquisa, foi um diferencial para a minha vida acadêmica, por ser um tema de estudo do curso, a disciplina de *Marketing* no Serviço Público, pois proporcionou à pesquisadora, um conhecimento amplo sobre a imagem institucional.

## 2 CARACTERIZAÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO

De acordo com o histórico da Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica o seu começo iniciou em 1909, quando o então Presidente da República, Nilo Peçanha, criou 19 escolas de Aprendizes e Artífices que, mais tarde, deram origem aos Centros Federais de Educação Profissional e Tecnológica (CEFETS).

Inicialmente, os CEFETS eram considerados um instrumento de política voltado para as classes menos favorecidas economicamente. Na atualidade, esses institutos se configuram como importante estrutura para que todas as pessoas tenham efetivo acesso às conquistas científicas e tecnológicas.

Na década de 1990, com o desenvolvimento de novas tecnologias, agregadas à produção e à prestação de serviços, as instituições de educação profissional vêm buscando diversificar programas e cursos para elevar os níveis da qualidade da oferta para atender melhor essa demanda. Em 29 de dezembro de 2008, 31 centros federais de educação tecnológica (CEFETS), 75 unidades descentralizadas de ensino (UNEDS), 39 escolas agrotécnicas, 7 escolas técnicas federais e 8 escolas vinculadas a universidades deixaram de existir para formar os Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia.

No Rio Grande do Norte existe atualmente 21 campi (IFRN), mais de 30 mil alunos são distribuídos por todas as regiões do Estado. Ao todo, são 131 cursos oferecidos, nas áreas de Controle e Processos Industriais; Desenvolvimento Educacional e Social; Gestão e Negócios; Informação e Comunicação; Infraestrutura; Produção Alimentícia; Produção Cultural e Design; Turismo, Hospitalidade e Lazer; Produção Industrial e Recursos Naturais. Além dos cursos regulares, o IFRN oferece mais de 100 cursos para pessoas com os mais diversos níveis de escolaridade, através dos Programas de Acesso ao Ensino Médio e Emprego (Pronatec/Bolsa Formação) e Mulheres Mil. Sua atuação no ensino de 3º grau começou com a oferta de cursos de graduação tecnológica, ampliando-se, posteriormente, para os cursos de formação de professores, as licenciaturas. Mais recentemente, a instituição passou a atuar também na educação profissional vinculada ao ensino médio na modalidade de Educação de Jovens e Adultos (EJA) e no ensino à distância (EAD)<sup>5</sup>.

---

<sup>5</sup>Disponível em:< <http://redefederal.mec.gov.br/historico>>. Acesso em: 18 de jul.2016

Em 2008, com a edição da Lei Federal nº 11.892/2008, foi instituída a Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica, que ao transformar o CEFET/RN em Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte (IFRN), conferiu a esta instituição a finalidade adicional de ofertar educação profissional e de promover a sua integração nos diferentes níveis, desde a educação básica até a educação superior. No art. 2º da lei supracitada afirma que os Institutos Federais são instituições de educação superior, básica e profissional, pluricurriculares e multicampi, especializados na oferta de educação profissional e tecnológica nas diferentes modalidades de ensino, com base na conjugação de conhecimentos técnicos e tecnológicos com as suas práticas pedagógicas, nos termos da Lei 11.892/2008<sup>6</sup>.

Ainda sobre Lei Federal nº 11.892/2008, foi instituída a Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica, que ao transformar o CEFET/RN em Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte (IFRN), confere a esta instituição a finalidade adicional de ofertar educação profissional e de promover a sua integração nos diferentes níveis, desde a educação básica até a educação superior.

Atualmente, o IFRN possui mais de 30 mil alunos em seus 21 campi distribuídos por todas as regiões do Estado, atuando de forma verticalizada, oferecendo cursos de níveis médio e superior, nas modalidades presencial e à distância – esses últimos ofertados pela Instituição e também através da Rede Escola Técnica do Brasil (Rede e-Tec Brasil) e do Sistema Universidade Aberta do Brasil (UAB).

O IFRN atua também fortemente na formação inicial e continuada de professores, sobretudo nas áreas em que a carência de docentes é maior, como Matemática, Química, Biologia e Física. Além dos cursos regulares, o IFRN oferece mais de 100 cursos de curta e média duração para pessoas com os mais diversos níveis de escolaridade, através dos Programas de Acesso ao Ensino Médio e Emprego (Pronatec/Bolsa Formação) e Mulheres Mil.

A citada instituição oferece também, para a comunidade acadêmica, programas de iniciação científica e tecnológica; de fomento a projetos de pesquisa e inovação; e de incubação de empresas. Estes programas são executados com

---

<sup>6</sup>Lei nº 11.892/2008. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2007-2010/2008/lei/111892.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/111892.htm)>. Acesso em: 20 de jul. 2016

recursos próprios e de agências de fomento, tais como: Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq); Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES); Fundação de Apoio à Pesquisa do Rio Grande do Norte (FAPERN); A Fundação de Apoio à Educação e ao Desenvolvimento Tecnológico do Rio Grande do Norte (FUNCERN), Petrobrás, entre outros, permitindo a difusão da produção científica em eventos, mostras tecnológicas e na publicação de artigos em periódicos especializados no Brasil e no exterior.

A democratização do acesso ao ensino de qualidade e o combate à evasão escolar também é uma das prioridades do IFRN que, 19 anos antes de o governo federal sancionar a lei nº 12.711/2012, instituindo a política de cotas sociais e raciais nas instituições federais de ensino, já reservava 50% das vagas nos cursos a alunos egressos das escolas públicas. Com a promulgação da Lei de Cotas, os critérios financeiro e racial se somaram aos das cotas sociais para ingresso nos cursos técnicos e superiores de graduação do instituto.

No próximo tópico trataremos da educação brasileira no Brasil mostrando seu histórico e como se deu sua evolução.

### 3 REFERENCIAL TEÓRICO

Na sequência será descrito o referencial teórico da pesquisa realizada, que tem como tópicos a educação brasileira: histórico e evolução, histórico da educação superior no Brasil, rede federal de educação tecnológica, a criação dos CEFET-RN e IES, *marketing* no serviço público e nas organizações públicas.

#### 3.1 EDUCAÇÃO BRASILEIRA: HISTÓRICO E EVOLUÇÃO

O Plano Nacional de Educação (PNE) determina diretrizes, metas e estratégias para a política educacional dos próximos dez anos. O primeiro grupo são metas estruturantes para a garantia do direito a educação básica com qualidade, e que assim promovam a garantia do acesso, à universalização do ensino obrigatório, e à ampliação das oportunidades educacionais. Um segundo grupo de metas diz respeito especificamente à redução das desigualdades e à valorização da diversidade, caminhos imprescindíveis para a equidade. O terceiro bloco de metas trata da valorização dos profissionais da educação, considerada estratégica para que as metas anteriores sejam atingidas, e o quarto grupo de metas refere-se ao ensino superior (BRASIL, 2014).

Conforme a Lei nº 13.005/2014 uma das tarefas mais urgentes e necessárias é a instituição do Sistema Nacional de Educação. Assim, no art. 13 desta lei, diz que o poder público deverá instituir, em lei específica, contados 2 (dois) anos da publicação desta Lei, o Sistema Nacional de Educação, responsável pela articulação entre os sistemas de ensino, em regime de colaboração, para efetivação das diretrizes, metas e estratégias do Plano Nacional de Educação (BRASIL, 2014).

A educação brasileira vive momentos marcados pela desigualdade, subemprego e marginalização social, o que se torna uma barreira que separa um país econômica e socialmente mais maduro, com maior igualdade de oportunidades, de rendas e maior estabilidade e integração social (SCHWARTZMAN, 1996 apud GUERRA, 2015). Diante disso, as políticas públicas voltadas para a educação superior constituem-se em um dos temas mais estratégicos para o desenvolvimento de um país, tanto no âmbito econômico quanto no sociocultural (GUERRA, 2015).

Segundo Saviani, (2007 apud SANTOS; CERQUEIRA, 2011, p. 01), o

processo de democratização escolar no Brasil, teve início com a ampliação do número de vagas, nas universidades e institutos federais, na mesma proporção, que atendesse ao crescimento da demanda pela procura dos cursos superiores. A partir disso, também houve um significativo avanço do quantitativo das matrículas, que cobra medidas que venham sanar deficiências dessa expansão, posto que “não basta abrir as portas das escolas [...]; é preciso que eles aí possam permanecer até concluírem os estudos que aspiram e para os quais têm capacidade” (WEREBE, 2009, apud SANTOS, 2011, p. 2). Nesse sentido,

A educação escolar é elemento chave para o progresso social, devendo preparar o indivíduo para viver numa sociedade que seja o resultado de um planejamento democrático e racional. [...] produção da desigualdade, de cujo peso a realidade atual ainda é detentora, vai nos mostrando a face dos sujeitos da privação: negros, pardos, migrantes do campo e de regiões mais pobres do país, trabalhadores manuais, moradores de bairros periféricos e pessoas fora da faixa etária legal (CURY, 2008, p. 9 apud SANTOS 2009, p. 2).

Para Casassus (2007), a escola faz sim uma diferença no que se refere à redução do impacto das desigualdades que se observa na sociedade. Esse ponto de vista encontra ressonância na determinação do Ministério da Educação, segundo a qual “o Brasil precisa democratizar e qualificar suas instituições de ensino em todos os níveis” (BRASIL, 2005, p.3 apud SANTOS, 2009. p. 2).

Diante ao exposto, ressalta-se que no próximo tópico trataremos o histórico da educação superior no Brasil buscando mostrar como se deu e como surgiu, diante de quais necessidades, houve a implantação da educação superior.

### 3.2 HISTÓRICO DA EDUCAÇÃO SUPERIOR NO BRASIL

O ensino superior no Brasil teve início no século XIX, 308 anos depois da chegada dos colonizadores portugueses. Segundo alguns estudiosos, como Durham (2005) este dado reflete o seu caráter tardio, uma vez que, nos países da América Hispânica, universidades católicas foram criadas ainda no início da colonização.

Com mais de quatro séculos de existência, na década de 1920 teve início na América hispânica a primeira universidade continuada. O termo continuado se deve ao fato de que muitas instituições surgiram ou se transformaram, enquanto outras

desapareceram, de 1930 a 1940 começou um período de expansão muito rápido. A maioria das instituições atuais foi criada após 1965 e a partir daí proliferaram faculdades, institutos, escolas isoladas, federações e universidades visando atender aos interesses da modernização bem como a pressão demográfica (VIEIRA, 2013, p. 2).

Constatava-se um ensino superior sem vinculação entre teoria e prática, elitista e funcional aos interesses dominantes. Pouca coisa mudaria com o Império no que tange a essa caracterização do ensino superior brasileiro (MOROSINO, 2005, apud DIAS, 2015).

Em consonância com o disposto por Ghiraldelli Junior (2008 apud Dias 2015), o ensino no império foi estruturado basicamente em três níveis: primário, secundário e superior. Sendo que o primário era para a criança aprender na escola “ler e escrever”, o secundário se manteve dentro do esquema das “aulas régias”, mas ganhou uma divisão em disciplinas, principalmente nas cidades de Pernambuco, Minas Gerais e Rio de Janeiro.

Segundo Anísio Teixeira (1989, p. 73-74),

[...] a falta de estudo superior de tipo acadêmico havia de tornar extremamente precária a formação dos professores para os colégios secundários [...]. Sabemos que todo sistema de educação, em seus diferentes níveis de estudos e em seus diferentes currículos e programas, só pode ensinar a cultura que na universidade ou nas escolas superiores do país se produzir. Não seria possível um curso secundário humanístico ou científico sem que a universidade ou as escolas superiores tivessem estudos humanísticos ou científicos avançados. Como só teve o Brasil, no nível superior, escolas profissionais de saber aplicado, o seu ensino secundário acadêmico de humanidades e ciências teria de ser inevitavelmente precário e deficiente, como sempre foi durante essa longa experiência de ausência da universidade ou das respectivas escolas superiores para licenciar os docentes.

O ensino superior no Brasil nasce com o único propósito de proporcionar educação para a elite aristocrática e nobre que empunha a Corte. Para o resto da sociedade, a educação se resumia à alfabetização e a um mínimo de instrução que bastasse para garantir o funcionamento das atividades de baixo escalão (GUERRA, 2015).

De acordo com a LDB (Lei de Diretrizes e Bases da Educação/1996), no art. 43, a educação superior tem por finalidade:

I – estimular a criação cultural e o desenvolvimento do espírito

científico e do pensamento reflexivo; II – formar diplomados nas diferentes áreas do conhecimento, aptos para a inserção em setores profissionais e para a participação no desenvolvimento da sociedade brasileira, e colaborar na sua formação contínua; III – incentivar o trabalho de pesquisa e investigação científica, visando o desenvolvimento da ciência e da tecnologia e da criação e difusão da cultura, e, desse modo desenvolver o entendimento do homem e do meio em que vive; IV – promover a divulgação de conhecimentos culturais, científicos e técnicos que constituem patrimônio da humanidade e comunicar o saber através do ensino, de publicações ou de outras formas de comunicação; V – suscitar o desejo permanente de aperfeiçoamento cultural e profissional e possibilitar a correspondente concretização, integrando os conhecimentos que vão sendo adquiridos numa estrutura intelectual sistematizadora do conhecimento de cada geração; VI – estimular o conhecimento dos problemas do mundo presente, em particular os nacionais e regionais, prestar serviços especializados à comunidade e estabelecer com esta uma relação de reciprocidade; VII – promover a extensão, aberta à participação da população, visando à difusão das conquistas e benefícios resultantes da criação cultural e da pesquisa científica geradas na instituição (BRASIL, 1996).

Considerando que o ensino superior no Brasil iniciou sua organização mais sistemática a partir de 1934, com a fundação da Universidade de São Paulo; com isto, representava uma condição histórica no cenário educacional. Ademais, o pós-guerra colocou o Brasil numa condição de país que mais expandiu seu sistema de educação, não apenas do nível básico, mas também da educação superior (DE PAULA FRANCO, 2008 p.54).

[...] o ensino superior, embora não organizado sob forma universitária buscava acima de tudo corporificar valores que só a universidade de amplos objetivos de cultura desinteressada poderia cumprir. A solução de escolas profissionais era uma solução substitutiva, ou compensatória, visando dar-nos, por esse modo de organização que nos parecia mais viável e menos pretensioso, os valores que só a universidade nos poderia dar (ANÍSIO TEIXEIRA, 1989, p. 67).

Ainda no tocante à organização do Ensino Superior no Brasil, foi através de sistemas em regime de colaboração entre a União, os Estados e o Distrito Federal (art. 211, § 1 a 4): à União, cabe a organização do sistema de ensino federal e dos Territórios, financiando as instituições públicas federais e exercendo, em matéria educacional, função redistributiva e supletiva, de forma a garantir equalização de oportunidades educacionais e padrão mínimo de qualidade mediante assistência técnica e financeira aos Estados, ao Distrito Federal e aos Municípios; aos Municípios cabe a responsabilidade de atuarem, prioritariamente, no ensino fundamental e médio e na educação infantil; os Estados e o Distrito Federal atuam principalmente no ensino

fundamental e médio definindo formas de colaboração, de modo a assegurar a universalização do ensino obrigatório (SOARES, 2002, p.39 e 40). Conforme Brasil (2003/2014), o art. XXVI, §1, da Declaração Universal de Direitos Humanos:

A admissão à educação superior deve ser acessível a todos e baseada no mérito. Como consequência, o ingresso e a permanência na educação superior não admite qualquer discriminação com base em raça, sexo, idioma, religião ou em condições econômicas, culturais e sociais, ou incapacidades físicas. O único critério admissível é o mérito do candidato, o seu esforço e determinação pessoal em integrar a universidade (BRASIL, 2003/2014, p. 19).

Assim, o Ministério da Educação (MEC) se pautou, no período analisado (2003-2013), em uma série de conceitos e medidas, comentados brevemente a seguir. Como resultado, 9.306.877 de pessoas concluíram curso do ensino superior no período. Este número equivale a cerca de 5% da população brasileira atual – um dado significativo para um país onde, segundo o último Censo do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), apenas 11% possuem este nível acadêmico (BRASIL, 2003/2014, p. 20).

Para Santos (2009), o aumento da demanda por ensino superior está associado ao crescimento das camadas médias e às novas oportunidades de trabalho no setor mais moderno da economia e da tecnoburocracia estatal. O setor público não se preparou para esse momento do ensino superior. Já o setor privado foi capaz de absorvê-lo, porque se concentrou na oferta de cursos de baixo custo e no estabelecimento de exigências acadêmicas menores, tanto para o ingresso como para o prosseguimento dos estudos até a graduação.

Nesse sentido a Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura (UNESCO, 2002, p.334) diz que:

A nova expansão do ensino superior deverá articular iniciativas dos setores público e privado, buscando desenvolver políticas diferenciadas de estímulo ao acesso, por parte de diferentes grupos sociais, ao ensino superior e uma mais adequada distribuição regional da oferta e das oportunidades educacionais.

Assim, (BRASIL, 2012, p. 11 apud, PAIVA, 2015, p. 37).

De 2003 a 2010, houve um salto de 45 para 59 universidades federais, o que representa a ampliação de 31%; e de 148 campus para 274 campus/unidades, crescimento de 85%. A interiorização também proporcionou uma expansão no país quando se elevou o número de municípios atendidos por universidades federais de 114 para 272, com um

crescimento de 138%.

Quanto a expansão das universidades públicas no Brasil, nas primeiras décadas do século XX, foram criadas 22 universidades públicas, entre elas, a Universidade de Minas Gerais, em 1927 e a universidade de São Paulo, em 1934 (GUERRA, 2015).

De Paula Franco (2008) destaca que é fundamental democratizar a expansão do ensino superior para se poder acenar com melhor continuidade do processo formativo da população brasileira, como em outros países, e para que tal proposição se concretize o papel do Estado em ampliar recursos é primordial, dado que se trata de investimento social justo e esperado. O Ministério da Educação destaca que:

O grande desafio do governo, entretanto, passou a ser conseguir conciliar o crescimento da oferta de vagas no ensino superior à qualidade dos cursos. Mesmo em se tratando do ensino superior privado, o papel do Estado é determinante nesse processo, visto que 90% dos alunos formados em cursos de pós-graduação *strictu sensu* são oriundos de IES públicas. O seguinte comunicado reflete a posição do MEC em relação à expansão do ensino superior privado no Brasil: “ser contra a expansão do ensino superior privado – sujeito, bem entendido, a padrões de qualidade a avaliação – é uma postura excludente e elitista, que inviabiliza o atendimento dessa nova demanda” (GUERRA, 2015, p. 83).

Nesse sentido, o MEC ressalta que cada vez mais, em um mundo onde o conhecimento se sobrepõe aos recursos naturais como fator de desenvolvimento humano, cresce a importância da escolarização e, em particular, da educação superior e neste contexto:

Ampliar e democratizar o acesso à educação superior de qualidade a partir do reconhecimento do papel estratégico das universidades para o desenvolvimento econômico e social do país é o principal objetivo do Ministério da Educação neste eixo de atuação. Proporcionar este nível de ensino a uma parcela maior da população é fator decisivo para a diminuição das desigualdades sociais e regionais, para o desenvolvimento científico e tecnológico, para a inclusão social e para a geração de trabalho e renda (BRASIL, 2017, p.01).

No Rio Grande do Norte, 20 das Instituições de Ensino Superior (IES) são da rede privada, ou seja, (80%) e 05 instituições públicas, (20%), totalizando 25 (vinte e cinco) instituições. Entre as IES públicas, 3 (três) são universidades federais, como a Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), a Universidade Federal Rural do Semiárido (UFERSA), e também a que integra a rede pública federal, isto é, o

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte (IFRN). No tocante às universidades estaduais, cita-se, a Universidade do Estado do Rio Grande do Norte (UERN) e o Instituto Estadual de Educação Superior Presidente Kennedy (IFESP). As instituições privadas desse segmento de ensino, com maior número de estudantes e professores são: a Universidade Potiguar (UNP), FACEX (Faculdade de Excelência), UNI-RN (Centro Universitário do Rio Grande do Norte) e FAL-Estácio (Faculdade de Natal) (Natal/RN de, 2015, p. 47).

### 3.3 REDE FEDERAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA

O Estado Brasileiro, em 23 de setembro de 1909, através do Decreto 7.566, assinado pelo presidente Nilo Peçanha, cria uma rede de Escolas de Aprendizagem e Artífices, suprimindo a necessidade dos “desfavorecidos da fortuna”, expressão essa, contida no Decreto 7.566/09. Inicialmente, essas escolas atendiam a necessidade de qualificar pessoas e inseri-las no mercado de trabalho, transformando as políticas de desenvolvimento econômico do país ao longo do século XX. Ademais, a criação dessa rede de escolas, ocorreu em um contexto ainda sob o domínio do capital agrário-exportador, porém, em um tempo de industrialização vicijante. O ato que cria as instituições não é explícito no que se refere à preparação para a indústria, mas, nos anos seguintes à criação, o contexto e as declarações do Presidente Nilo Peçanha e da burocracia ministerial reforçam essa hipótese (CUNHA, 2000).

Com os institutos federais, o governo brasileiro, através do Ministério da Educação, ousa criar uma institucionalidade absolutamente nova e inovadora capaz de revolucionar a educação profissional e tecnológica de nosso país. Entretanto, o futuro dos institutos está em aberto, dependendo de nossa ousadia, competência e compromisso político com um país soberano, democrático e justo socialmente (PACHECO E SILVA, 2009, p.11).

A Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (LDB), Lei n.9394/96, define, no artigo 16, o sistema federal de ensino como aquele que compreende as instituições de ensino mantidas pela União, as instituições de ensino superior criadas e mantidas pela iniciativa privada e os órgãos federais de educação. No artigo 9º, determina que é incumbência da União a organização, a manutenção e o desenvolvimento dos órgãos e instituições oficiais deste sistema (BRASIL, 1996).

Com a expansão da Rede Federal de 1909 a 2002, foram construídas 140 escolas técnicas no país. Entre 2003 e 2016, o Ministério da Educação concretizou a construção de mais de 500 novas unidades referentes ao plano de expansão da educação profissional, totalizando 644 campi em funcionamento.

São 38 Institutos Federais presentes em todos estados, oferecendo cursos de qualificação, ensino médio integrado, cursos superiores de tecnologia e licenciaturas. A Rede Federal ainda é formada por instituições que não aderiram aos Institutos Federais, mas também oferecem educação profissional em todos os níveis. São dois CEFETs, 25 escolas vinculadas a Universidades, o Colégio Pedro II e uma Universidade Tecnológica.

No final de 2008, mais precisamente em 29 de dezembro, 31 Centros Federais de educação tecnológica (CEFETs), 75 unidades descentralizadas de ensino (Uneds), 39 escolas agrotécnicas, 7 escolas técnicas federais e 8 escolas vinculadas a universidades deixaram de existir para formar os Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia (BRASIL,2016). Afim de complementar o que já foi citado sobre a rede federal, falaremos a seguir sobre a criação dos CEFETs, como também, do ensino superior.

### **3.3.1 A criação dos CEFET e IES**

No final da década de 1978, com a Lei nº 6.545 que dispõe sobre a transformação das Escolas Técnicas Federais de Minas Gerais, do Paraná e Celso Suckow da Fonseca em Centros Federais de Educação Tecnológica, três Escolas Técnicas Federais (Paraná, Minas Gerais e Rio de Janeiro) são transformadas em Centros Federais de Educação Tecnológica (CEFETs). Esta mudança confere àquelas instituições mais uma atribuição, formar engenheiros de operação e tecnólogos, processo esse que se estende às outras instituições bem mais tarde (BRASIL, 1978).

Em 1994 a Lei nº 8.948, de 08 de dezembro dispõe sobre a instituição do Sistema Nacional de Educação Tecnológica, transformando, gradativamente, as Escolas Técnicas Federais e as Escolas Agrotécnicas Federais em Centros Federais de Educação Tecnológica – Em 20 de novembro de 1996 foi sancionada a Lei 9.394 considerada como a segunda LDB, que dispõe sobre a Educação Profissional num capítulo separado da Educação Básica, Em meio a essas complexas e polêmicas

transformações da educação profissional de nosso país, retoma-se em 1999 o processo de transformação das Escolas Técnicas Federais em Centros Federais de Educação Tecnológica, iniciado em 1978 (BRASIL, 2017).

Em 1969, o Decreto-Lei nº 547<sup>7</sup> autorizou a criação e a organização dos cursos profissionais superiores de curta duração, em função do convênio MEC/BIRD para implantação dessa modalidade de ensino. O Parecer nº4434/76, do mesmo Conselho, afirmava claramente dois tipos de profissionais de nível superior: os engenheiros voltados a concepções de novos processos e os tecnólogos voltados a execução desses processos, o que contribuiu ainda mais para o fracasso nas décadas de 70 e 80 dessa modalidade de educação superior, tão importante no desenvolvimento de um país (JUCÁ, OLIVEIRA E SOUZA, 2010).

Art. 3º A administração superior de cada centro terá como órgão executivo a diretoria-geral, e como órgão deliberativo e consultivo o conselho diretor, sendo este composto de dez membros e respectivos suplentes, todos nomeados pelo Ministro de Estado da Educação e do Desporto, sendo um representante do Ministério da Educação e do Desporto um representante de cada uma das Federações da Indústria, do Comércio e da Agricultura, do respectivo Estado, cinco representantes da Instituição, incluindo um representante discente, e um representante dos ex-alunos, todos indicados na forma regimental, vedada a nomeação de servidores da Instituição com representantes das Federações e do Ministério da Educação e do Desporto" (BRASIL,1994).

De 1909 a 2002 foram construídas 140 unidades, melhor configurando a Rede Federal de Educação Profissional e Tecnológica brasileira. Em 2005, acontecia a transformação do CEFET - Paraná em Universidade Tecnológica Federal do Paraná e primeira universidade especializada nessa modalidade de ensino no Brasil. O Decreto 5.773/2006 dispõe sobre o exercício das funções de regulação, supervisão e avaliação de instituições de educação superior e cursos superiores de graduação e sequenciais no sistema federal de ensino (BRASIL, 2017).

Os artigos 1º, 2º, 3º do decreto supracitado dispõem:

Art. 1º Este Decreto dispõe sobre o exercício das funções de regulação, supervisão e avaliação de instituições de educação superior e cursos superiores de graduação e sequenciais no sistema federal de ensino.  
§ 1º A regulação será realizada por meio de atos administrativos autorizativos do funcionamento de instituições de educação superior e de cursos de graduação e sequenciais.

---

<sup>7</sup> Decreto-Lei nº 547/1969. Autoriza a organização e o funcionamento de cursos profissionais superiores de curta duração. Disponível em: <<http://www2.camara.leg.br/legin/fed/declei/1960-1969/decreto-lei-547-18-abril-1969-374120-publicacaooriginal-1-pe.html>>. Acesso em: 19 de fev. 2017

§ 2º A supervisão será realizada a fim de zelar pela conformidade da oferta de educação superior no sistema federal de ensino com a legislação aplicável.

§ 3º A avaliação realizada pelo Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior - SINAES constituirá referencial básico para os processos de regulação e supervisão da educação superior, a fim de promover a melhoria de sua qualidade.

Art. 2º O sistema federal de ensino superior compreende as instituições federais de educação superior, as instituições de educação superior criadas e mantidas pela iniciativa privada e os órgãos federais de educação superior.

Art. 3º As competências para as funções de regulação, supervisão e avaliação serão exercidas pelo Ministério da Educação, pelo Conselho Nacional de Educação - CNE, pelo Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira - INEP, e pela Comissão Nacional de Avaliação da Educação Superior - CONAES, na forma deste Decreto.

Nos anos 90, várias escolas técnicas e agrotécnicas federais tornaram-se Centro Federal de Educação Tecnológica (CEFET), formando a base do Sistema Nacional de Educação Tecnológica, instituído em 1994, através de atos normativos, ora supracitados, que direciona essas instituições a ofertar cursos de nível superior. De acordo com a Lei 11.892 de 2008, nos seus art. 1º e 2º e os parágrafos deste último, afirmam que:

Fica instituída, no âmbito do sistema federal de ensino, a Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica, vinculada ao Ministério da Educação e constituída pelas seguintes instituições: I - Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia - Institutos Federais; II - Universidade Tecnológica Federal do Paraná - UTFPR; III - Centros Federais de Educação Tecnológica Celso Suckow da Fonseca - CEFET-RJ e de Minas Gerais - CEFET-MG; IV - Escolas Técnicas Vinculadas às Universidades Federais; V - Colégio Pedro II, (Incluído pela Lei 12.677, de 2012). Art. 2º Os Institutos Federais são instituições de educação superior, básica e profissional, pluricurriculares e multicampi, especializados na oferta de educação profissional e tecnológica nas diferentes modalidades de ensino, com base na conjugação de conhecimentos técnicos e tecnológicos com as suas práticas pedagógicas, nos termos desta Lei. § 1º Para efeito da incidência das disposições que regem a regulação, avaliação e supervisão das instituições e dos cursos de educação superior, os Institutos Federais são equiparados às universidades federais. § 2º No âmbito de sua atuação, os Institutos Federais exercerão o papel de instituições acreditadoras e certificadoras de competências profissionais. § 3º Os Institutos Federais terão autonomia para criar e extinguir cursos, nos limites de sua área de atuação territorial, bem como para registrar diplomas dos cursos por eles oferecidos, mediante autorização do seu Conselho Superior, aplicando-se, no caso da oferta de cursos a distância, a legislação específica (BRASIL, 2008).

O processo de "cefetização" da ETFRN, iniciado em 1994, transformando-se em Centro Federal de Educação Tecnológica (CEFET), cujos desafios incluiriam a oferta de educação profissional nos níveis básico, técnico e tecnológico, além do ensino médio. A atuação desse centro federal no ensino de 3º grau começou com a

oferta de cursos de graduação tecnológica, ampliando-se, posteriormente, para os cursos de formação de professores, nesse caso, as licenciaturas. Mais recentemente, a instituição passou a atuar também na educação profissional vinculada ao ensino médio na modalidade de Educação de Jovens e Adultos (EJA) e no ensino à distância (PORTAL IFRN).

A expansão da Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica no Rio Grande do Norte teve início em 1994 com a inauguração da Unidade de Ensino Descentralizada de Mossoró. Doze anos depois, o Ministério da Educação, por meio da Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica (SETEC), dá início à primeira fase da expansão da Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica, implantando, em 2006, três novas Uneds: Zona Norte de Natal, Ipanguaçu e Currais Novos (PORTAL IFRN).

A segunda etapa da expansão começaria em 2007, com a construção de outras seis unidades, nos municípios de Apodi, Pau dos Ferros, Macau, João Câmara, Santa Cruz e Caicó. Essas escolas foram inauguradas em 2009, sob uma nova institucionalidade - em vez de unidades descentralizadas de ensino do Cefet-RN elas já nasceram como campi do novo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte (IFRN). Ainda nesta fase da expansão, foram construídos os campi de Natal Cidade Alta, Nova Cruz, Parnamirim e São Gonçalo do Amarante. Paralelamente ao plano de expansão física, o Instituto investiu também na criação do Campus de Educação à Distância, que funciona nas instalações do Campus Natal-Central (PORTAL IFRN).

A seguir falaremos sobre o marketing no setor público e suas perspectivas, e individualmente sobre o *mix*-ferramentas do *marketing*, Produto, Preço, Praça e Promoção, como também sua importância dentro das organizações públicas.

### **3.3.2 Marketing no Serviço Público e nas Organizações Públicas**

O *marketing* teve sua origem nos *EUA*, e surgiu ligado às disciplinas direcionada ao estudo de mercado. No Brasil em meados de 1954, o *marketing* teve sua tradução entendida como *mercadologia* pela sociedade acadêmica (RICHERS, 1981 apud ABREU FILHO, 2016, p. 26,27).

No Brasil em 1954, a palavra *marketing* foi traduzido por *mercadologia*, então

surgiram os primeiros movimentos para a implantação de curso específico em estabelecimento de ensino superior, e desde então adotada essa expressão, (Las Casas, 2009, p. 2).

No entendimento de Kotler (2000, p.30) o “*marketing* é um processo social por meio do qual as pessoas e grupos de pessoas obtêm o que necessitam e desejam por meio da criação, da oferta e da livre troca de produtos de valor entre si”. Assim sendo,

*Marketing* é a área do conhecimento que engloba todas as atividades concernentes às relações de trocas orientadas para a criação de valor dos consumidores, visando alcançar determinados objetivos das empresas ou indivíduos através de relacionamentos estáveis e considerando sempre o meio ambiente de atuação e o impacto que essas relações causam no bem-estar da sociedade. (LAS CASAS, 2009, p.15). É um processo social por meio do qual pessoas e grupos de pessoas obtêm aquilo que necessitam e o que desejam com a criação, oferta e livre negociação de produtos e serviços de valor com outros (KOTLER, 2000, p. 30).

A Associação Americana de Marketing (2004) redefiniu o *marketing* como, sendo considerada uma função organizacional, bem como um conjunto de processos que envolvem a criação, a comunicação e a entrega de valor para o cliente, e também a administração do relacionamento com eles, de modo que beneficie a organização e seu público interessado (AMERICAN MARKETING ASSOCIATION, 2013 apud ABREU FILHO, 2016).

Kotler e Armstrong (2003, p.3 apud MOTA, 2009) ressaltam que a compreensão de *marketing* apenas como vendas e propagandas é muito comum, pois somos bombardeados diariamente por comerciais de televisão, anúncios em jornais e revistas, campanhas de mala-direta e de *telemarketing*. Conforme os autores citados, vendas e propaganda constituem apenas a "ponta do iceberg do marketing".

A American Marketing Association (AMA) apud Kotler e Armstrong (2003) define marketing da seguinte forma: *Marketing* é o processo de planejamento e execução da concepção, da determinação de preços, da promoção e da distribuição das ideias, bens e serviços e que tem como objetivo criar trocas que satisfaçam os objetivos dos indivíduos e das organizações.

Quanto a imagem de uma marca, esta é construída não só pelos esforços de comunicação, mas também pelos outros elementos do composto de *marketing*, como preço, atributos do produto, classe do produto, usos e aplicações, entre outros

(VELOSO, 2008 apud ABREU FILHO, 2016, p.33).

O foco do *marketing* na gestão pública perpassa pela valorização do cidadão e sua satisfação. De acordo com Kotler e Lee (2008 apud ABREU FILHO 2016, p.28):

A preocupação central do *marketing* é a produção de resultado que o mercado-alvo valoriza. [...]. No setor público, a mantra do *marketing* é a valorização e satisfação do cidadão. ” O público alvo da gestão pública é a sociedade e o seu bem-estar, o seu objetivo se constitui em resolver os problemas sociais e as solicitações do povo, proporcionando a prestação de serviços com a melhor qualidade, e utiliza o *marketing* para alcançar seu objetivo, diferentemente da área privada que utiliza essa ciência para obtenção normalmente de lucro.

Assim, colocam Kotler e Armstrong (2000, p. 29): “O *mix de marketing* consiste em todas as ações que a empresa pode empreender para influenciar a demanda de seu produto”.

Várias são as denominações para as ferramentas que são utilizadas no marketing, sendo denominadas como mix de *marketing*, compostos mercadológicos e composto de *marketing*. As atividades de *marketing* são denominadas como ferramentas em referência aos 4p's: (produto, preço, promoção e praça). Conforme expresso na figura 01 abaixo.

Figura 1 – Composto de Marketing



Fonte: Kotler e Keller (2012, p. 24).

Os 4P's representam para as ferramentas de *marketing*, a linguagem e a visão de vendedores a serem utilizadas para influenciar e facilitar trocas. O mix está representando a coalizão das ferramentas do *marketing* integradas e utilizadas o intuito é atingir os resultados desejados (ABREU FILHO, 2016).

**a) Produto:** o produto é o primeiro e mais importante elemento dos 4P's existentes no *marketing*, considerado o principal e mais relevante do mix de marketing, pode ser definido como o objeto principal das relações de troca que

podem ser oferecidos num mercado para pessoas físicas ou jurídicas, visando proporcionar satisfação a quem os adquire ou consome (LAS CASAS, 2009, p.186).

No que se refere ao produto, Abreu Filho (2016, p.30), destaca que:

O produto é a parte mais importante do composto de *marketing* “a parte mais importante do composto do *marketing* é o produto.” [...] “todos os demais componentes do composto de *marketing* são extremamente necessários e importantes, mas sem o produto, objeto principal da comercialização, eles seriam até mesmo inexistentes.

Ainda sobre o produto, o autor supracitado conceitua-o como sendo o objeto principal das relações de troca que podem ser oferecidos em um mercado para as pessoas físicas ou jurídicas, visando proporcionar satisfação a quem os adquire ou consome, estando sujeito à lei da oferta e procura, ou seja, quando os produtos são desejados e escassos, os preços tendem a subir para proporcionar o equilíbrio entre produção e consumo; se a oferta for, porém, maior que a procura, os preços tendem a diminuir para chegar ao equilíbrio desejado.

Segundo Machado (2012, p. 5),

Para a elaboração de um produto, muitos fatores são levados em conta, os autores definem três níveis de produto para a sua elaboração, o produto núcleo que é o benefício central, caracteriza a essência funcional do produto; o produto básico que contém como diretriz os fatores embalagem, nome da marca, nível de qualidade, design e características específicas do produto e o terceiro nível que implica nos serviços que envolvem a aquisição do produto como, instalação, serviço de pós-compra, garantia de entrega e crédito.

Ainda sobre o produto, Kotler e Keller (2012, p. 348) afirmam que o produto “é tudo o que pode ser oferecido a um mercado para satisfazer uma necessidade ou desejo, incluindo bens físicos, serviços, experiências, eventos, pessoas, lugares, propriedades, organizações, informações e ideias”.

Como exemplo de produto para o serviço público é possível nos referir aos institutos de educação profissional e tecnológica, no qual oferecem como produto seus cursos, programas, serviços, objetos físicos, e outros, uma vez que o termo produto pode ser compreendido como algo que pode ser oferecido ao mercado com o intuito de satisfazer a sua necessidade ou carência, quer seja da população ou da região na qual está localizada.

Considerando essas informações, tomando por exemplo uma instituição superior pública para Baruchi e Faria (2008 apud ABREU FILHO 2016), a instituição importa-se com seu “Produto” quando realiza a adaptação dos cursos existentes, utilização de serviços e ideais ao público, quando cria novos cursos, de acordo com as necessidades. Em seguida passaremos para a segunda ferramenta do *mix de marketing*.

**b) Preço:** segundo elemento dos 4Ps do *mix de marketing*, uma das ferramentas-chave de *marketing*, empregada por uma organização para atingir seus objetivos no campo *mercadológico*. Porém para o consumidor o preço é um elemento decisivo no momento de compra de um produto ou serviço sendo um fator que influencia na escolha do consumidor (ABREU FILHO, 2016, p.35).

A respeito dessa ferramenta Froemming (2009, p. 36), destaca que:

É uma ferramenta poderosa; em geral o fator mais importante a influenciar a decisão de um comprador. No campo público a variável concernente aos valores a que se chegará para decidir efetivar a troca, apresenta conotações muito mais complexas. Estará relacionado a tarifas, taxas, impostos e também envolverá os chamados desincentivos financeiros (como multas), a contrapartida e os incentivos financeiros (descontos). Prioritárias, além de disponibilizar profissionais altamente qualificados. Para determinar preços no âmbito público, é importante definir o objetivo de preço, que pode ser, por exemplo, recuperar o custo do produto, ter lucro, incentivar o uso, obrigar a adoção, dentre outros.

O preço é o elemento chave do *mix de marketing* que produz receita; os demais produzem custos. A esse respeito, Kotler (2000) afirma que o preço é também: um dos elementos mais flexíveis pode ser alterado com rapidez, ao contrário das características de produtos e dos compromissos com canais de distribuição.

O administrador pode optar por uma política de preço única, mas deve considerar que existem situações que justificam diferenças. Para evitar que ocorram diferenças injustificadas, os critérios a serem utilizados devem ser padronizados para não ocasionarem insatisfação entre os consumidores, conforme afirma Las Casas (2009).

Para os profissionais de *marketing*, o preço é a segunda ferramenta que representa o retorno dos investimentos feitos no negócio, constituindo-se uma indispensável ferramenta mercadológica. Além de valorizar as coisas, representa uma troca pelo esforço feito pela empresa que vende através da alocação de recursos,

capital, mão-de-obra e manufatura dos produtos comercializados. Vale salientar que saber determinar os preços é primordial para o desenvolvimento e lucratividade de uma empresa (LAS CASAS, 2009).

Ao longo da história, os preços foram determinados por meio de negociação entre compradores e vendedores. A determinação de um preço para todos os compradores é uma ideia moderna, que surgiu com o desenvolvimento do varejo em grande escala, no final do século XIX (KOTLER, 2000, p. 476).

**c) Praça:** a terceira ferramenta praça, denominada também como canal de distribuição, responsável pelo o caminho que o produto percorre desde sua produção até o consumo. Kotler e Armstrong (2007) definem como um conjunto de organizações interdependentes envolvidas no processo de oferecimento de um produto ou serviço para uso ou consumo de um consumidor final ou usuário empresarial. Um bom produto e um preço adequado não são suficientes para assegurar vendas.

Segundo Las Casas (2005, p. 212 apud ABREU FILHO, 2016, p.36) “[...]o fabricante elege os distribuidores de tal modo que possam vender seus produtos nos locais certos e também no tempo certo”. Por isso a praça se constitui em um fator importante dentro do *mix de marketing*. A decisão de escolha da localização é uma das mais relevantes a ser decidida pela administração, pois interfere diretamente na resposta da população.

Boone e Kurtz (1998) caracterizam a distribuição como sendo o agrupamento de várias instituições de *marketing* e suas estruturas de relacionamentos, com o intuito de promover o fluxo físico e nominal dos bens e serviços do produtor até o consumidor final ou usuário empresarial. Dias *et. al.* (2003) complementam que o processo de distribuição pode ser direto, ou seja, sem a participação de terceiros, ou indireto, com a utilização do atacado e do varejo. Os fatores que podem orientar a escolha do melhor sistema de distribuição são: classificação dos bens, disponibilidade de recursos, potencial de mercado, concentração geográfica dos clientes, necessidade de estocagem, complexidade do bem, entre outros (MACHADO, 2012).

É necessária também a existência de uma forma eficiente de conduzir os produtos até os compradores finais. Caso contrário, o plano de *marketing* será deficiente, pois os consumidores estão acostumados e muitas vezes exigem comprar seus produtos em locais que lhe sejam acessíveis, convenientes e disponíveis quando necessitarem (LAS CASAS, 2006).

As decisões sobre canal impactam sobre **onde, como e quando** as ofertas serão entregues e acessadas. Incluem também a “atmosfera” que rodeia o processo de troca ligada ao ambiente físico em que se processará o atendimento e disponibilização dos serviços públicos para a população. “Cada tipo de agência de serviço público, dependendo do serviço oferecido, terá suas metas e objetivos. O que é líquido e certo é que a conveniência de acesso realmente influencia comportamentos, e decisões relacionadas a isso exigem uma análise rigorosa de ganhos previstos em comparação a custos de ampliar a conveniência” (FROEMMING, 2009).

**d) Promoção:** a promoção é conhecida como a quarta ferramenta do *mix de marketing* e dentre suas atribuições tem a função de comunicação da empresa com o público-alvo que se deseja atingir. Nessa fase, deve-se visualizar as formas existentes e que sejam eficientes para que a informação e a divulgação dos produtos, serviços ou da marca da empresa atinja o consumidor (ABREU FILHO, 2016).

Muitos confundem a propaganda com a publicidade. No Brasil, publicidade (*publicity*) refere-se à divulgação não paga, já a propaganda, segundo a *Associação Americana de Marketing (AMA)*, é qualquer forma paga de apresentação não pessoal de ideias, produtos ou serviços, através de um patrocinador identificado (LAS CASAS, 2009).

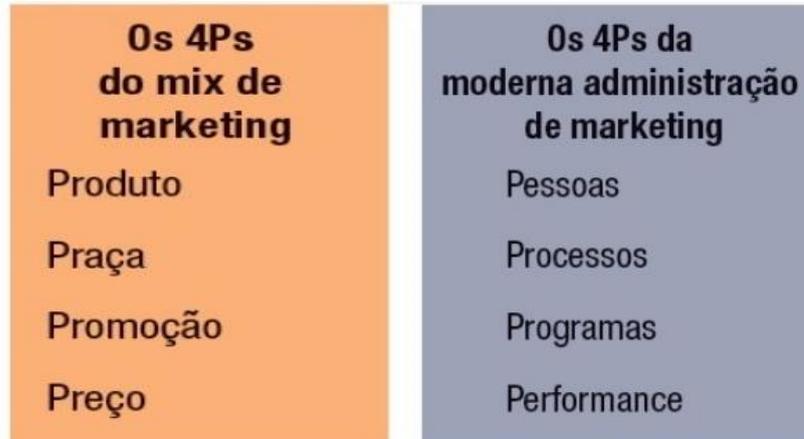
Para Churchill e Peter (2000) propaganda é qualquer anúncio ou comunicação persuasiva veiculada nos meios de comunicação de massa durante determinado período e num determinado espaço pagos ou doados por um indivíduo, companhia ou organização.

A promoção é a quarta ferramenta do *mix de marketing* e tem como função a comunicação da empresa com o público-alvo que se deseja atingir (ABREU FILHO, 2016).

Assim, criar uma ferramenta de gestão de *marketing*, que seja regularmente utilizada, faz parte do planejamento e do plano estratégico de uma empresa estruturada. Através do planejamento de *marketing* que permite analisar a competitividade do mercado e por meio dele a empresa poderá agregar valores aos seus produtos, serviços e atingir os resultados a serem alcançados.

Os quatro Ps do *Marketing* não representam mais todo o cenário, já existe uma atualização moderna representando as realidades dos 4ps do *Marketing*: pessoas, processos, programas e performance, conforme mostra a figura a seguir:

Figura 2: A evolução da administração do *marketing*



Fonte: Kotler e Keller (2012, p. 24).

a) As **pessoas** refletem, em parte, o *marketing* de dentro da organização, ou seja, o *marketing* interno, levando em consideração de que os funcionários são essenciais para o sucesso e desempenho do *marketing*. Além de refletir também situação em que as empresas só ver os consumidores como pessoas e compreendem as vidas delas em sua totalidade, não somente vistas como uma pessoa que compra e consome produtos.

b) O **processo** está relacionado a criatividade, a rigidez e estruturação ligada a administração do *marketing*, utilizada para orientar as tarefas e atividades, usando os conceitos avançados do *marketing* para que desempenhem o devido papel em tudo o que fazem. Esses processos levam a empresa a gerar de forma criativa *insights* e inovações em bens e as atividades de *Marketing*.

c) Os **programas** estão associados as tarefas que a empresa executa direcionadas aos consumidores, no qual incluem os 4Ps, do *mix de marketing*, e outras inúmeras atividades do *marketing*, em que devem estar unidas para proporcionar a realização dos múltiplos objetivos da organização.

d) A **performance** é o desempenho mais amplo do *marketing*, que retém os possíveis indicadores de resultados que resultem em implicações financeiras ou não, e implicações que transpassa, que a própria empresa, como por exemplo a responsabilidade social, ética e comunitária (KOTLER E KELLER, 2012, p. 24).

Logo, essas novas ferramentas descritas do *marketing* moderno são aplicadas a todos os setores, ligando os diretores com os seus funcionários e nos quais os 4P's (produto, preço, praça e promoção) são parte integrante do P - **programas**.

Trabalhando dessa forma com uma visão ampliada das ferramentas do *marketing*, que incluem por exemplo o endomarketing, quando aborda a questão do P - **peessoas** (ABREU FILHO, 2016, p. 30).

A comunicação através dos meios e canais de comunicação são ferramentas com um grande poder de inferir em uma população ou sociedade através do convencimento, quer seja para apresentar novos produtos, para passar uma informação pertinente para a sociedade ou para induzir as pessoas a comprarem determinado produtos.

A exemplo de uma instituição de ensino superior no qual é necessário que se tenha uma comunicação eficiente para que se conquiste o público desejado referentes aos seus cursos oferecidos. A esse respeito o autor destaca que:

Um programa eficaz de comunicação exige muita experiência profissional e não pode ser relegado ao acaso. Deve ser feito utilizando-se programas, alunos, ex alunos, campus e um programa formal de comunicações. As publicações da instituição devem ser revisadas em termos de qualidade e consistência de conteúdo e estilo. Sempre que possível, deve-se utilizar canais de comunicação, os mais personalizados possível, e adaptados às características dos segmentos de mercado que a instituição de ensino serve. Uma forma de aumentar o efeito da comunicação é utilizando-se a comunicação integrada de *marketing* (ABREU FILHO, 2016, p. 44).

Conforme Kotler e Armstrong (2003), a empresa deve se comunicar com os clientes existentes e potenciais, combinando todas as suas possibilidades de comunicação em um programa consistente de *marketing*.

A aplicação do *Marketing* no setor público é difícil e complexa. Crompton e Lamb (1986) e Wash (1989) apud listam uma série de dificuldades: (a) a determinação do consumidor – os cidadãos –, uma vez que os gestores não executam pesquisas de mercado, ou fazem uso de dados desatualizados, que impedem a identificação e segmentação de cidadãos que necessitam de serviços públicos; (b) o setor público é tradicionalmente uma organização que não se centraliza nas necessidades do cidadão-consumidor, já que tais mudanças requerem alteração na estrutura organizacional – menos burocrática; (c) a “hostilidade” do *Marketing* como uma opção de aplicação no setor público; (d) a falta de consciência de *Marketing* dentro do setor público inclui ausência de aprimoramento dos funcionários públicos, os quais, em última instância, são os responsáveis pela implementação das políticas públicas; (e) as estratégias de *Marketing* serem confundidas como comunicação, tais como propaganda e publicidade, e não como um pacote integrado de utilidades; (f) o “produto”, denominado em *Marketing* como sendo o “benefício”, a “experiência” ou a “solução” é diferente daquele oferecido pelo setor privado, porque o produto tem como objetivo, por exemplo, uma mudança social; (g) e finalmente, a atividade de *Marketing* dentro do setor público ocorre de forma parcial – comunicação – e é

operacional e não estratégica (SILVA, 2015, p. 25).

Segundo Kotler e Lee (2008, p.23) “o *marketing* acaba sendo a melhor plataforma de planejamento para uma agência pública que queira atender as necessidades do cidadão e que queira entregar valor real”.

No entanto, o marketing público está ligado diretamente à utilização das ferramentas do marketing como forma de solucionar os problemas e de melhoria para a entrega de valores, a satisfação e anseios dos cidadãos, satisfazendo assim as suas demandas.

O *marketing* público, por outro lado, é um processo social em que as necessidades de uma sociedade são identificadas, expandidas e servidas por um conjunto de instituições, independentemente de quem ocupa os cargos políticos. Dessa forma, estabelecem-se diferenças básicas com o *marketing* político, ou seja, o *marketing* público é desvinculado do processo eleitoral, em suas distintas fases, e é contrário ao personalismo e ao patrimonialismo. Sendo assim, deve ser empregado no setor público como filosofia de trabalho, voltada para o interesse público e para os princípios fundamentais da constituição brasileira (OLIVEIRA, 2013, p. 109).

Conforme Kotler e Armstrong (2003), a organização deve se comunicar com os clientes existentes e potenciais, combinando todas as suas possibilidades de comunicação em um programa consistente de *marketing*.

Assim, o *marketing* e suas ferramentas são de fundamental importância para o planejamento de uma instituição pública, para levar a imagem e a sua marca até os cidadãos a respeito da mesma. Nesse sentido, a presente pesquisa buscou mostrar como o *marketing* institucional é importante para que a população tenha conhecimento sobre o que é ofertado por uma instituição de ensino superior.

## 4 METODOLOGIA

A metodologia aplicada na pesquisa será descrita considerando a tipologia da pesquisa, instrumento de pesquisa, bem como a forma e a análise de dados.

### 4.1 TIPO DE PESQUISA

No tocante a abordagem do problema, a presente pesquisa classificou-se como qualitativa e quantitativa, esta, segundo Gil (2002, p.134), nas pesquisas quantitativas, as categorias são frequentemente estabelecidas a priori, o que simplifica sobremaneira o trabalho analítico. Consoante, Diehl (2004, p.51), o uso da quantificação tanto na coleta como no tratamento das informações, tem o objetivo de garantir resultados e evitar distorções de análises e interpretações.

Já nas pesquisas qualitativas, o conjunto inicial de categorias em geral é reexaminado e modificado sucessivamente, com vista em obter ideais mais abrangentes e significativos. Portanto, os estudos qualitativos, descreve a complexidade de determinado problema, em maior nível de profundidade, o entendimento das particularidades do comportamento dos indivíduos (DIEHL, 2004, p.52).

No tocante aos objetivos a pesquisa tem caráter exploratório, já que esse tipo de pesquisa habitualmente envolve levantamento bibliográfico e documental, entrevistas não padronizadas e estudo de caso (GIL, 1999).

Vergara (2007) colabora afirmando que as pesquisas exploratórias, possibilitam aumentar o conhecimento do pesquisador sobre os fatos, permitindo a formulação mais precisa de problemas, criar novas hipóteses e realizar novas pesquisas mais estruturadas. A esse respeito, Diehl (2004, p.53) coloca que: nas pesquisas exploratórias, o objetivo é proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torna-lo mais explícito ou a construir hipóteses.

### 4.2 UNIVERSOS DE AMOSTRA OU ABRANGÊNCIA

O universo da pesquisa consistiu em toda a população das cidades de Mossoró, Natal e São Gonçalo do Amarante no estado Rio Grande do Norte, sendo a amostra não-probabilística por conveniência e estratificada e que se limitou, aos

indivíduos dessas cidades. A pesquisadora consultou a população das referidas cidades sobre a importância do IFRN como instituição de ensino superior. Na amostra da pesquisa responderam ao formulário cento e trinta e cinco (135) pessoas, sendo (45) respondentes em cada município. A amostra é majoritariamente, do sexo feminino 66%, (89 indivíduos) e 34% do sexo masculino (46 indivíduos). A amostra é uma parcela convenientemente selecionada do universo (população); é um subconjunto do universo Marconi e Lakatos (2003, p. 163). Nesse sentido, Gil (2002, p.122) diz que: a amostra, caracteriza-se pela seleção de uma amostra de cada subgrupo da população considerada.

#### 4.3 COLETA DE DADOS

A coleta de dados foi realizada através de formulário. As perguntas foram formuladas pela pesquisadora e aplicadas mediante esses formulários. Nesse sentido, Gil (2002, p. 119) diz que o formulário se torna uma das mais práticas e eficientes técnicas de coleta de dados, por ser aplicável aos mais diversos segmentos da população e por possibilitar a obtenção de dados facilmente tabuláveis e quantificáveis. Para Diehl (2004, p.70), o formulário é um dos instrumentos essenciais para a investigação social, e seu sistema de coleta de dados consiste em obter informações diretamente do entrevistado.

O formulário constitui hoje a técnica mais adequada nas pesquisas de opinião e de mercado. Considerando, todavia, que, na aplicação deste, o pesquisador esteve presente e foi ele que registrou as respostas.

A pesquisadora coletou os dados em três (03) cidades do Rio Grande do Norte, sendo elas: Mossoró, Natal e São Gonçalo do Amarante. Todas tiveram a mesma quantidade de formulários aplicados, quarenta e cinco (45) pessoas abordadas em cada cidade, totalizando cento e trinta e cinco (135) pessoas, das quais 34% eram do sexo masculino e 66% do sexo feminino.

Os dados coletados na cidade do Natal aconteceram em 05 de dezembro de 2016, nas mediações da Avenida Rio Branco e na Rua João Pessoa, ambas no centro da cidade. Em São Gonçalo do Amarante, entre 22 e 25 de novembro de 2016, nas mediações da praça Dinarte Mariz, centro da cidade e, em Mossoró, entre 05 e 10 de janeiro/2017, nas ruas Bezerra Mendes e Coronel Gurgel, ambas, também, no centro

da cidade.

Como técnicas complementares de coleta de dados, também foi realizada uma pesquisa documental, onde se buscou informações sobre o histórico do IFRN, através do site <http://portal.ifrn.edu.br/>, no site do Ministério da Educação e Cultura (MEC), através do link <https://www.mec.gov.br/>, onde se buscou coletar informações sobre a Rede Federal de Educação Tecnológica, e em demais documentos do Ministério, as Instituição de Ensino Superior (IES), o Plano Nacional de Educação (PNE) e a Lei de Diretrizes e Bases da Educação (LDB)

#### 4.4 FORMA DE ANÁLISE DOS DADOS

##### 4.4.1 Escala de *Likert*

O instrumento de análise dos dados apresentou duas formas. Através de formulários que foram divididos em duas escalas sendo (06) perguntas na escala sim ou não, e (1) pergunta no modelo da escala de *Likert*.

Essa escala é a mais utilizada para medir o grau de concordância de pessoas a determinadas afirmações relacionadas a construtos de interesse, nesta escala os respondentes se posicionam de acordo com uma medida de concordância atribuída ao item, varia de 1 a 5, em que 81% concordaram totalmente (5), 15% concordaram parcialmente (4), 4% não concordaram e nem discordaram (3), 0% discordo parcialmente (2), e 0% discordo totalmente (1).

A Escala *Likert* é um tipo de escala de resposta psicométrica usada comumente em questionários, e é a escala mais usada em pesquisas de opinião. Ao responderem a um questionário baseado nesta escala, os perguntados especificam seu nível de concordância com uma afirmação na qual as opções de respostas variam em número de um a cinco ou mais. Esta escala tem seu nome devido à publicação de um relatório explicando seu uso por *Rensis Likert*, em 1932 (*LIKERT*, 1932, p. 1-55).

A utilização dessa escala, facilita a um respondente, emitir um grau de concordância sobre uma afirmação qualquer.

## 5 ANÁLISE DE DADOS

A análise de dados “é a tentativa de evidenciar as relações existentes entre o fenômeno estudado e outros fatores, relacionados em função de suas propriedades relacionais de causa-efeito, produtor-produto, de correlações, de análise de conteúdo etc. (Marconi e Lakatos, 2003, p.167). Na análise dos dados, segundo Gil (2002, p. 125), pode ocorrer também a interpretação dos dados, que consiste, fundamentalmente, em estabelecer a ligação entre os resultados obtidos com outros já conhecidos. Portanto, Deihl (2004, p. 86), acrescenta que a análise compreende sobre tudo das relações entre variáveis, as explicações e especificações dessas relações.

Para realizar a pesquisa foi necessária uma quantidade da população dos municípios do Natal e de São Gonçalo do Amarante, que serviu como amostra da pesquisa estudada da neste trabalho.

### 5.1 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Apresentou-se a seguir as informações dos dados coletados durante a pesquisa. Nas tabelas a representação dos dados obtidos por meio da estatística descritiva utilizando-se de percentuais, sobre a percepção da população em relação ao Instituto Federal – IFRN, como instituição de ensino superior (IES).

Nesse sentido, Andrade (2005), diz que a estatística permite analisar qualquer fenômeno, sem a necessidade de examinar todos os elementos deste fenômeno. A estatística descritiva aplica várias técnicas para descrever e sumarizar um conjunto de dados.

### 5.2 PERFIL DOS RESPONDENTES

A pesquisa em questão procurou identificar o sexo, idade, renda e escolaridade dos respondentes, 46 respondentes do sexo masculino menor de 24 anos ou 34%, e 89 pessoas do sexo feminino maiores que 25 anos ou 66%. A tabela a seguir mostra os dados detalhados sobre o perfil dos respondentes coletados na presente pesquisa.

Tabela 1: Perfil dos Respondentes

SEXO	IDADE	RENDA	ESCOLARIDADE
M 46 (34%)	DE 15 - 20 ANOS 17 (13%)	MENOS DE 1 SAL. 23 (17%)	ENS. FUNDAMENTAL 7 (5%)
	DE 21 - 30 ANOS 46 (34%)	DE 1 A 3 SAL. 98 (73%)	ENS. MED. IMCOMP. 10 (7%)
F 89 (66%)	DE 31 - 40 ANOS 36 (27%)	DE 3 A 6 SAL. 10 (8%)	ENS. MED. COMPLETO 68 (50%)
	DE 41 - 50 ANOS 22 (16%)	DE 6 A 10 SAL. 2 (1%)	ENS. SUP. INCOMPLETO 25 (19%)
	DE 51 - 60 ANOS 10 (7%)	MAIS DE 10 SAL. 2 (1%)	ENS. SUP. COMPLETO 25 (19%)
	MAIS DE 61 ANOS 4 (3%)		

Fonte: Autoria própria (2017).

A maioria dos respondentes tinham idade entre 21 e 30 anos: 46 pessoas ou 34%; 36 pessoas (27% do total) com idade entre 31-40 anos. O menor número de respondentes foram 17 pessoas com idade entre 15-20 anos ou 13%; 22 pessoas entre 41-50 anos ou 16%; 10 pessoas entre 51-60 anos ou 7% e 4 pessoas com 61-

76 anos ou 3%. Nota-se que a idade dos respondentes é em torno de: menos de 24 anos (masculino) e mais de 25 anos (feminino).

A renda da maioria das pessoas entre 1-3 salários 98 ou 72% e 23 pessoas menos de um salário ou 17% dos respondentes. Em relação a escolaridade dos respondentes, 7 pessoas ou 5% com ensino fundamental, 10 pessoas ou 7% com ensino médio incompleto, 68 pessoas ou 50% tinham o ensino médio completo, 25 pessoas com ensino superior incompleto ou 19% e 25 pessoas com ensino superior completo ou 19% dos respondentes. A pesquisa foi realizada com pessoas de idades distintas, onde o mais jovem tinha 15 anos e o mais velho 76 anos. No entanto a maioria dos respondentes tinha entre 21 e 30 anos, com renda de até 1 salário mínimo, em sua maioria, esses respondentes tinham escolaridade de ensino médio completo, destacamos que a participação do sexo feminino foi bem significativa, em relação ao sexo masculino houve uma certa resistência em responder ao formulário, percebeu a pesquisadora. Conforme mostra os dados a (tabela 1) referente ao perfil dos respondentes.

### 5.3 IMAGEM DO IFRN

Em relação à questão sobre a imagem do Instituto Federal (IFRN) foi perguntado as pessoas se elas já ouviram falar nas instituições ETFRN e CEFET. Do total, 122 pessoas, que correspondem a 90% dos respondentes, responderam “sim”, e que o nome CEFET é uma referência de instituição de ensino de qualidade, lembrado pelas pessoas entrevistadas durante a pesquisa; 13 pessoas (10%) responderam não, que não conhecem ou não ouviram falar na ETFRN ou CEFET. Em seguida, questionou-se se estes sabiam que o IFRN é hoje a antiga ETFRN e CEFET. Do total, 100 pessoas (74%) afirmou que sim, ao passo que 35 (26%) disse não saber que se tratam da mesma instituição.

Tabela 2: Nomenclaturas do IFRN (ETFRN, CEFET e IFRN)

ETFRN E CEFET	IFRN É ANTIGA ETFRN E CEFET
SIM 122 (90%)	SIM 100 (74%)
NÃO 13 (10%)	NÃO 35 (26%)

Fonte: Autoria própria (2017).

Os dados refletem o alto grau de conhecimento das instituições ETFRN e CEFET, antigos nomes utilizados para o Instituto. Durante 26 anos, tida como ETFRN (Escola Técnica Federal do Rio Grande do Norte). Segundo o histórico do IFRN: “a ETFRN ofertava cursos industriais básicos e ensino profissionalizante de 2º grau” e que várias mudanças importantes aconteceram como “o ingresso de estudantes do sexo feminino nos cursos regulares da Instituição, a partir de 1975”. (PORTAL DO IFRN, 2016).

Em relação ao Centro Federal de Ensino Tecnológico, o CEFET, ficou no período de 1998 a 2008, ou seja, 10 anos. Contudo a citada instituição está até hoje vive na memória da população potiguar.

De acordo com o histórico do Instituto Federal:

Os desafios incluíam a oferta de educação profissional nos níveis básico, técnico e tecnológico, além do ensino médio. Sua atuação no ensino de 3º grau começou com a oferta de cursos de graduação tecnológica, ampliando-se, posteriormente, para os cursos de formação de professores, as licenciaturas. Mais recentemente, a instituição passou a atuar também na educação profissional vinculada ao ensino médio na modalidade de Educação de Jovens e Adultos (EJA) e no ensino à distância (PORTAL DO IFRN, 2016).

O nome IFRN não é tão lembrado quanto ETFRN ou CEFET, o que pode ser explicado, em parte, pelo tempo de utilização do nome IFRN. Esse processo de mudança da nomenclatura ainda é confuso para a população potiguar, estando o nome CEFET ainda em evidência na percepção da população, em geral, sendo mencionado pela maioria dos respondentes mesmo não sendo utilizado há 10 anos, desde (2008). Essa informação retrata a forte necessidade de divulgar a imagem institucional, para que a população conheça melhor o que representa o IFRN no sentido de educação e qualificação profissional da população norte-rio-grandense. “As imagens (...) de uma organização são percepções que estão na cabeça dos públicos ou das pessoas individualmente, formadas pelo contato direto ou indireto com ela” (BUENO, 2009, p. 200 apud BITENCOURT, 2012, p.28).

Nesse sentido, Colnago (2011, p.16 apud BITENCOURT, 2012, p. 18) sustenta que as transformações socioeconômicas e os avanços tecnológicos dos últimos anos:

Obrigaram as organizações a reavaliar e ajustar processos, estruturas, formas de comercialização e paradigmas até então pouco mutáveis ou

confortavelmente estanques”. Neste sentido, a comunicação assume papel estratégico para as organizações, uma vez que é o instrumento mais capacitado para o intercâmbio de informações. Como parte desta sociedade em mutação, a comunicação nas organizações também vem sofrendo variações em seus conceitos, funções e definições.

Na próxima questão, os respondentes foram questionados, se tinham conhecimento que o IFRN ofertava cursos de nível superior. Do total, 85 pessoas (63%), responderam “sim”, enquanto 50 pessoas (37%) disse não saber, conforme tabela abaixo.

Tabela 3: IFRN OFERTA CURSOS DE NÍVEL SUPERIOR

NÍVEL SUPERIOR	
SIM	85 (63%)
NÃO	50 (37%)

Fonte: Autoria própria (2017).

Essa informação reflete que um percentual significativo da amostra não tem conhecimento que o IFRN oferece cursos superiores. O primeiro curso superior oferecido pelo então CEFET foi o de Tecnólogo em Processamento de Dados, cuja primeira turma iniciou-se em 1998, ou seja, há 19 anos. Mesmo assim, mais de um terço das pessoas não reconhecem o IFRN como instituição que oferece cursos superiores. Tais dados refletem uma falha na comunicação da instituição com o público externo em se tratando de ensino superior.

Cabe ressaltar, que são ofertadas 800 vagas entre os Cursos Tecnológico e as Licenciaturas, disponibilizadas para os campi das cidades do Natal, onde estão localizados três campi, IFRN Natal Central, Cidade Alta e Zona Norte. Em São Gonçalo e Mossoró.

**O Campus Natal-Central**, inaugurado em 11 de março de 1967, quando a antiga Escola Industrial de Natal foi transferida do prédio histórico da Avenida Rio Branco, centro da capital, para as instalações do atual Campus-Central. Dessa forma, sua atual configuração é resultado das transformações da instituição desde sua fundação, em 1909, como Escola de Aprendizes Artífices, depois, em 1937, como Liceu Industrial de Natal, 1942, Escola Industrial de Natal, 1965, Escola Industrial Federal do Rio Grande do Norte, passando em 1968 à Escola Técnica Federal do Rio Grande do Norte (ETFRN), em 1999, a Centro Federal de Educação Profissional e

Tecnológica (CEFET-RN), até o atual Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia (IFRN), em 2008. Atualmente o Campus Natal Central (CNAT), oferece (12) cursos de nível superior, sendo eles: Licenciatura em Espanhol, Licenciatura em Física, Licenciatura em Geografia, Licenciatura em Matemática, Tecnologia em Gestão Pública, Tecnologia em Análise e Desenvolvimento de Sistemas, Tecnologia em Comércio Exterior, Tecnologia em Construção de Edifícios, Tecnologia em Gestão Ambiental, Tecnologia em Redes de Computadores, Tecnologia em Automação Industrial e Engenharia de Energia. São destinadas 480 vagas por semestre, sendo 40 vagas por curso.

**O Campus Zona Norte**, com quase uma década de existência, inaugurado em 19 de abril de 2007, como uma das unidades integrantes da 1ª fase da expansão da educação profissional promovida pelo governo federal. Oferta (2) cursos superiores: Licenciatura em informática, Tecnologia em Marketing. (80 vagas por semestre, sendo 40 vagas para cada curso).

**O Campus da Cidade Alta** foi reinaugurado em 23 de setembro de 2009 por ocasião das festividades do centenário da instituição, atualmente denominada Instituto Federal do Rio Grande do Norte (IFRN), ou seja, há quase 08 anos. Neste Campus são ofertados (02) cursos Superiores de Tecnologia em Gestão Desportiva e de Lazer e Tecnologia em Produção Cultural, totalizando 80 vagas por semestre, sendo 40 vagas por cada um desses cursos.

**O Campus de Mossoró do IFRN** foi inaugurado em 29 de dezembro de 1994, com a denominação de UNED-Mossoró, está localizado na região semiárida, a 277 km da capital do Rio Grande do Norte - foi a primeira unidade de ensino descentralizada da então Escola Técnica Federal do Rio Grande do Norte-ETFRN, contemplada pela política de interiorização da educação profissional. São ofertados (2) cursos superiores: Licenciatura em matemática e tecnologia em Gestão Ambiental. São ofertadas 80 vagas por semestre, sendo 40 vagas para cada curso.

**O Campus de São Gonçalo do Amarante** teve sua inauguração no dia 5 de dezembro de 2012, juntamente com outros 29 campis, a segunda fase da expansão da educação profissional promovida pelo o governo federal em todo o país. No campus de São Gonçalo do Amarante são ofertados (2) cursos superiores: Tecnologia em Logística e Tecnologia em Redes de Computadores (80 vagas por semestre, sendo 40 vagas para cada curso). Totalizando 20 cursos ofertados pelo o IFRN dos municípios onde a pesquisa foi realizada.

Isso mostra que Instituto Federal do Rio Grande do Norte, ao longo de toda a história, busca propiciar a seus alunos um ambiente que leve à reflexão crítica sobre a conjuntura em que estão inseridos e a profissão que escolheram, de modo a se transformarem em agentes de uma sociedade mais justa e igualitária (BRASIL, 2016).

De acordo o Portal da Rede Federal de Educação Profissional, Ciência e Tecnologia:

Os Institutos, que compõem a Rede Federal de Educação Tecnológica, foram criados com intuito de profissionalizar pessoas das 'classes desprovidas', a Rede Federal se configura hoje como importante estrutura para que todas as pessoas tenham efetivo acesso à educação e às conquistas científicas e tecnológicas” (BRASIL, 2016).

Segundo a Coordenação de Comunicação Social e Eventos da instituição (COCSEV), o ensino superior não é tão conhecido devido ao grande número de universidades particulares existente no município do Natal. No entanto em 2015 os cursos superiores do IFRN, atingiram nota 4 de conceito, de acordo com a avaliação do MEC.

Dentre os que afirmaram saber que o IFRN oferece cursos superiores, os mais citados foram:

Tabela 4: CURSOS SUPERIORES: TECNÓLOGOS E LICENCIATURAS

TECNÓLOGOS E LICENCIATURAS	
GESTÃO AMBIENTAL	18 (13%)
LICENCIATURA EM MATEMÁTICA	11 (8%)
GESTÃO PÚBLICA	8 (6%)
LICENCIATURA EM GEOGRAFIA	3 (2%)
CURSOS NÃO OFERTADOS PELO IFRN	42 (32%)
NÃO CONHECE OS CURSOS	53 (39%)

Fonte: Autoria própria (2017).

Por fim, a tabela 4 revela um dado importante: dentre os 85 (63%) dos respondentes que afirmou saber que o IFRN oferece cursos superiores, 53 (39%) não foi capaz de citar nenhum dos cursos superiores e 42 (32%) citaram cursos que sequer são oferecidos pelo Instituto!

De acordo com os dados coletados na pesquisa mostra que a necessidade de divulgar os cursos superiores ofertados pelo IFRN, reforçando os dados da tabela 3.

Logo, para a organização, a marca representa um valor comercial que se transmite na ligação efetuada entre o utilizador e a organização, permitindo, isto, a diferenciação de uma marca líder, em contraponto com a sua concorrência. É um valor institucional que se traduz no sentimento de credibilidade que a marca estabeleceu no mercado, contribuindo para uma melhor imagem, e uma melhor gestão e satisfação dos recursos humanos (PINTO, 2007). Nesse sentido, a marca institucional é reconhecida através do aluno que usa a camisa com o símbolo do IFRN. Conforme a assessoria de comunicação o fardamento só é obrigatório para os alunos dos cursos integrados.

Esses alunos são identificados como sendo do IFRN, através dessas camisas do ensino integrado, o que não acontece com os alunos da graduação, que não são obrigados a usar fardamento onde são identificados como alunos do IFRN.

A Assessoria de Comunicação Social e Eventos (ACS), é o setor responsável pela divulgação da imagem institucional, não existe um recurso destinado para o *marketing* institucional, a assessoria recebe anualmente R\$ 170.000.00 (cento e setenta mil reais) para trabalhar com a comunicação e os eventos institucional, juntamente com o *marketing*.

A responsável pelo setor colocou que uma das formas de divulgação do marketing é através do portal do IFRN, pois divulgar o *marketing* através da imprensa privada tem o custo alto, e conta com a divulgação gratuita da imprensa. Existe uma preocupação institucional, a assessora acredita que os cursos superiores estão se consolidando aos poucos, e estão ocupando seu espaço dentre as IES.

A assessora foi questionada sobre o porquê do foco do IFRN ser mais o ensino integrado e a servidora colocou que isso já vem dos primórdios, desde o início da criação da instituição, que o intuito era qualificar as pessoas que viviam a margem da sociedade e inseri-las no mercado de trabalho. Essa informação se comprova ao se visualizar o site oficial do Instituto, que traz dois jovens estudantes com a farda do ensino técnico integrado.

Ainda sobre o portal do IFRN, as informações contidas no histórico institucional, como a lei de acesso a informação, serviços, legislação, sobre os campi instalados no estado do Rio Grande do Norte, seleção para professores substitutos, seleção para Programa de Pós-Graduação em Ensino (PPGE).

Diante da necessidade de se adequar às transformações tecnológicas, o IFRN alterou sua plataforma de interação virtual, sendo usada para divulgar suas notícias,

assim, foi preciso modificar seu *layout*, a fim de abranger também as pessoas que fazem parte ou não da instituição.

Figura 2: Site do IFRN.



Fonte: Portal do IFRN (2017).

A pesquisa Top Of Mind 2014, realizada pelo Jornal Tribuna do Norte dentro da Campanha TOP Natal 2014 com o objetivo de identificar as marcas/organizações mais lembradas em seus segmentos, trouxe a Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN) como instituição de ensino superior mais lembrada pelos moradores de Natal (40,3% do universo da pesquisa). No entanto, nessa pesquisa o IFRN não foi citado<sup>8</sup>.

Voltando aos cursos de nível superior citados pelos respondentes, o curso de Gestão Ambiental foi o mais citado 16 pessoas (12%), licenciatura em Matemática, 11 pessoas (8%), Gestão Pública, 9 pessoas (7%), Engenharia de Energia, 5 pessoas (4%), licenciatura em Geografia, 4 pessoas (3%), e licenciatura em Espanhol, 3 pessoas (2%). Para os respondentes em se tratando de cursos de nível superior eles citam cursos que não são ofertados pelo o IFRN, 87 pessoas ou 64%, citaram cursos

<sup>8</sup> BLOG BG Associado. **UFRN é a instituição de ensino superior mais lembrada em Natal.** Disponível em: <<http://blogdobg.com.br/ufrn-e-instituicao-de-ensino-superior-mais-lembrada-em-natal/>>. Acesso em: 15 de out. de 2016

ofertados por outras instituições de ensino superior públicas.

Na sequência os respondentes foram questionados se tinham conhecimento que o IFRN ofertava cursos de pós-graduação: 32 pessoas (24%), afirmaram “sim”, e 103 pessoas (76%) “não”. Entretanto, dos 32 respondentes que afirmaram “sim”, nenhum soube informar o nome do curso e nem a área, alegando que já ouviram falar por meio de alguém ou algum amigo fazia uma pós-graduação na instituição.

O IFRN oferta 20 cursos de tecnologia, 10 licenciaturas 1 curso de engenharia, além da graduação o instituto oferece curso de pós-graduação em diversas áreas distintas, Latu Sensu são ofertados 17 cursos e 4 Stricto Sensu.

Tabela 5: O IFRN oferta pós – graduação

PÓS- GRADUAÇÃO	
SIM	32 (24%)
NÃO	103 (76%)

Fonte: Autoria própria (2017).

Em relação à satisfação dos respondentes em relação aos cursos que o Instituto Federal oferta, se eles acreditavam que os cursos ofertados qualificam os alunos para o mercado de trabalho: 109 pessoas (81%), concordaram totalmente, 20 pessoas (15%), concordam parcialmente e 6 pessoas (4%), não concordaram e nem discordaram.

Os Institutos Federais instituídos através da Lei nº 11.892, de 29 de dezembro de 2008, representam um modelo inovador de instituição, e atuam na oferta de cursos de qualificação, técnicos, superiores de tecnologia, engenharias, formação de professores e programas de pós-graduação lato e stricto sensu. Suas unidades compõem a Rede Federal e são referências em suas áreas de atuação (PORTAL DO IFRN, 2016). No entanto o plano de desenvolvimento da educação – PDE mostra a importância da Rede Federal para a expansão da oferta e melhoria da qualidade da educação brasileira

[...] A missão institucional dos Institutos Federais deve, no que respeita à relação entre educação profissional e trabalho, orientar-se pelos seguintes objetivos: ofertar educação profissional e tecnológica, como processo educativo e investigativo, em todos os seus níveis e modalidades, sobretudo de nível médio; orientar a oferta de cursos em sintonia com a consolidação e o fortalecimento dos arranjos produtivos locais; estimular a pesquisa aplicada, a produção cultural, o empreendedorismo e o cooperativismo, apoiando processos educativos que levem à geração de trabalho e renda,

especialmente a partir de processos de autogestão. Quanto à relação entre educação e ciência, o Instituto Federal deve constituir-se em centro de excelência na oferta do ensino de ciências, voltado à investigação empírica; qualificar-se como centro de referência no apoio à oferta do ensino de ciências nas escolas públicas; oferecer programas especiais de formação pedagógica inicial e continuada, com vistas à formação de professores para a educação básica, sobretudo nas áreas de física, química, biologia e matemática, de acordo com as demandas de âmbito local e regional, e oferecer programas de extensão, dando prioridade à divulgação científica (BRASIL, 2017, p.8).

Diante ao exposto na tabela 06 a seguir, percebe-se, mesmo a maioria dos respondentes afirmando considerar que o IFRN qualifica seus alunos para o mercado de trabalho, a forma de como essa comunicação chega até o público externo em relação ao ensino superior não é satisfatória. Apesar de utilizar diversos meios de comunicação, como site, cartazes, folders, facebook, telefone, fale conosco e canais do *youtube*.

Tabela 6: Os cursos ofertados pelo IFRN qualificam os alunos para o mercado de trabalho

ESCALA DE LIKERT	
CONCORDO TOTALMENTE	109 (81%)
CONCORDO PARCIALMENTE	20 (15%)
NÃO CONCORDO E NEM DISCORDO	6 (4%)
DISCORDO PARCIALMENTE	0
DISCORDO TOTALMENTE	0

Fonte: Autoria própria (2017).

Os respondentes que não concordaram e nem discordaram, alegaram que a instituição não oferta os cursos que gostariam de cursar. A seguir foi perguntado aos respondentes se eles consideravam o IFRN uma instituição de qualidade, qual foi a surpresa da pesquisadora onde 133 ou (99%) consideram “sim”, e 2 ou (1%) “não”. Esse dado nos faz pensar e procurar entender como a população que não tem conhecimento sobre os cursos ofertados pela instituição, sejam eles, médio ou superior, mesmo assim, afirmam que é uma instituição de qualidade.

Tabela 7 - Instituição de Qualidade

INSTITUIÇÃO DE QUALIDADE	
SIM	133 (99%)
NÃO	2 (1%)

Fonte: Autoria própria (2017).

Em seguida os respondentes afirmaram que já ouviram falar na Rede Federal de Ensino Tecnológico em que 73 pessoas (54%) afirmaram “sim” e 62 pessoas ou (46%), “não”. Observe tabela abaixo:

Tabela 8 – Já ouviu falar na Rede Federal

REDE FEDERAL	
SIM	73 (54%)
NÃO	62 (46%)

Fonte: Autoria própria (2017).

Alguns respondentes acreditam que as nomenclaturas ETFRN, CEFET e IFRN, não tem diferença em seu significado. Outros questionaram se a rede federal seria a mesma coisa que o IFRN. E outra parte dos respondentes responderam que conhecia pois, escutou alguém falar sobre a Rede Federal de Ensino Tecnológico.

Na sequência a seguir foi perguntado se os respondentes fariam curso no IFRN, 130 pessoas ou (96%) afirmaram que sim, 5 pessoas ou (4%) afirmaram não. Esse dado nos leva a questão da tabela 7, onde (99%) dos respondentes considera o IFRN uma instituição de qualidade, e que confiam na qualidade do ensino ofertado pela instituição. Conforme mostra tabela abaixo:

Tabela 9 - Faria um curso no IFRN

CURSO NO IFRN	
SIM	130 (96%)
NÃO	5 (4%)

Fonte: Autoria própria (2017).

Na tabela 09, 96% dos respondentes afirmaram sim que fariam um curso no instituto federal e 4% não. Para os respondentes o nome IFRN tem credibilidade e também confiam na qualidade do ensino ofertado. Diante dos dados apurados, se confirma a credibilidade da instituição para os respondentes.

Por fim, foi perguntado aos respondentes se eles conheciam o campus do IFRN de sua cidade, a maioria 107 ou (79%) responderam, “sim” e 28 (21%) afirmaram “não”, não conhecem onde está localizado o campus do Instituto Federal de sua cidade, consoante mostra tabela 10.

Tabela 10 - Campus da Cidade

<b>CAMPUS</b>	
SIM	107 (79%)
NÃO	28 (21%)

Fonte: Autoria própria (2017).

Diante dos dados obtidos a pesquisadora questiona-se como é possível que (79%) da população afirmam conhecer o campus de sua cidade conforme tabela 9, e (99%) dos respondentes considerar o IFRN uma instituição de qualidade conforme tabela 7, e ainda (96%) desses respondentes afirmaram sim que faria um curso na instituição conforme tabela 8, não ter conhecimento sobre os cursos de nível superior ofertados e mais grave, não souberam citar os nomes dos cursos de nível superior do IFRN.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa teve como objetivo analisar a percepção da população potiguar sobre o IFRN como instituição de educação superior, bem como, apresentar todo o histórico e desenvolvimento do IFRN como IES (Instituição de Ensino Superior); identificar a imagem institucional que a sociedade potiguar possui do IFRN e identificar as causas que levam a esta imagem institucional.

Realizada através da aplicação de formulários, foram coletadas informações sobre o IFRN com a população de três (3) cidades do Rio Grande do Norte: cidade do Natal, São Gonçalo do Amarante e Mossoró.

Com relação a análise dos resultados, foi observado pela pesquisadora que existe um desconhecimento por parte dos respondentes em relação à educação superior ofertada pelo IFRN. Outro ponto observado foi sobre o marketing institucional, pois o foco é no ensino integrado, onde existe uma divulgação maior em detrimento dos demais. No entanto, apesar dos respondentes não conhecerem cursos de nível superior, o IFRN é considerado uma instituição de qualidade, para os respondentes, a referida escola forma profissionais para o mercado de trabalho, desde o ensino integrado ao ensino superior, independente de faixa etárias de renda, etnias e gêneros.

Foi observado, através da fala dos respondentes, que grande parte da sociedade ainda desconhece o IFRN como uma instituição ofertante de ensino superior. A primeira turma de graduação foi a de Tecnólogo em Processamento de Dados, iniciou-se em 1998, ou seja, há 19 anos.

Outro ponto que a pesquisadora destaca, é com relação a nomenclatura que muitas pessoas utilizam para se referir a instituição pesquisada. O nome CEFET, ainda é muito presente entre os respondentes, nome este modificado desde 2008, ou seja, mesmo a instituição tendo passado por uma mudança em seu nome há nove anos, para muitas pessoas, este fato ainda é confuso entre algumas pessoas que responderam à pesquisa.

Para a pesquisadora o objetivo da pesquisa foi alcançado, a percepção que se tinha em relação a educação superior do IFRN vem a se concretizar através dos dados coletados. O trabalho foi de grande valia, serviu para enriquecer os conhecimentos acadêmicos da pesquisadora. Espera-se que a pesquisa possa colaborar com o IFRN

e com a sociedade potiguar através das informações coletadas e que estão nela descritas.

A pesquisa teve algumas limitações como a quantidade de formulários aplicados, e o pequeno número de municípios contemplados na pesquisa – somente três, uma vez que o IFRN possui atualmente 21 campi espalhados por 16 cidades de todas as regiões do Rio Grande do Norte.

Portanto, recomenda-se investir no *marketing* institucional com a finalidade de divulgar os cursos de nível superior, para que a população tenha conhecimento que o IFRN forma e capacita profissionais preparados para ser inseridos no mercado de trabalho, proporcionando para todos as faixas etárias de renda, etnia, e gênero a equidade de acesso à educação superior.

Nesse sentido, faz-se necessário desenvolver futuras pesquisas em outras regiões do estado onde estão localizados os demais campi do IFRN, com o intuito de investigar se a imagem institucional é mais conhecida em outras cidades.

Conclui-se que a pesquisa foi de fundamental importância para a pesquisadora por se tratar de um tema, em se tratando de uma aluna da instituição, vivenciou em várias situações, pessoas dizer não saber que o IFRN ofertava cursos de nível superior. A pesquisadora espera que com essa pesquisa o *marketing* institucional venha atingir um público maior em relação ao ensino superior do IFRN.

## REFERÊNCIAS

ABREU FILHO, Alberto Gomes de. **Aplicação das Ferramentas de Marketing no Setor público: o caso no IFRN Natal-Central**. – 2016, 91 f. il.

DEFINITION of Marketing. In: AMERICAN marketing association. Disponível em: <<https://www.ama.org/AboutAMA/Pages/Definition-of-Marketing.aspx>>. Acesso em: 15 fev. 2017.

ANDRADE, Maria Margarida. **Introdução à Metodologia do Trabalho Científico**. 6. ed. São Paulo: Atlas 2005.

BRASIL. Ministério da Educação. Secretaria de Educação Superior (SESu). **A democratização e expansão da educação superior no país 2003-2014**. Disponível em:

<[http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com\\_docman&view=download&alias=16762-balanco-social-sesu-2003-2014&category\\_slug=dezembro-2014-pdf&Itemid=30192](http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_docman&view=download&alias=16762-balanco-social-sesu-2003-2014&category_slug=dezembro-2014-pdf&Itemid=30192)>. Acesso em: 17 fev. 2017.

\_\_\_\_\_. Decreto-Lei nº 547, DE 18 DE ABRIL DE 1969. Autoriza a organização e o funcionamento de cursos profissionais superiores de curta duração. Disponível em: <<http://www2.camara.leg.br/legin/fed/declei/1960-1969/decreto-lei-547-18-abril-1969-374120-publicacaooriginal-1-pe.html>>. Acesso em: 19 fev. 2017.

\_\_\_\_\_. Decreto nº 5.245 DE 15 DE OUTUBRO DE 2004. Regulamenta a Medida Provisória nº 213, de 10 de setembro de 2004, que institui o Programa Universidade para Todos – PROUNI, regula a atuação de entidades beneficentes de assistência social no ensino superior, e dá outras providências. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2004-2006/2004/decreto/d5245.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2004/decreto/d5245.htm)>. Acesso em: 25 jul. 2016.

\_\_\_\_\_. Decreto nº 5.773, DE 09 DE MAIO DE 2006. Dispõe sobre o exercício das funções de regulação, supervisão e avaliação de instituições de educação superior e cursos superiores de graduação e sequenciais no sistema federal de ensino. Disponível em: <<http://www2.mec.gov.br/sapiens/portarias/dec5773.htm>>. Acesso em: 21 jul. 2016.

\_\_\_\_\_. **Histórico da Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica**. 2016. Disponível em: <<http://redefederal.mec.gov.br/historico>>. Acesso em: 12 fev. 2017.

\_\_\_\_\_. **Programas e Ações**. Ministério da Educação e Cultura. Disponível em: <<http://portal.mec.gov.br/sesu-secretaria-de-educacao-superior/programas-e-acoas>>. Acesso em: 15 dez. 2016.

\_\_\_\_\_ **CENTENÁRIO DA REDE FEDERAL.** Disponível em: <<http://redefederal.mec.gov.br/centenario-da-rede-federal>>. Acesso em: 20 jul. 2016.

DIEL, Astor Antônio; TATIM, Denise Carvalho. **Pesquisa em ciências sociais aplicadas.** São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2004.

\_\_\_\_\_ **LEI Nº 11.892, DE 29 DE DEZEMBRO DE 2008.** Institui a Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica, cria os Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia, e dá outras providências. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2007-2010/2008/lei/l11892.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/l11892.htm)>. Acesso em: 23 jun. 2016.

\_\_\_\_\_ **LEI 13.005/2014.** Aprova o Plano Nacional de Educação - PNE e dá outras providências. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2014/lei/l13005.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l13005.htm)>. Acesso em: 18 jul. 2016.

\_\_\_\_\_ **LEI 8.948/1994.** Dispõe sobre a instituição do Sistema Nacional de Educação Tecnológica e dá outras providências. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L8948.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8948.htm)>. Acesso em: 22 jul. 2016.

\_\_\_\_\_ **LEI 6.545/1978.** Dispõe sobre a transformação das Escolas Técnicas Federais de Minas Gerais, do Paraná e Celso Suckow da Fonseca em Centros Federais de Educação Tecnológica e dá outras providências. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L6545.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L6545.htm)>. Acesso em: 18 jul. 2016.

\_\_\_\_\_ **LEI. 9.394/1996.** Lei de Diretrizes e Bases da Educação/1996. Estabelece as diretrizes e bases da educação nacional. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L9394.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9394.htm)>. Acesso em: 22 jul. 2016.

\_\_\_\_\_ **LEI Nº 5.540/1968.** Fixa normas de organização e funcionamento do ensino superior e sua articulação com a escola média, e dá outras providências. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L5540.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L5540.htm)>. Acesso em: 20 jul. 2016.

\_\_\_\_\_ **Plano Nacional de Educação 2014-2024** [recurso eletrônico]: Lei nº 13.005, de 25 de junho de 2014, que aprova o Plano Nacional de Educação (PNE) e dá outras providências. – Brasília: Câmara dos Deputados, Edições Câmara, 2014. 86 p. – (Série legislação; n. 125). Disponível em: <<http://www.observatoriodopne.org.br/uploads/reference/file/439/documento-referencia.pdf>> Acesso em: 26 jan. 2017.

\_\_\_\_\_ **PORTARIA Nº 2.051, DE 9 DE JULHO DE 2004** Regulamenta os procedimentos de avaliação do Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior (SINAES), instituído na Lei no 10.861, de 14 abril 2004.

BLOG BG Associado. **UFRN é a instituição de ensino superior mais lembrada em Natal.** Disponível em: <<http://blogdobg.com.br/ufrn-e-instituicao-de-ensino-superior-mais-lembrada-em-natal/>>. Acesso em: 15 out. 2016.

CASASSUS, Juan. **A escola e a desigualdade**. [S.l.:s.n.,2011].Disponível em: <https://www.seer.furg.br/remea/article/viewFile/3344/2000>.

CHURCHILL JR, Gilberto A.; PETER, J. Paul. **Marketing**: Criando valor para os clientes. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2000.

CURY, Carlos Roberto Jamil. A educação escolar, a exclusão e seus destinatários. **Educação em Revista**, Belo Horizonte, v. 48, p. 205-222, 2008.

SILVA, Edson Coutinho da. MARKETING PÚBLICO: UMA PLATAFORMA DE “TROCAS” NO SETOR PÚBLICO. **REA-Revista Eletrônica de Administração**, v. 14, n. 1, p. 20-42, 2015.

OLIVEIRA, Aline Lourenço de et al. O marketing público no contexto da reforma gerencialista do estado. **Desenvolve Revista de Gestão do Unilasalle**, v. 2, n. 2, p. 103-116, 2013.

FRANCO, Alexandre de Paula. Ensino Superior no Brasil: cenário, avanços e contradições. **Jornal de políticas educacionais**, v. 2, n. 4, 2008.

DIAS, Renata Flávia Nobre Canela et al.[S.l.:s.n] **A Democratização do Ensino Superior no Brasil: Algumas Reflexões**, 2015 p. 1228.

DURHAM, E. **Educação superior, pública e privada (1808 – 2000)**. Rio de Janeiro. Nova Fronteira. 2005, p. 201.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa** – 4. ed. – São Paulo: Atlas, 2002.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social** – 5. ed. – São Paulo: Atlas, 1999.

GHIRALDELLI JUNIOR, Paulo. História da educação brasileira. – 3. ed. – São Paulo: Cortez, 2008. p.29.

GUERRA, Lenin Cavalcanti Brito. **O processo de formulação do Programa Universidade para Todos**: atores, coalizões e interesses. 2015.

JUCÁ, MARIO CESAR; OLIVEIRA, PAULO JORGE DE; SOUZA, ROMILDO JOSÉ DE. **Cursos superiores tecnológicos**: um avanço da educação superior no Brasil. 2010.

KOTLER, Philip & ARMSTRONG, Gary. **Introdução ao Marketing**. 4 ed. Rio de Janeiro: Pearson, 2003.

KOTLER, Philip. **Marketing no serviço público**. Porto Alegre: Bookman, 2008.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin L. Administração de marketing 14. ed. São Paulo: Pearson, 2012.

LAS CASAS. **Marketing**. 7ª ed. São Paulo: Editora Atlas S.A; 2005.

MACHADO, Carolina de MN et al. Os 4 P's do Marketing: uma Análise em uma Empresa Familiar do Ramo de Serviços do Norte do Rio Grande do Sul. **Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia**, 2012.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas S.A, 2003.

MOROSINI, Marília Costa. O ensino superior no Brasil. In: STEPHANOU, Maria; BASTOS, Maria Helena Camara (Orgs.). **Histórias e memórias da educação no Brasil**. – vol. III: século XX. – Petrópolis, RJ: Vozes, 2005.p. 308-312

NATAL/RN. DIAGNÓSTICO DA EDUCAÇÃO BÁSICA E SUPERIOR (2009-2014). **PLANO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO (2015-2024)**. FÓRUM ESTADUAL DE EDUCAÇÃO. COMISSÃO PARA ELABORAÇÃO DO PLANO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO DO RN (Portaria n. 1109/2013 – SEEC/RN e Portaria n. 327/2015 – SEEC/RN), 2015.

PACHECO, Eliezer Moreira; SILVA, Caetana Juraci Rezende. In: Institutos Federais lei 11.892, de 29/11/2008: comentários e reflexões / organização, Caetana Juracy Resende Silva. – Natal IFRN, 2009. Disponível em: <[http://www.ifb.edu.br/attachments/4713\\_Lei%20n%C2%BA%2011.892%20-%20Comentada.pdf](http://www.ifb.edu.br/attachments/4713_Lei%20n%C2%BA%2011.892%20-%20Comentada.pdf)>. Acesso em: 23 jun. 2016.

PORTAL DO IFRN. Histórico. **De Escola de Aprendizes Artífices a Instituto Federal**. 2016. Disponível em:<<http://portal.ifrn.edu.br/institucional/historico>>. Acesso em: 15 abr. 2016.

RICHERS, Raimar. **O que é marketing**. São Paulo: Brasiliense, 1981.

SANTOS, Adilson Pereira dos; CERQUEIRA, Eustáquio Amazonas. **Ensino superior: trajetória histórica e políticas recente**, 2011. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/35836/Ensino%20Superior%20trajetoria%20historica%20e%20politicas%20recentes.pdf?sequence=1&isAllo wed=y>. Acesso em: 19 dez. 2016.

SAVIANI, Dermeval. **História das ideias pedagógicas no Brasil**. Autores Associados, [S.l.:n.s., 2007].

SCHWARTZMAN, Simon. O Ensino Superior: a busca de alternativas. Educação Brasileira (Revista do Conselho de Reitores das Universidades Brasileiras), n. 18, v. 37, p.11-45, julho - dezembro, 1996.

SILVA, Caetana Juraci Resende. Institutos Federais lei 11.892, de 29/11/2008: comentários e reflexões. Natal: IFRN, 2009. Disponível em: <[http://www.ifb.edu.br/attachments/4713\\_Lei%20n%C2%BA%2011.892%20-%20Comentada.pdf](http://www.ifb.edu.br/attachments/4713_Lei%20n%C2%BA%2011.892%20-%20Comentada.pdf)>. Acesso em: 23 jun. 2016.

SOARES, Maria Susana Arrosa. **A educação superior no Brasil**. IESALC-Unesco-Caracas. Porto Alegre, 2002.

TEIXEIRA, Anísio. **Ensino superior no Brasil: análise e interpretação de sua evolução até 1969**. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1989.

VELOSO, Andres Rodriguez. **Estratégias de segmentação e posicionamento direcionadas para o mercado infantil**. 2008. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 9 ed. São Paulo: Atlas, 2007.

VIEIRA, Regina Beatriz Bevilacqua. **Educação superior no contexto nacional: políticas, tensões e desafios**, 2013.

UNESCO (2016). Disponível em: <<https://nacoesunidas.org/agencia/unesco/>>. Acesso em: 20. jun. 2016.

APÊNDICE A: Formulário aplicado entre os respondentes da pesquisa.



CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM GESTÃO PÚBLICA

## FORMULÁRIO

### 1. VOCÊ É DO SEXO

- Masculino
- Feminino

### 2. QUAL SUA IDADE \_\_\_\_\_

### 3. ESCOLARIDADE

- Ensino Fundamental
- Ensino médio incompleto
- Ensino Médio completo
- Ensino Superior
- Pós-Graduação

### 4. RENDA MENSAL

- Menos de 1 salário mínimo
- De 1 a 3 salários mínimos
- De 3 a 6 salários mínimos
- De 6 a 10 salários mínimos
- Mais de 10 salários mínimos

5. Você já ouviu falar nessas instituições, ETFERN e CEFET?

- Sim
- Não

6. Sabia que o IFRN é atualmente a antiga ETFERN e CEFET?

- Sim
- Não

7. E qual a principal diferença entre elas (ETFERN, CEFET e IFRN)

---

---

8. Que cursos você sabe que o IFRN oferece (Nível Médio integrado). Se sim, quais?

---

---

9. Você tem conhecimento que o IFRN oferta cursos de nível superior?

- Sim
- Não

10. E que cursos superiores o IFRN oferece?

---

---

11. Sabia que o IFRN oferece cursos de pós-graduação? Se sim, quais?

---

---

12. Os cursos ofertados pelo IFRN qualificam os alunos para o mercado de trabalho?

- Discordo totalmente
- Discordo parcialmente
- Não concordo e nem discordo
- Concordo parcialmente
- Concordo totalmente

13. Você considera o IFRN uma instituição de qualidade?

- Sim
- Não

14. Faria um curso no IFRN?

- Sim
- Não

15. Já ouviu falar na rede federal de ensino tecnológico?

---

---

16. Se você tivesse a oportunidade de fazer um curso superior, você escolheria o IFRN? Ou uma instituição de ensino privada com bolsa?

---

---

17. Você conhece o campus do IFRN da sua cidade?

- Sim
- Não

