



XIII Coloquio de Gestión Universitaria en Américas

Rendimientos académicos y eficacia social de la Universidad

A COMUNICAÇÃO DA IMAGEM INSTITUCIONAL DA UNIJUÍ

Magna Stella Cargnelutti Dalla Rosa - UNIJUÍ

Lurdes Marlene Seide Froemming - UNIJUÍ

Patricia Spilimbergo - UNIJUÍ

Marcos Paulo Dhein Griebeler - UNIJUÍ

Resumo

Este estudo apresenta o processo e os resultados da Pesquisa de Imagem da UNIJUÍ levantada junto à Comunidade Externa, abrangendo os câmpus de Ijuí, Santa Rosa, Três Passos, Panambi e Núcleo Universitário de Tenente Portela. Como objetivo principal, esta pesquisa identificou a percepção que a comunidade externa tem da UNIJUÍ no desenvolvimento da Região Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul. De um total de 1013 questionários enviados a diversos atores sociais, a resposta veio com 599 deles, o que acabou representando 59% do total de selecionados para este estudo. Dentre os principais resultados, destacam-se como aspectos favoráveis elencados pelos respondentes: a UNIJUÍ como essencial à região e sua contribuição para com o desenvolvimento regional pela educação. No que se refere a críticas e sugestões destacam-se: a necessidade de melhorias em infraestrutura, o aumento no número de cursos de Mestrados e uma maior ênfase na formação humanística de seus cursos. Em suma, o desafio da CPA está em divulgar esses resultados junto à comunidade interna e externa, visando mostrar o olhar da comunidade externa sobre os diferentes aspectos da UNIJUÍ, fornecendo assim subsídios para o planejamento de suas unidades administrativas.

Palavras-chave: Desenvolvimento Regional; Serviços Comunitários; Gestão Universitária.



XIII Coloquio de Gestión Universitaria en Américas

Rendimientos académicos y eficacia social de la Universidad

INTRODUÇÃO

A comunicação com a sociedade é uma preocupação permanente da Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul – UNIJUÍ e tem como referência o fortalecimento do projeto de universidade comunitária. As políticas de comunicação, através de ações específicas, buscam interagir de forma efetiva com os diferentes segmentos sociais e apresentar as principais iniciativas e notícias que envolvem a Universidade e seus impactos na região.

A convergência entre as ações de comunicação e as políticas constantes no PDI é efetiva. Neste sentido, há uma experiência histórica acumulada que tornou factível a aproximação entre as políticas estabelecidas e os principais instrumentos institucionais de comunicação. O Portal UNIJUÍ, atualizado em tempo real, tem o objetivo de informar os diferentes públicos e mantê-los atualizados sobre os fatos que envolvem a UNIJUÍ e seu fazer em ensino, pesquisa e extensão. O Portal UNIJUÍ abre, a partir do UNIJUÍ VIRTUAL, ao professor e ao estudante a possibilidade de comunicação e organização acadêmica.

A Rádio UNIJUÍ FM, de caráter comunitário, publiciza notícias referentes ao mundo acadêmico, além de permitir a vivência de estudantes, principalmente os de Comunicação Social. Os diferentes cursos de graduação e de pós-graduação possuem programetes, veiculando informações significativas da área à comunidade. A estrutura e a forma de organização da Coordenadoria de Marketing, principal disseminadora da comunicação institucional, também comprova esta convergência. Dentre os canais, destacam-se o Comunic@, o Blog *Tá Ligado* e as Redes Sociais.

Os departamentos mantêm Informativos semanais ou quinzenais, veiculando notícias, agendas, atividades dos cursos, professores e estudantes.

Há um setor específico de atendimento, que possibilita o relacionamento com a comunidade interna, a Central de Atendimento ao Aluno. A Universidade mantém uma Central de Informações e atendimento *online*. Também são mantidos os telefones 0800, com os quais se estabelece um canal de comunicação direta com a comunidade, oferecendo informações qualificadas, especialmente no que se refere aos cursos de graduação, principalmente de EaD. Em nível interno, o software Sistema de Informações para o Ensino (SIE) agrega de forma inter-relacionada informações e procedimentos necessários à organização das atividades institucionais, principalmente acadêmicas e administrativas.

Destaca-se, em nível interno, o Programa de *Endomarketing* SINERGIA, que objetiva qualificar a comunicação interna e promover estratégias de motivação pessoal e profissional aos professores e técnicos da Universidade, visando a excelência no atendimento e relacionamento. Os principais canais de comunicação desse Programa são o Mural de Recados, Atendimento *online*, a Revista Sinergia, além dos “agentes sinergia”, que fazem um trabalho de motivação nos diversos setores aos quais estão adscritos.

Outra frente é o Escritório de Relações Internacionais, que promove a cooperação com outras IES, para além das fronteiras do país, para mobilidade de estudantes e professores e a condução conjunta de projetos de pesquisa. Além disso, a Ouvidoria da Universidade é um canal de comunicação com a comunidade interna e externa e tem o objetivo de escutar os diferentes públicos que interagem com a universidade.



XIII Coloquio de Gestión Universitaria en Américas

Rendimientos académicos y eficacia social de la Universidad

1. AVALIAÇÃO DA ATUAÇÃO DA UNIJUÍ JUNTO À COMUNIDADE EXTERNA

No contexto das políticas públicas de educação superior o estabelecimento do Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior – SINAES requer das universidades o olhar do todo institucional. O SINAES engloba a avaliação institucional (interna e externa), avaliação dos cursos de graduação e o ENADE (MEC, 2004). Os documentos e as regulamentações desse sistema destacam a importância da autoavaliação institucional, coordenada pela CPA.

Assim, levando em conta o caráter público não estatal da UNIJUÍ pelo viés comunitário, bem como a avaliação externa como uma das dimensões do SINAES, faz-se necessário o conhecimento da percepção da comunidade externa em relação ao papel da UNIJUÍ na região de sua abrangência.

Na perspectiva de buscar elementos e parâmetros para conhecer a imagem da Universidade Regional do Noroeste do Estado do RS - UNIJUÍ e a importância da sua atuação no desenvolvimento regional, a CPA desenvolveu o projeto “Pesquisa de Imagem da UNIJUÍ” junto à comunidade externa. Esta ação contou com a assessoria da professora Lurdes Marlene Seide Froemming. Definiram-se como público-alvo as seguintes entidades: Poder Executivo; Poder Legislativo; Rede Municipal (SMED); Rede Estadual (CRE); Escolas Particulares; APAE; Hospitais; Conselhos; Sindicatos; Coordenadorias Municipais e Estaduais; Igrejas; Associações; Quartéis (27º GAC, Brigada Militar, Bombeiros, Polícia Federal); Judiciário (OAB, Procuradoria Geral do Estado, Ministério Público, Fórum); Bancos; EMATER; Cooperativas; SENAI; SENAC; SESI; SESC; Conselho Tutelar; União das Etnias de Ijuí, abrangendo os quatro câmpus e o Núcleo Universitário da UNIJUÍ em Tenente Portela.

2. METODOLOGIA

A pesquisa foi aplicada pelos membros da CPA e Pró-Reitores de câmpus, a partir do mês de setembro até o mês de dezembro/2012, junto aos diferentes segmentos da comunidade externa, nos câmpus Ijuí, Santa Rosa, Três Passos, Panambi e no Núcleo Universitário de Tenente Portela. Sendo uma pesquisa tipo *survey*, utilizou-se um questionário com cinco (05) questões pré-estruturadas e uma (01) em aberto. A amostra foi não probabilística, por adesão e o Quadro 1 configura o conjunto de respondentes que compõe a amostra. Os dados foram tabulados no programa estatístico SPSS e são apresentados na forma de quadros e gráficos.

Considera-se como limitação a pesquisa com amostra não probabilística que gerou vieses detectados e filtrados na análise. Uma amostra no rigor das exigências de probabilidade estatística teria inviabilizado a pesquisa. O número de questionários aplicados e recebidos por câmpus estão registrados no Quadro 1.

Quadro 1 – Número de questionários aplicados e recolhidos.

Câmpus	Nº de questionários entregues	Nº de questionários retornados	% de retorno
Ijuí	682	383	56%
Santa Rosa	141	103	73%
Panambi	150	78	52%



XIII Coloquio de Gestión Universitaria en Américas

Rendimientos académicos y eficacia social de la Universidad

Três Passos	30	27	90%
Núcleo de Tenente Portela	10	08	80%
Total	1013	599	59%

Fonte: CPA, dezembro de 2012.

A UNIJUÍ E SUA COMUNICAÇÃO COM A SOCIEDADE REGIONAL

A seguir apresentam-se os resultados da Pesquisa de Imagem da UNIJUÍ, de forma globalizada da Instituição, embora seja possível fazer uma análise por câmpus (Ijuí, Santa Rosa, Três Passos, Panambi e Núcleo Universitário Tenente Portela). A amostra apresenta a composição de respondentes identificada no Gráfico nº 1

A maioria das entidades pesquisadas se constitui de público relacionado à educação em que se teve maior adesão à resposta, com 41% e a área pública em conjunto com as empresas completou outros 41%, restando 18% para outras representações da sociedade. No que concerne ao processo de sua participação no desenvolvimento local e regional, a UNIJUÍ é apontada como uma instituição que tem por missão as definições apresentadas no Gráfico nº 2.

Gráfico 1 – Entidades Pesquisadas, 2012.

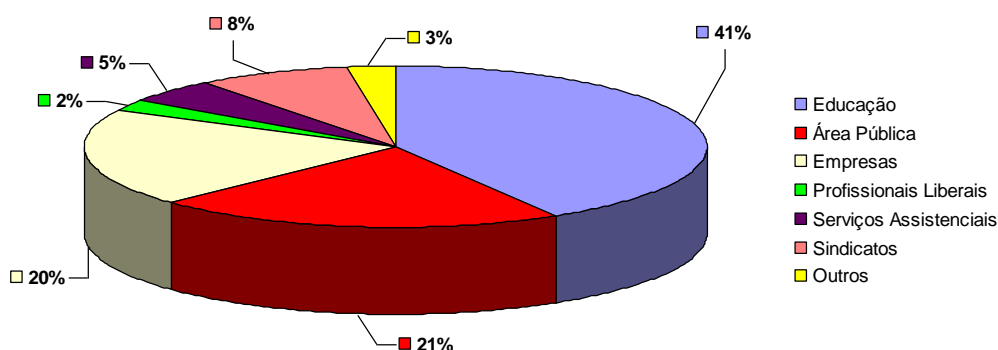
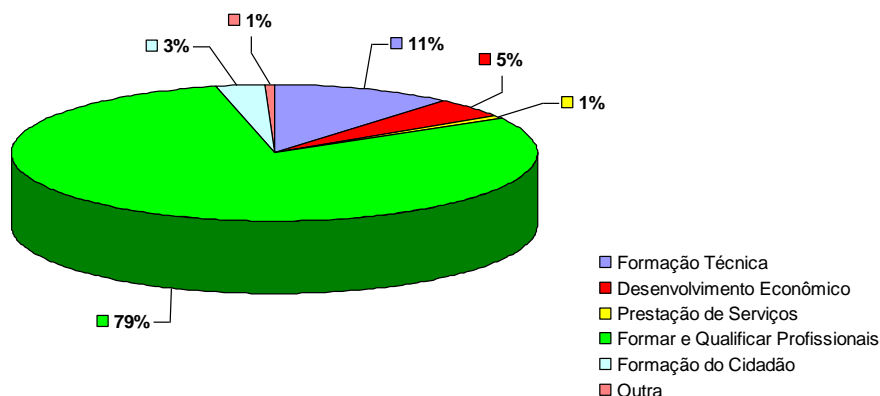


Gráfico 2 – Missão da Universidade na opinião das entidades pesquisadas, 2012.



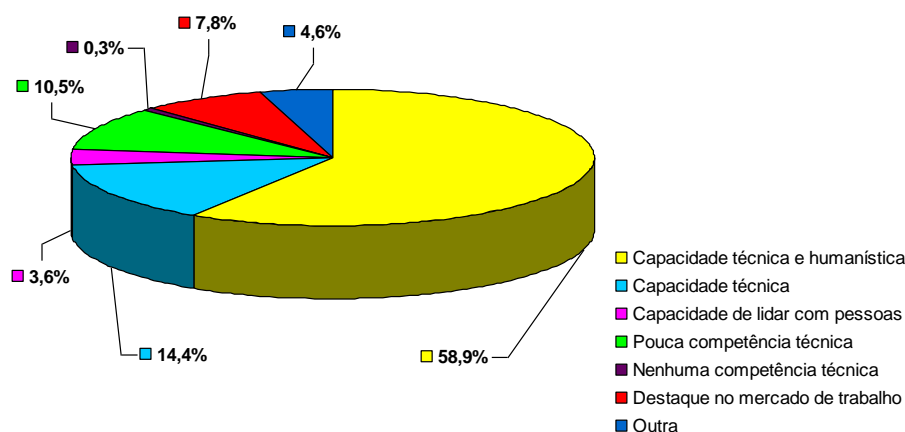


XIII Coloquio de Gestión Universitaria en Américas

Rendimientos académicos y eficacia social de la Universidad

Formar e qualificar profissionais reflete a imagem de missão identificada por 79% dos respondentes, que confere com a Missão estabelecida pela UNIJUÍ: “Formar e qualificar profissionais com excelência técnica e consciência social crítica, capazes de contribuir para a integração e o desenvolvimento da região”. A menção mais significativa, na sequência, é a de formação técnica com 11%, que está inserida, também, na dimensão de formar e qualificar profissionais. Na avaliação dos profissionais da UNIJUÍ em sua atuação no mercado de trabalho, o Gráfico 3 identifica as capacidades percebidas.

Gráfico 3 - Perfil dos profissionais formados pela UNIJUÍ, segundo as entidades pesquisadas, 2012.



A conjugação de capacidade técnica com humanística foi identificada como a marca desses profissionais por 58,9% dos avaliadores. Para 14,4% é a capacidade técnica que ressalta e em contrapartida um número ligeiramente inferior, 10,5%, considera que os profissionais formados pela UNIJUÍ apresentam pouca competência técnica.

O Gráfico 4 apresenta a percepção da inserção da UNIJUÍ no desenvolvimento local e regional. A metade (50,8%) identifica a UNIJUÍ em paridade com outras instituições no processo de desenvolvimento, o que se considera um bom resultado, pois é vista como um

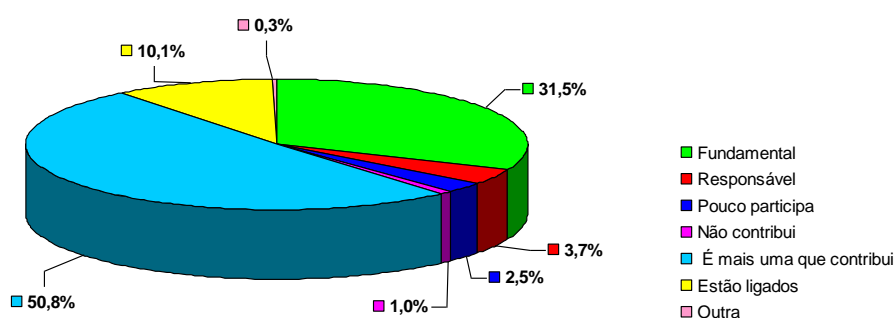


XIII Coloquio de Gestión Universitaria en Américas

Rendimientos académicos y eficacia social de la Universidad

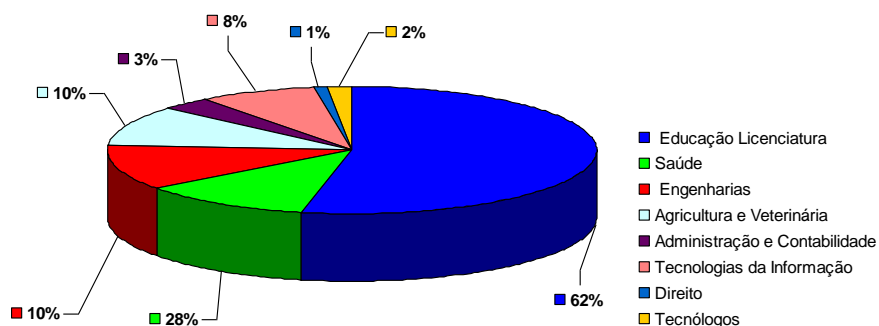
órgão de desenvolvimento integrado à sua comunidade e considerada fundamental para o desenvolvimento na avaliação de 31,5% dos respondentes.

Gráfico 4 - Participação da UNIJUÍ no desenvolvimento local e regional, segundo as entidades pesquisadas, 2012.



As áreas sugeridas para que a UNIJUÍ incremente sua atuação no sentido de contribuir para o desenvolvimento regional são apresentadas no Gráfico 5.

Gráfico 5 - Áreas que a UNIJUÍ precisa fortalecer segundo as entidades pesquisadas, 2012.



Percebe-se uma nítida tendência de indicação para a área da educação (licenciatura) com 62%. Este resultado deve ser avaliado no contexto da amostragem, que por ser não probabilística por adesão, teve alto retorno dessa área. Em análise individual por câmpus,



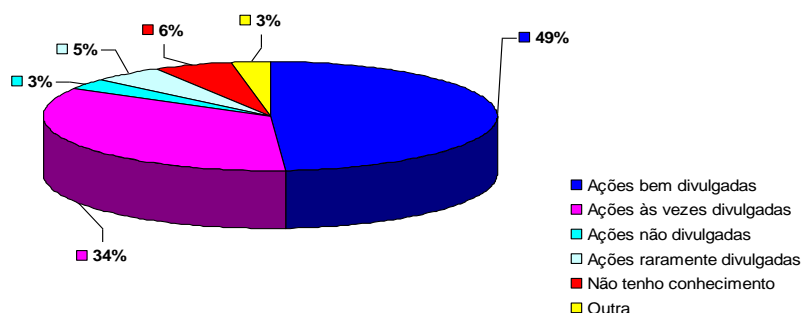
XIII Coloquio de Gestión Universitaria en Américas

Rendimientos académicos y eficacia social de la Universidad

surgem outras configurações que não se refletem no cômputo geral, pela quantidade bem menor de retornos obtidos.

A área de saúde é apontada por 28% dos respondentes e as engenharias, agricultura e Veterinária e Tecnologia da Informação na avaliação geral surgem com 10%, 10% e 8% respectivamente. Na identificação por câmpus essas áreas têm outras configurações explicadas pelo tamanho da amostra, como já mencionado, e também há que se considerarem as peculiaridades de cada região. No entendimento de North (1995, p.13) o autor entende que as instituições representam as regras do jogo em uma sociedade. Em uma caráter mais formal elas são as limitações idealizadas pelo homem, as quais dão forma à interação humana. Além disso, elas estruturam os incentivos na interação humana, sejam eles de cunho político, social ou econômico. Outrossim, a comunicação de uma Instituição com seus públicos é de suma importância para a formação da Imagem Institucional. Esse quesito é configurado no Gráfico 6.

Gráfico 6 - Programas e serviços de integração da UNIJUÍ com a comunidade, segundo as entidades pesquisadas, 2012.



Consideram que a UNIJUÍ divulga bem as suas ações 49% dos respondentes. Já 34% apontam que existem possibilidades de reforçar a informação, considerando que apenas às vezes as ações são divulgadas. Os demais 17% respondem julgando de fraca a inexistente, ressaltando-se que 6% sequer conhecem a divulgação. No entendimento de Bueno (2002, s.p)

“A comunicação integrada consiste no conjunto articulado de esforços, ações, estratégias e produtos de comunicação, planejados e desenvolvidos por uma empresa ou entidade, com o objetivo de agregar valor à sua marca ou de consolidar a sua imagem junto a públicos específicos ou à sociedade como um todo. (BUENO, 2002, s.p)”

Uma das questões da Pesquisa de Imagem da UNIJUÍ possibilitou aos respondentes apontar aspectos relevantes sobre a Universidade, em uma questão descritiva que se valoriza, pois é uma possibilidade de emergirem sugestões para reforçar o processo decisório organizacional. Destacam-se aspectos levantados pelos respondentes da pesquisa. Para



XIII Coloquio de Gestión Universitaria en Américas

Rendimientos académicos y eficacia social de la Universidad

viabilizar a análise dividiu-se em aspectos favoráveis e críticas e sugestões, conforme o Quadro 2.

Quadro 2 – Aspectos destacados, segundo as entidades pesquisadas, 2012.

Aspectos Favoráveis	Críticas e Sugestões
<ul style="list-style-type: none">➢Qualidade da UNIJUÍ superior à concorrência.➢Uma das melhores da região.➢UNIJUÍ é essencial na região.➢Bons professores.➢Bons cursos.➢Importância dos cursos da área tecnológica para a região.➢Base sólida para enfrentar o mercado de trabalho.➢Propicia visão crítica.➢O câmpus da UNIJUÍ, em Ijuí, é muito bom.➢É uma das melhores universidades do País.➢A presença de meios de comunicação importantes para divulgar a UNIJUÍ (Site, Rádio FM).➢Contribuição para o desenvolvimento.➢Reconhecimento no meio de atuação.➢Propicia formação das pessoas.➢Escritório Modelo de Santa Rosa, um exemplo de participação efetiva.➢As lideranças da UNIJUÍ estimulam outros profissionais.➢Propicia um olhar sistêmico.➢É referência profissional.➢Possui laboratórios para ensaios.➢Portas sempre abertas para solução.➢Trabalho sério com compromisso social.➢Boa formação teórica e prática.	<ul style="list-style-type: none">➢Formação do Curso de Ciências Contábeis muito teórica.➢Mais formação humanística.➢Custo alto para classe média.➢Algumas matérias na Universidade inferiores a cursos técnicos.➢Aumentar a relação com o setor produtivo.➢Aumentar projetos sociais.➢Humanizar o atendimento da Secretaria Acadêmica.➢Mais cursos de Mestrado.➢Melhorar instalações do IRDeR.➢UNIJUÍ com visão mercadológica/empresarial preocupa.➢Instituir uma política de divulgação dos cursos da UNIJUÍ nas escolas de Ensino Médio.➢Fortalecer mídias externas.➢Busca constante pela melhoria do quadro docente.➢Ampliar laboratórios.➢Climatizar salas.➢Proporcionar bolsas para continuidade da formação, na pós-graduação.➢Exigir maior responsabilidade e estudo dos alunos.➢Discutir as decisões com lideranças da comunidade.➢Intensificar a busca por recursos financeiros.➢Oferecer novos cursos.➢Oferecer cursos de educação musical.

Fonte: Pesquisa CPA 2012.

Algumas peculiaridades identificadas nos locais de atuação da Unijuí

Ao se ter as informações de cada câmpus e de núcleo em Tenente Portela, cumpre ressaltar algumas peculiaridades encontradas e descritas a seguir. Por primeiro, no câmpus de Santa Rosa, com relação às áreas que se deva enfatizar, a concentração não coincide com o resultado geral, despontando as áreas de Agricultura e Veterinária com 52%, seguido de Tecnologia da Informação com 27% e ainda as Engenharias com 21%. Há evidências de que esse resultado tenha relação com o grupo de respondentes que compuseram a amostra, assim constituído: entidades da área pública 43% e empresas 22%.

Da mesma forma o câmpus de Três Passos, diferentemente do geral, aponta como eleitas para incremento, Agronomia e Veterinária 45%, Direito e Educação 23% e Tecnologia



XIII Coloquio de Gestión Universitaria en Américas

Rendimientos académicos y eficacia social de la Universidad

da Informação 32%. Também essa amostra se configura com predominância de empresas - 50% - seguida de um contingente de 26,9% de profissionais liberais. Nesse câmpus também é ressaltada a avaliação da participação da UNIJUÍ no desenvolvimento regional, em que 65,4% dos respondentes consideram a UNIJUÍ fundamental para o desenvolvimento da região, e apontam como a missão da UNIJUÍ ser de formação técnica para 46,2%. Formar e qualificar profissionais foi a missão mais indicada pelo geral dos respondentes e nesse câmpus, esta opção aparece com 38,5%, também um percentual significativo.

Enquanto isso, o câmpus de Panambi teve uma amostragem predominante de empresas - 45% e sua definição para incremento dos cursos, também apresenta diferenciação do geral. As áreas de Administração, Contabilidade e Economia despontam com 34%, mesmo percentual apresentado para Tecnologia da Informação. A área da Saúde é apontada por 32% dos respondentes. Também na avaliação da participação da UNIJUÍ para o desenvolvimento, 50% não diferem da maioria, considerando-a como mais uma instituição que participa no desenvolvimento, porém é importante destacar que para 34% a UNIJUÍ é considerada fundamental para o desenvolvimento regional e 10,5% ainda definem que UNIJUÍ e desenvolvimento local estão intimamente ligados. Por último, estava o Núcleo de Tenente Portela o qual apontou a UNIJUÍ como fundamental para o desenvolvimento local com o percentual de 50%, agregado a 12,5% que a consideram responsável pelo desenvolvimento da região. O comentário é agregado, embora o número de participantes da amostra se constitua em apenas oito (8) respondentes.

A análise dos gráficos dos câmpus não foi feita de modo individual, optando por avaliar o conjunto da UNIJUÍ e ressaltar as peculiaridades. Os gráficos dos resultados por câmpus são agregados no apêndice 1. Sintetizando, a Pesquisa de Imagem da UNIJUÍ apontou uma tendência para a educação, configurada pela maior adesão de respondentes (41%) que se reflete na indicação de 46% da área das licenciaturas em educação como sugestão de foco de incremento institucional. A imagem predominante de missão que deve dirigir a UNIJUÍ é a de formar e qualificar profissionais, na avaliação da grande maioria (79%) dos respondentes. Por sua vez, esses profissionais, no mercado do trabalho são identificados como detentores de capacidade técnica e humanística por 58,9% dos respondentes. A comunicação da UNIJUÍ com seus públicos é percebida como boa por menos da metade dos respondentes (49%).

As ações institucionais é que formarão a imagem de participação da UNIJUÍ no processo de desenvolvimento local e regional, onde se identifica que a Instituição não desponta, ou seja, não se diferencia dos demais órgãos de desenvolvimento, pois mais da metade, 50,8%, percebem a UNIJUÍ como mais uma das instituições que contribui para o desenvolvimento local e regional.

Os resultados da pesquisa de imagem da UNIJUÍ frente à comunidade externa dos seus diferentes câmpus serão publicizados pela CPA tanto interna como externamente. Internamente junto aos gestores da universidade (reitor, vice-reitores, pró-reitores, chefes de departamento e gerentes de coordenadorias) visando mostrar o olhar da comunidade externa sobre os diferentes aspectos da UNIJUÍ, fornecendo assim subsídios para o planejamento de suas unidades administrativas. A divulgação junto à comunidade externa se dará por meio do INFORME de autoavaliação da UNIJUÍ publicado semestralmente.



XIII Coloquio de Gestión Universitaria en Américas

Rendimientos académicos y eficacia social de la Universidad

Além de toda esta gama de informações, pode-se ressaltar ainda que a parceria da CPA com a Ouvidoria está consolidada, ao passo que a comunidade interna e externa reconhece e utiliza esse canal de comunicação frequentemente. Este, por sua parte, permite aos diferentes segmentos da universidade manifestar suas críticas e sugestões em relação aos serviços prestados pela universidade, tanto em seus aspectos acadêmicos quanto administrativos. Para análise, as sugestões/críticas foram organizadas por segmento, ou seja, estudantes (questões pedagógicas e questões operacionais), técnico-administrativos e de apoio e comunidade externa. Os resultados obtidos constam no Quadro 3.

Quadro 3 – Postagens da Ouvidoria por Segmento

Segmento	2010	2011	2012
Estudantes	56	158	342
Docentes	-	5	17
Técnico-administrativos	4	24	10
Comunidade externa	20	30	133
Total	80	217	502

Fonte: CPA e Ouvidoria, 2012

Em relação ao ano anterior identificou-se um acréscimo de 46% nas interações dos alunos, professores, técnico-administrativos e de apoio e comunidade externa. Identifica-se pelos dados coletados que os estudantes utilizaram o canal de Ouvidoria com maior frequência que os outros segmentos. Do total de 502 postagens, 342 são de estudantes, ou seja, 68% das postagens. A CPA avalia como positiva essa articulação com a Ouvidoria, na medida em que ela possibilita a maior visibilidade da CPA e a efetivação de seu papel de constituir-se em uma comissão que promove e sistematiza os processos avaliativos.

CONCLUSÃO

A Comissão Própria de Avaliação considera que, dentre os instrumentos e metodologia utilizados no contexto do processo de avaliação interna e externa, os resultados da Pesquisa de Imagem da UNIJUÍ, fornecem subsídios para o planejamento das unidades administrativas. O desafio da CPA é divulgar esses resultados junto à comunidade interna e externa. Internamente junto aos gestores da universidade (reitor, vice-reitores, pró-reitores, chefes de departamento e gerentes de coordenadorias), visando mostrar o olhar da comunidade externa sobre os diferentes aspectos da UNIJUÍ, fornecendo assim subsídios para o planejamento de suas unidades administrativas.

Deste modo, a CPA apresentou neste relatório as metodologias próprias da Comissão, bem como as metodologias de avaliação das diversas unidades da instituição, envolvendo professores, estudantes, técnico-administrativos e de apoio e comunidade externa. A divulgação junto à comunidade externa acontece por meio do Informe de autoavaliação da UNIJUÍ, o qual é publicado semestralmente e eventos institucionais. Em outras palavras, entende-se que como grande desafio, a CPA terá o papel de encaminhar aos gestores o que foi apontado como potencialidades, fragilidades e perspectivas do conjunto das unidades pesquisadas. Além disso, fazer o acompanhamento das ações propostas pela comunidade



XIII Coloquio de Gestión Universitaria en Américas

Rendimientos académicos y eficacia social de la Universidad

regional com objetivo de mostrar que estas foram realizadas pela universidade a fim de sanar os problemas apontados pelos atores sociais envolvidos neste processo comunitário de gestão.

REFERÊNCIAS

- BUENO, Wilson da Costa. *Comunicação e gestão empresarial: cenários contemporâneos*. In: Revista de Pesquisa Comunicare. São Paulo: Editora Paulus, 2002.
- COMISSÃO PRÓPRIA DE AVALIAÇÃO DA UNIJUÍ - CPA. **Projeto de Autoavaliação Institucional – IV Fase 2010-2015**. Ijuí: UNIJUÍ, dezembro/2010.
- MEC/CONAES. **Diretrizes para a Avaliação das Instituições de Ensino Superior**. Brasília, agosto/2004.
- NORTH, D. *Instituciones, cambio institucional y desempeño económico*. México: Fondo de Cultura Económica, 1995.