

AS POLÍTICAS DE COMUNICAÇÃO INTERNA DAS (E NAS) UNIVERSIDADES GAÚCHAS.

Patrícia C. Rossi, Cleusa M. A. Scroferneker (PPGCOM-FAMECOS/PUCRS)

A universidade por atender a diversos segmentos de públicos, necessita valorizar a construção de políticas de comunicação. Entende-se por política de comunicação um conjunto de ações e estratégias que contemplam a comunicação institucional, interna e administrativa, e que oportunizam a interação, o diálogo e a participação, em uma perspectiva simétrica. (Grunig, 1984). Assim, o projeto objetiva analisar as políticas de comunicação interna desenvolvidas nas universidades gaúchas, procurando identificar o(s) modelo(s) de comunicação utilizado(s). O método utilizado é o da triangulação (Goldenberg, 1997). Foram selecionadas 13 universidades gaúchas que possuem Curso de Comunicação Social: UPF, UNISINOS, UNIJUÍ, URCAMP, UNISC, UNICRUZ, PUCRS, UCPEL, FEEVALE, UCS, UFSM, UFRGS, ULBRA. Fez-se um pré-teste com 5 universidades mediante um questionário via e-mail com questões abertas e fechadas. Também foi incluída na análise os sites dessas universidades. As universidades que responderam afirmam ter uma política de comunicação que contempla comunicação interna e externa. Dentre os principais instrumentos de comunicação utilizados destacam-se: jornais, cartazes, seminários, reuniões, rádio, intranet, internet, correio eletrônico e murais. A análise dos sites envolveu dois momentos: acompanhamento por um período de um mês e análise descritiva. Os critérios considerados foram: links, logomarca, slogan, cores utilizadas, interatividade, predominância ou não de texto, layout, formas de contato, serviços oferecidos, presença de banner. Sobre as cores, destaca-se a ocorrência do azul como mais utilizada, sendo que apenas 3 instituições não adotam a mesma como primeira opção. Há uma predominância de texto, além de uma tendência em localizar os links na laterais (principalmente esquerda) e no centro da página. Em relação à posição da logomarca, em 11 casos é posicionada no canto esquerdo. O layout segue um padrão ao longo do site. Os banners aparecem na página de 5 universidades. As universidades pesquisadas possuem, pelo menos na teoria, uma política de comunicação. Os sites, por sua vez, representam uma nova mídia que está sendo descoberta aos poucos pelas universidades. (PIBIC-Fapergs/PUCRS)