



As Assessorias de Comunicação nas Instituições de Ensino Superior Católicas - uma análise sob a ótica do profissional de Relações Públicas¹

Isabela Gaspar SILVA²
Sonia Aparecida CABESTRÉ³

Universidade Sagrado Coração, Bauru, SP

RESUMO

Na contemporaneidade, muito se discute sobre o crescente poder de consumo de população e a “corrida” para conquistar cargos almejados em empresas ou, até mesmo, sua ascensão. Neste cenário, inserem-se as Instituições de Ensino Superior, principalmente as de caráter Privado, que necessitam dispor de mecanismos que as auxiliem a conquistar este público. Desta forma, torna-se imprescindível que as IES tenham um departamento/setor responsável para gerir estas ações, tidas como comunicacionais, o que é configurado como Assessorias de Comunicação, abrangendo as três áreas afins da comunicação (Relações Públicas, Jornalismo e Publicidade e Propaganda). O presente estudo tem por objetivo refletir sobre a forma como comunicação tem sido trabalhada nas Instituições de Ensino Superior Privadas, especialmente as Confessionais Católicas que são Instituições de destaque no Brasil, uma vez que praticam um sistema educacional pautado em valores humanísticos e cristãos, considerados a base das relações sociais. Também, por intermédio de pesquisa documental, realizou-se levantamento de informações nos portais das Pontifícias Universidades Católicas localizadas nas Regiões Sul e Sudeste com base em critérios previamente definidos.

PALAVRAS-CHAVE: Assessorias de Comunicação; Relações Públicas, Instituições de Ensino Superior Católicas

1 O Ensino Superior no Brasil

¹ Trabalho apresentado no DT 3 – Relações Públicas e Comunicação Organizacional do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 3 a 5 de julho de 2013.

² Graduada em Comunicação Social com Habilitação em Relações Públicas, aluna do curso de Pós-Graduação em Comunicação nas Organizações pela Universidade Sagrado Coração (USC) e aluna especial no Programa de Mestrado em Comunicação Midiática pela Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Estadual Paulista (Unesp) - Bauru/SP/Brasil, email: isabelags28@yahoo.com.br

³ Doutorado em Educação – Ensino na Educação Brasileira. Professora do Curso de Relações Públicas da Universidade Sagrado Coração, Coordenadora do Curso de Especialização “Comunicação nas Organizações” na mesma universidade e Lider do Grupo de Pesquisa “Comunicação, Mídia e Sociedade” – GPECOM, e-mail: scabestre@uol.com.br. Orientadora do estudo realizado pela profissional Isabela Gaspar Silva.



Ao tentar traçar um panorama histórico sobre as instituições de Ensino Superior no Brasil, nota –se uma considerável resistência por parte de Portugal (quando o Brasil ainda era colônia) e, também, de alguns brasileiros que, na época, acreditavam ser mais importante que a elite procurasse completar seus estudos na Europa.

A maioria dos jovens graduava-se no Colégio dos Jesuítas e completava os estudos na Universidade de Coimbra ou em outras Universidades Europeias, o que gerava posições contra e a favor dentro da Companhia de Jesus (Jesuítas).

Por este motivo, no ano de 1583, o Pe. Miguel Garcia enviou um relatório a Roma, recusando a criação de cursos superiores no Brasil.

Conforme Cunha (2000, p.152):

No seu lugar, a metrópole concedia bolsas para que um certo número de filhos de colonos fossem estudar em Coimbra, assim como permitia que estabelecimentos escolares jesuítas oferecessem cursos superiores de Filosofia e Teologia. O primeiro estabelecimento de ensino superior no Brasil foi fundado pelos jesuítas na Bahia, sede do governo federal, em 1550. Os jesuítas criaram, ao todo, 17 colégios no Brasil, destinados a estudantes internos e externos, sem a finalidade exclusiva de formação de sacerdotes. Os alunos eram filhos de funcionários públicos, de senhores de engenho, de criadores de gado, de artesãos e, nos séculos XVII e XVIII, também de mineradores. Nesses colégios era oferecido o ensino das primeiras letras e o ensino secundário. Em alguns, acrescia-se o ensino superior de Artes e Teologia. O curso de Artes, também chamado de Ciências Naturais ou Filosofia, tinha duração de três anos. Compreendia o ensino de Lógica, de Física, de Matemática, de Ética e de Metafísica. O curso de Teologia, de quatro anos, conferia o grau de doutor. Em 1553, começaram a funcionar os cursos de Artes e de Teologia. No século XVIII, o Colégio da Bahia desenvolveu seus estudos de Matemática a ponto de criar uma faculdade específica para seu ensino. Cursos superiores foram também oferecidos no Rio de Janeiro, em São Paulo, em Pernambuco, no Maranhão e no Pará.

Desta forma, a demora na criação das Universidades brasileiras estende-se até o período monárquico, com a chegada da família real portuguesa em 1808.

De acordo com Martins (2002, p.4):

Neste ano, foram criadas as escolas de Cirurgia e Anatomia em Salvador (hoje Faculdade de Medicina da Universidade Federal da Bahia), a de Anatomia e Cirurgia, no Rio de Janeiro (atual Faculdade de Medicina da UFRJ) e a Academia Guarda Marinha, também no Rio. Dois anos após, foi fundada a Academia Real Militar (atual Escola Nacional de Engenharia da UFRJ). Seguiram-se o curso de Agricultura em 1814 e a Real Academia de Pintura e Escultura.

Assim, o Ensino Superior no Brasil foi se desenvolvendo de forma lenta: no início formava profissionais liberais em instituições isoladas e visava, principalmente, o prestígio social.

Após a proclamação da república em 1889, pouco foi alterado no Ensino Superior, pois a elite ainda não acreditava em vantagens para a construção de



Universidades no Brasil, o que é destacado no pensamento de Martins (2002), que dizia que, na época, 24 projetos foram propostos para a criação de instituições de Ensino Superior no período de 1808-1822, porém nenhum deles foi aprovado.

Já no fim do século XIX e com a criação da Constituição da República em 1891, começam a surgir Instituições de Ensino Superior Privadas, devido à iniciativa da elite, o que provoca uma ruptura no modelo de escolas já existentes, conforme ressalta Martins (2002, p.4):

O sistema educacional paulista surgiu nesta época e representou a primeira grande ruptura com o modelo de escolas submetidas ao controle do governo central. Dentre os cursos criados em São Paulo neste período, constam os de Engenharia Civil, Elétrica e Mecânica (1896), da atual Universidade Mackenzie, que é confessional presbiteriana. Nos 30 anos seguintes, o sistema educacional apresentou uma expansão considerável, passando de 24 escolas isoladas a 133, 86 das quais criadas na década de 1920.

A partir da década de 1920, as Universidades, até então criadas, mudam o seu foco, ou seja, de uma visão que priorizava as questões políticas para as funções de interesse das instituições na sociedade.

Conforme demonstra Martins (2002, p.4-5):

[...] As funções definidas foram as de abrigar a ciência, os cientistas e promover a pesquisa. As universidades não seriam apenas meras instituições de ensino mas centros de saber desinteressado. Na época, o país contava com cerca de 150 escolas isoladas e as 2 universidades existentes, a do Paraná e a do Rio de Janeiro, não passavam de aglutinações de escolas isoladas.

Mas, a ampla reforma educacional só aconteceu no governo do presidente Getúlio Vargas e ficou conhecida como Reforma Francisco Campos⁴, que previa a regulamentação do funcionamento das Universidades, inclusive com a cobrança da anuidade.

Mesmo com o avanço da reforma, este instrumento não atendia a principal bandeira do movimento, que era a de exclusividade pública ao Ensino Superior, além de permitir o funcionamento de instituições isoladas (MARTINS, 2002).

Desta maneira, o próximo período caracteriza-se por intensas disputas entre lideranças laicas e católicas pelo controle da educação, o que culminou com o movimento estudantil e de jovens professores em defesa do ensino público, o que levou

⁴ **Reforma Francisco Campos** - Nome da primeira reforma educacional de caráter nacional, realizada no início da Era Vargas (1930-1945), sob o comando do ministro da educação e saúde Francisco Campos. Essa reforma, de 1931, foi marcada pela articulação junto aos ideários do governo autoritário de Getúlio Vargas e seu projeto político ideológico, implantado sob a ditadura conhecida como “Estado Novo”. Dentre algumas medidas da Reforma Francisco Campos, estava a criação do Conselho Nacional de Educação e organização do ensino secundário e comercial [...]. Disponível em: <<http://www.educabrasil.com.br/eb/dic/dicionario.asp?id=372>>. Acesso em: 8 out 2012.



à criação da Lei de Diretrizes e Bases da Educação⁵, aprovada no ano de 1961. Essa legislação representou a vitória dos defensores da iniciativa privada.

Com esta nova lei e já no período do regime militar (1964), diversas mudanças ocorreram na educação superior no Brasil, conforme está destacado no pensamento de Martins (2002, p. 5):

1- instituiu o departamento como unidade mínima de ensino, 2 – criou os institutos básicos, 3 – organizou o currículo em ciclos básico e o profissionalizante, 4 – alterou o exame vestibular, 5 – aboliu a cátedra, 6 – tornou as decisões mais democráticas, 7 – institucionalizou a pesquisa, 8 – centralizou decisões em órgão federais. A partir de 1970, a política governamental para a área foi estimular a pós-graduação e a capacitação docente (PICD).

Devido ao avanço no sistema de Ensino Superior no Brasil, há uma crescente procura pelo ensino, saltando para cerca de 200.000 matrículas para ¼ milhão. E, na década de 70, o setor privado respondia pela quantidade de 62,3% dos matriculados e em 1994 para 69%.

Acentuou-se também uma redução da demanda de alunos no Ensino Superior, a partir de 1980, pois as Universidades tornaram-se inadequadas às novas exigências do mercado, somando-se à frustração das expectativas dos alunos.

Mesmo assim, no século XX, uma das principais transformações no ensino foi o atendimento às massas e não somente à elite, o que colocou o Brasil em 17º lugar no ranking entre os países latino-americanos (MARTINS, 2002).

Outro ponto significativo é destacado com a nova Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (LDB), votada em 17 de Dezembro de 1996, estabelecendo o seguinte: nas Universidades, um terço dos professores deve ter título de mestre ou doutor, o ano letivo deve conter dias efetivos de trabalho, entre outras alterações.

Assim, o Ensino Superior no Brasil deveria trabalhar o tripé ensino, pesquisa e extensão, considerando a base, tanto do ensino público, quanto do privado.

Desta forma, as Instituições privadas passam a ser identificadas como Universidades de ensino e as públicas como Universidades de pesquisa. As instituições de ensino privado passam a ser vistas como aquelas que ofertam uma metodologia de educação que atende às necessidades imediatistas da população, conforme é demonstrado no pensamento de Nunes (2004, p.2):

⁵ **Lei de Diretrizes e Bases da Educação** - é a lei orgânica e geral da educação brasileira. Como o próprio nome diz, dita as diretrizes e as bases da organização do sistema educacional. Disponível em: <<http://educarparacrescer.abril.com.br/politica-publica/lei-diretrizes-bases-349321.shtml>>. Acesso em: 8 out 2012.



As instituições de ensino superior privadas, principalmente, tem investido muito na formação de recursos humanos voltada para atender as necessidades (imediatas) do mercado de trabalho. São os cursos de graduação profissionalizante; cursos voltados para o mercado de trabalho. A grande maioria desses cursos são noturnos e, independentemente de serem bacharelados ou não, poderiam ter diretrizes específicas. São cursos oferecidos pelas universidades, centros universitários e faculdades profissionalizantes, conhecidas como universidades de ensino.

Conforme exposto nota-se que o processo de Ensino Superior no Brasil passou por diversas estruturações e mudanças ao longo do tempo, diversificando suas metodologias e formas de condução do sistema educacional, conforme o tipo de público e as demandas de mercado vigentes.

2 Universidades Privadas

De acordo com o pensamento de Boas (2003, p.1 *apud* CONSELHO; BESSA, 2004, p.10):

A trajetória do ensino superior privado no Brasil lembra um avião decolando em terreno pedregoso, sob atmosfera nebulosa e olhares incrédulos. O motor resfolega, mas impulsiona; o trem de pouso tropeça, mas sustenta; a fuselagem trepida, mas integra-se; as asas hesitam, mas conduzem; anônimo, o piloto usa o bom senso e a intuição à medida que os governos lhe permitem evoluir; cada manobra é um exame final. A educação superior particular faria seu vôo inaugural em 1896, dez anos antes do 14-Bis de Alberto Santos Dumont.

As instituições de Ensino Superior privadas começam a aparecer logo após a mudança da sede do governo português para o Rio de Janeiro em 1808. Fato que impulsionou a criação de Instituições Superiores no Brasil, mas que acabaram tornando-se públicas, com exceção da Escola de Engenharia Mackenzie College (1896), a atual Universidade Mackenzie de São Paulo.

Por outro lado, o setor privado tornou-se responsável pela maior parte da educação brasileira, conforme demonstrado pelas autoras Schwartzman e Schwartzman (2002, p.414):

Este sistema vem se expandindo nos últimos anos, e a expectativa é que ele se expanda ainda mais nos próximos anos, dado o tamanho ainda reduzido do ensino superior brasileiro, e as limitações do setor público. Só recentemente, no entanto, o ensino superior privado vem recebendo dos analistas a atenção correspondente a sua importância.



A expansão do Ensino Superior privado no Brasil está notificada no Censo da Educação Superior⁶, realizado pelo MEC no ano de 2011, conforme destacado na tabela a seguir:

Unidade da Federação/ Categoria Administrativa	Total
Brasil	6.739.689
Pública	1.773.315
• Federal	1.032.936
• Estadual	619.354
• Municipal	121.025
Privada	4.966.374

Figura 4 – Estatísticas básicas de graduação por categoria administrativa – Brasil – 2011
Fonte: MEC/Inep. Disponível em: <<http://portal.inep.gov.br/superior-censosuperior-sinopse>>. Acesso:19 jan 2013.

Assim, pode-se dizer também que o Ensino Superior privado assume um caráter social, uma vez que possibilitou também que o aluno de baixa ou média renda pudessem ser matriculados em um curso de graduação.

Denota-se que o setor privado da educação superior cresce e inova a cada dia, pois há uma discrepância do Ensino Superior privado em relação ao público:

[...]Uma explicação para isto é o fato de que, em diversos aspectos, o ensino privado discrepa do que normalmente se considera como o modelo ideal das instituições de ensino. Neste modelo ideal, o ensino superior se organizaria em universidades, enquanto que no ensino privado predominam as instituições isoladas e outras instituições não - universitárias; as universidades deveriam ter um forte componente de pesquisa, que quase não existe no setor privado; as universidades dão ênfase às áreas técnicas e científicas e às profissões clássicas, enquanto que o setor privado se concentra nas profissões sociais; nas universidades, os professores participam das decisões acadêmicas em um complexo sistema de colegiados, enquanto que o poder nas instituições privadas é centralizado. [...] (SCHWARTZMAN;SCHWARTZMAN, 2002, p.414).

⁶ O Censo da Educação Superior reúne informações sobre as instituições de ensino superior, seus cursos de graduação presencial ou a distância, cursos sequenciais, vagas oferecidas, inscrições, matrículas, ingressantes e concluintes, além de informações sobre docentes, nas diferentes formas de organização acadêmica e categoria administrativa. Os dados são coletados a partir do preenchimento dos questionários, por parte das Instituições de Ensino Superior (IES) e por importação de dados do Sistema e-MEC [...]. Disponível em < <http://portal.inep.gov.br/web/censo-da-educacao-superior>>. Acesso: 10 fev 2013.



Mesmo assim e com estas características, é notável que as instituições de Ensino Superior privadas no Brasil são responsáveis pela formação de mais de dois terços dos profissionais de alto nível do país, o que leva a acreditar que há um trabalho sendo feito para atender as necessidades do país de forma eficaz, pois a educação constitui-se na base de vida da sociedade, possuindo a principal característica de formação elevada e que contribui para a melhoria em diversos setores da sociedade, principalmente no que se refere às Instituições de Ensino Superior Privadas e Confessionais Católicas, em particular as Pontifícias Universidades Católicas (PUCs) existentes no Brasil.

3 Instituições de Ensino Superior Confessionais Católicas e as PUCs no Brasil

Conforme o documento 64⁷ da CNBB⁸, a “missão da universidade católica é servir à humanidade e à Igreja: garantindo, de forma permanente e institucional, a presença da mensagem de Cristo, luz dos povos, centro e fim da criação, no mundo científico e cultural (...).”

Neste sentido, as Universidades Confessionais Católicas tem a principal atribuição de propagar as mensagens das obras de Jesus Cristo, utilizando a educação como fonte primordial, ou seja, as reflexões pertinentes ao Evangelho e à religiosidade estão implícitas nos valores de tais Universidades.

O documento 64 da CNBB ainda diz que as Universidades Confessionais Católicas possuem o dever de “favorecer o encontro da Igreja com as ciências, as culturas e os graves problemas de nosso tempo”, movimentando o pensamento de que estas Instituições têm o objetivo de se firmar na sociedade e contribuir para o seu desenvolvimento.

Mesmo com todas as informações que tratam as Instituições Católicas com pensamentos voltados à religiosidade, o ingresso de estudantes é voltado para todos, sem distinção de credo religioso.

No Brasil, podem ser consideradas Universidades Católicas, as que possuem as seguintes características:

⁷ Disponível em: http://www.cnbb.org.br/site/component/docman/doc_details/127-64-diretrizes-e-normas-para-as-universidades-catolicas. Acesso: 10 mar 2013.

⁸ É a Conferência Nacional dos Bispos do Brasil é a instituição permanente que congrega os Bispos da Igreja Católica no país. Disponível em: < http://www.cnbb.org.br/documento_geral/OqueeaCNBB.pdf>. Acesso: 10 mar 2013.



- as Universidades instituídas ou aprovadas pela Santa Sé⁹;
- as Universidades que forem instituídas ou aprovadas pela CNBB;
- as Universidades instituídas ou aprovadas pelo Bispo diocesano;
- as Universidades criadas por um Instituto de Vida Consagrada, ou por outra pessoa jurídica pública, com o consentimento escrito do Bispo da diocese em que tiverem a sede jurídica;
- as Universidades fundadas por pessoas privadas – físicas ou jurídicas, eclesíásticas ou leigas – obtido o consentimento do Bispo da diocese em que tiverem a sede jurídica e mediante acordo escrito com ele, no qual expressam sua identidade católica e a aceitação dos princípios e normas que regem as Universidades católicas. (Documento 64 da CNBB).

Outro ponto importante que diz respeito às Instituições Católicas é a Confessionalidade, conforme o pensamento de Vasselai (2001, p. 84):

Em princípio, a atuação da instituição confessional, no campo da educação, tem como meta contribuir para a formação da pessoa como ser comprometido com a vida apesar de sempre fazer seus currículos de tal forma que estejam envolvidos com a realidade.

Desta forma, as Instituições de Ensino Superior Católicas identificam-se como Confessionais, pois tem compromisso de difundir os valores do Evangelho entre professores, funcionários e estudantes. Assim, realizam todo o trabalho educacional voltado para esta finalidade.

Uma Instituição de Ensino Superior Confessional Católica é, portanto, semelhante a qualquer outra Instituição de Ensino Superior, pois estimula o tripé ensino, pesquisa e extensão e realiza as demais atividades propostas como qualquer outra Universidade.

Estas Instituições desenvolvem um importante papel na sociedade brasileira, pois seu caráter religioso traduz uma contribuição específica, no que diz respeito à formação cultural, devido à visão cristã sobre o homem e o mundo, principalmente quando nelas são ofertadas disciplinas de certos graus acadêmicos de grande importância para a Igreja Católica, como é o caso da Pontifícias Universidades Católicas. Estas possuem capacidade para adotar cursos de Teologia, Direito Canônico e Filosofia, garantindo o bacharelado, licenciatura e doutorado que são importantes para a Igreja Católica, pois é papel da Universidade Pontifícia o desafio de colaborar para a evangelização da cultura e na formação de alto nível dos sacerdotes, religiosos e toda a sociedade.

⁹ A Santa Sé é a jurisdição eclesíástica do Papa e forma o “governo central” da igreja. Disponível em: <http://discoverybrasil.uol.com.br/ratzinger/santa_se/index.shtml>. Acesso: 10 mar 2013.



Tais Universidades localizam-se nas regiões sul e sudeste e disponibilizam um ensino de qualidade, voltado para os princípios que norteiam as Instituições de Ensino Superior. Confessionais Católicas, são elas: Pontifícia Universidade Católica de Campinas, Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Pontifícia Universidade Católica do Paraná, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro e Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, todas com excelente nível educacional e localizadas nas duas principais regiões econômicas do país.

Destaca-se, neste sentido, a importância de um departamento ou setor de comunicação, responsável pelos diferentes processos, relacionamentos da Universidade, tanto interna, quanto externamente.

4 Assessorias de Comunicação e/ ou de Imprensa nas Instituições de Ensino Superior

Considerando as mudanças ocorridas ao longo dos anos e a crescente mudança de hábitos e costumes de toda a população mundial, nota-se que os consumidores estão cada vez mais exigentes e em busca de produtos que atendam as suas expectativas financeiras, o que não é diferente no caso das Instituições de Ensino Superior privadas que buscam captar e fidelizar seus alunos.

De acordo com Galindo (2000, p. 79 *apud* GARCIA ; GARCIA, 2012, p.184):

Chamar a atenção é condição necessária para que o consumidor potencial se torne consciente da oferta feita pela empresa. A manutenção do interesse proporciona à empresa uma oportunidade para modelar o interesse do consumidor potencial. Estimular o desejo favoravelmente influi no processo de avaliação. E obter ação inclui o encorajamento à experiência e à subsequente adoção ou, em última análise, a troca ou a posse do produto ou do bem oferecido.

Neste sentido, as IEs necessitam dispor de uma assessoria de comunicação que as aproxime de seus públicos, seja por mensagens publicitárias ou pelas ações, estruturas e realizações que as colocam na mídia local e regional.

Configura-se desta forma, a possibilidade de inserção das três áreas afins da comunicação: jornalismo, relações públicas e publicidade e propaganda, que podem trabalhar os princípios da comunicação integrada.

No entanto, é preciso destacar que os profissionais de relações públicas foram ganhando espaço no cenário da comunicação, à medida que foram surgindo as



oportunidades em todos os setores, conforme é demonstrado no pensamento de Amaral (2003, p. 59, *apud* WELS, 2004, p. 5):

as relações públicas mudaram da atitude de ‘o público que se dane’ ou ‘que o público seja enganado’, preponderantemente no século XIX, para ‘que o público seja compreendido’, quando, no pós-guerra, os assessores de relações públicas passaram a ajustar clientes e públicos.

A partir deste pensamento, pode-se inferir que as organizações necessitam dispor de programas que facilitem seu fluxo de comunicação, tanto interna, quanto externamente. O que é tido como papel primordial de uma assessoria de comunicação, assim como afirma Wels (2004, p. 7):

[...] reafirma-se a necessidade de as organizações disporem de um programa efetivo de comunicação, que contemple tanto os processos internos, quanto externos, promovendo ações institucionais que construam pontes entre a administração e seus colaboradores, e entre a organização e a sociedade, esta representada pelos públicos vinculados. Para tanto, o campo da comunicação social ligado às organizações, abarca as três grandes searas de comunicação que o compõem: as relações públicas, o jornalismo e a publicidade e propaganda.

Outro aspecto importante, principalmente nos trabalhos de comunicação nas IES é a comunicação interna, tida como fator principal para o relacionamento com o público externo.

Conforme o pensamento de Garcia. P. e Garcia. E. (2012, p. 185):

Está cada vez mais claro que um bom relacionamento “porta para fora” é impossível de ocorrer quando “porta para dentro” ele é deficiente. Os esforços em bem comunicar aos *prospects* e alunos em curso os diferenciais da universidade, os valores, visão e missão que norteiam seu fazer educacional ficam comprometidos quando internamente não há esse compromisso.[...]

Assim, fica claro que o primeiro passo para a estruturação de uma assessoria de comunicação dentro das IEs é propor estratégias de aproximação do público interno com os objetivos organizacionais em questão, lembrando que não são somente os profissionais da comunicação que são os responsáveis por disseminá-los, mas todos os indivíduos envolvidos no processo, o que é configurado no pensamento de Kotler (1999, p.34 *apud* GARCIA.P ; GARCIA.E, 2012, p.186):

Qualquer departamento pode tratar bem ou mal os clientes, e isso afetará seu futuro interesse na empresa. [...] Empresas avançadas buscam fazer com que todos os seus departamentos sejam orientados para o cliente, ou mesmo que funcionem e função deste. Em mercados altamente competitivos, todos os departamentos têm de se concentrar na conquista da preferência do cliente.



Após este processo, será possível moldar estratégias que viabilizem a comunicação externa criando as condições favoráveis para que, cada vez mais, os alunos fiquem interessados nos serviços/cursos oferecidos pela Instituição em questão.

Apresentados os principais fundamentos relativos ao tema, destacam-se a seguir os resultados de uma pesquisa documental efetuada nos portais de três universidades católicas.

5 Pesquisa efetuada nos portais das Pontifícias Universidades Católicas

A pesquisa teve como objetivo principal identificar, selecionar, coletar e analisar informações disponibilizadas nos portais das PUCs, localizadas na região Sudeste do Brasil.

Para este estudo foram analisados os portais de três PUCs do Brasil (PUC Minas, PUC-SP e PUCRS), objetivando identificar e analisar o sistema comunicacional definido por cada uma das Instituições.

Neste sentido, elaborou-se um roteiro para a coleta e análise das informações disponibilizadas, com base em cinco quesitos (Acessibilidade de página, Dinâmica da página, Responsabilidade de atualização da página, Interatividade/Redes Sociais e Links e seções disponibilizadas).

As reflexões e os principais resultados estão destacados na sequência:

Quesito 1 – Acessibilidade da página

De acordo com as informações encontradas nos portais das Universidades, a PUC Minas e a PUCRS apresentam acesso rápido às suas páginas; porém, as informações estão dispostas de maneira confusa e as fontes apresentadas são de tamanho reduzido, dificultando a leitura e a fácil localização dos itens de interesse.

Por outro lado, a PUC-SP apresenta um portal totalmente acessível e com informações claras e dinâmicas, denotando a importância de constituir-se uma comunicação efetiva e que vai ao encontro dos interesses do público que a Instituição deseja atingir.

Estas proposições vem ao encontro do pensamento de Galindo (2000, p. 79 *apud* GARCIA; GARCIA, 2012, p.184), que afirma:

Chamar a atenção é condição necessária para que o consumidor potencial se torne consciente da oferta feita pela empresa. A manutenção do interesse



proporciona à empresa uma oportunidade para modelar o interesse do consumidor potencial. Estimular o desejo favoravelmente influi no processo de avaliação. E obter ação inclui o encorajamento à experiência e à subsequente adoção ou, em última análise, a troca ou a posse do produto ou do bem oferecido.

Ou seja, é necessário que as Universidades mantenham o seu “cartão de visitas virtual” dinâmico, atualizado e apresentando informações de interesse de seu público alvo, pois a grande maioria dos interessados procura informações, primeiramente na internet, sobre determinados serviços e produtos.

Pelo exposto, pode-se considerar que ainda é necessário promover ações de comunicação eficazes nos portais das Universidades e organizar as informações de forma que atendam às diretrizes propostas pela Instituição, com um layout claro e que dê ênfase às questões mais importantes.

Quesito 2 – Dinâmica da página

A partir da análise dos portais da PUC Minas, PUC-SP e PUCRS foi possível identificar que a única Instituição que possui uma página dinâmica e com linguagem acessível ao público universitário é a PUC-SP que, além de um portal atualizado e com “cara” jovem, organiza as informações de forma que estas fiquem sistematizadas.

Já, os portais da PUC Minas e da PUCRS não atendem às ações favoráveis de comunicação com seu *target* e disponibilizam páginas com informações desordenadas e confusas, com fontes pequenas e cores que não possuem harmonia com o texto e nem com as imagens apresentadas, denotando uma verdadeira poluição visual.

Desta forma, evidencia-se a importância de se trabalhar com ações de comunicação que traduzem os sentimentos do público que se quer atingir em uma Instituição de Ensino Superior

Quesito 3 – Responsabilidade de atualização da página

As análises efetuadas nos portais denotam que não há informação sobre o departamento ou setor responsável pela atualização da página. Apenas a PUC – SP e a PUCRS evidenciam informações sobre suas determinadas assessorias de imprensa e comunicação.



Quesito 4 – Interatividade/Redes Sociais

Os portais pesquisados apresentaram êxito ao identificar que possuem perfis nas redes sociais e que estes são atualizados constantemente com informações de interesse público. Com exceção da PUCRS, em cuja pesquisa foi preciso localizar os perfis na rede por meio do Google. As outras duas Universidades analisadas disponibiliza o link de acesso em seus portais.

A preocupação constante em manter as Instituições de Ensino Superior presentes nas redes sociais é atual e necessita de profissionais habilitados para identificar a forma de assegurar uma comunicação eficaz e correta, o que vem ao encontro do exposto pela pesquisadora Wels (2004, p.7), que assim se manifesta:

[...]reafirma-se a necessidade de as especializações disporem de um programa efetivo de comunicação, que contemple tanto os processos internos, quanto externos, promovendo ações institucionais que construam pontes entre a administração e seus colaboradores, e entre a organização e a sociedade, esta representada pelos públicos vinculados. Para tanto, o campo da comunicação social ligado às organizações, abarca as três grandes searas de comunicação que o compõem: as relações públicas, o jornalismo e a publicidade e propaganda.

Por outro lado, é importante frisar a necessidade de um planejamento para o layout das informações que são disponibilizadas nos portais das Universidades, como é o caso da PUC Minas e da PUCRS, que apresentam informações desalinhadas, confusas e sem padrão estético e atrativo para qualquer tipo de público, que seja de interesse da Universidade. Destaca-se, nesse sentido, a atuação do profissional de Relações Públicas, que pode ser o gestor desta ferramenta de comunicação.

Quesito 5 – Links e seções disponibilizadas

A pesquisa realizada nos portais da PUC Minas, PUC- SP e PUCRS demonstrou que a maioria das seções disponibilizadas fazem jus aos serviços oferecidos pelas Universidades, como os cursos de Graduação e Pós-Graduação, Extensão e algumas informações sobre o histórico de tais Instituições. Em alguns casos também há destaques para a Mantenedora, como é o caso da PUC-SP que é mantida pela Fundação São Paulo.

Estas proposições revelam que os portais disponibilizam informações, consideradas primordiais para que os públicos de interesse da organização tenham contato e acesso rápido a qualquer tipo de material que necessitam.

Sobre esse assunto, o pesquisador Galindo (2000, p. 79 *apud* GARCIA E GARCIA, 2012, p.184) menciona que:



Chamar a atenção é condição necessária para que o consumidor potencial se torne consciente da oferta feita pela empresa. A manutenção do interesse proporciona à empresa uma oportunidade para modelar o interesse do consumidor potencial. Estimular o desejo favoravelmente influi no processo de avaliação. E obter ação inclui o encorajamento à experiência e à subsequente adoção ou, em última análise, a troca ou a posse do produto ou do bem oferecido.

Neste sentido, torna-se condição *sine qua non* pensar em uma comunicação voltada para o interesse do público-alvo. Comunicação esta, que deverá ser clara e efetiva, trazendo sempre as informações com linguagem acessível e dinâmica.

6 Algumas considerações sobre o estudo

Compreende-se que a comunicação aliada a um bom planejamento, constitui-se elemento eficaz nos diferentes processos das organizações, principalmente as Universidades que necessitam dispor de processos comunicacionais atualizados para atingir o seu público-alvo.

As Instituições de Ensino Superior, principalmente as Católicas, que traduzem considerável relevância educacional no país, necessitam de constante atualização para atender as exigências do mercado que inova a cada dia.

Para isto, é de fundamental importância que as IEs Católicas possuam uma Assessoria de Comunicação que destaque a preocupação com o desenvolvimento das ações comunicacionais para os públicos de interesse, começando pelas ferramentas que são disponibilizadas para se trabalhar com a comunicação integrada que une os profissionais das áreas afins da comunicação (Relações Públicas, Jornalistas e Publicitários). Criando, desta maneira, formas de conduzir as ações de comunicação nas IEs Católicas, para que suas atividades sejam difundidas para toda a comunidade interna e externa. Com bom planejamento, as IEs poderão alcançar êxito e conquistar cada vez mais públicos.

O presente estudo ainda está em processo de continuidade, na medida em que outros quesitos serão considerados para avaliar a comunicação das IEs aqui mencionadas.



REFERÊNCIAS

CONFERÊNCIA NACIONAL DOS BISPOS DO BRASIL (CNBB). Diretrizes e normas para as Universidades Católicas: Segundo a Constituição Apostólica “Ex Corde Ecclesiae”. Disponível em:

<http://www.cnbb.org.br/site/component/docman/doc_details/127-64-diretrizes-e-normas-para-as-universidades-catolicas. Acesso: 10 mar 2013.

CONSELHO, D. E. A.do B. ;BESSA P.P. **Ensino Superior Particular no Brasil: Histórico e Desafios.** Disponível em:

<<http://www3.mg.senac.br/NR/rdonlyres/eoqcsmybxfmyfq5kq3bpqd7pplftb76aww24x4griymjsunbt6goq5w3qdubmetjzpswcfba5o72d/deise.PDF>>. Acesso em: 8 out 2012.

CUNHA, L.A. **Ensino Superior e Universidade no Brasil.** In: Lopes, E.M.T. et al. 500 anos de educação no Brasil. Belo Horizonte: Autêntica, 2000.

GARCIA, P.R.S.; GARCIA,E. de O. P. **Relacionamento no marketing das instituições de ensino superior.** In Comunicação Empresarial: Tendências e Perspectivas. All Print, 2012.

MARTINS, Carlos P.M. **Ensino Superior no Brasil: da descoberta aos dias atuais.** Disponível em:< http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-86502002000900001>. Acesso em: 8 out 2012.

NUNES, D. J. **Instituições de ensino pública versus privadas.**Disponível em: < <http://noticias.universia.com.br/destaque/noticia/2004/04/05/519614/instituies-ensino-publicas-versus-privadas.html>>. Acesso em:8 out 2012.

SCHWARTZMAN, J; SCHWARTZMAN, S. **O ensino superior privado como setor econômico.** Minas Gerais, 2002. Disponível em:< <http://www.schwartzman.org.br/simon/pdf/suppriv.pdf>>. Acesso em: 8 out 2012.

VASSELAI, C. **AS UNIVERSIDADES CONFESSIONAIS NO ENSINO SUPERIOR BRASILEIRO: identidades, contradições e desafios.** Disponível em :< <http://www.cogeime.org.br/wp-content/uploads/2012/11/As-Universidades-Confessionais-no-Ensino-Superior-Brasileiro-identidades-contradi%C3%A7%C3%B5es-e-desafios.pdf>>. Acesso em: 10 fev 2013

WELS, A. M.C. **Assessorias de comunicação social: panorama conceitual.** Disponível em: < galaxy.intercom.org.br:8180/dspace/bitstream/1904/17575/R1366-1.pdf >. Acesso em: 24 fev 2013.