



A INTERNET MODIFICANDO AS ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO DAS INSTITUIÇÕES

Daiana Stasiak¹, Jaqueline Quincozes da Silva², Eugenia M. Mariano da Rocha Barichello³

As instituições necessitam manter-se na esfera midiática para adquirir visibilidade e conseqüentemente conquistar legitimidade perante seus públicos. Assim, este ensaio teórico visa articular teorias que levam-nos a propor que a assessoria de comunicação deva configurar-se como um órgão estratégico dentro do contexto institucional contemporâneo, devendo utilizar a *internet* como meio de comunicação que facilita a interação com os públicos. Para tanto, visa-se esclarecer os principais conceitos que permeiam as ações de comunicação, como por exemplo, a legitimidade, derivado de Berger e Luckmann (1985), processo pelo qual, sociologicamente, os fatos e as ações são “explicados e justificados” para a coletividade. A busca da legitimidade, isto é, da justificativa das questões referentes à instituição, engloba o conceito de representação social, num contexto em que as instituições apresentam-se ao público com vistas à formação de opinião favorável e obtenção da legitimidade. Na atualidade, conforme Barichello (2000, 2001), afirma-se que este processo de disposição de representações e busca da legitimação deva passar obrigatoriamente pelos meios de comunicação, fato que nos insere no campo dos medias. O surgimento deste, de acordo com Rodrigues (1999) tem origem das tensões entre os demais campos sociais, na medida em que os campos autônomos necessitam impor regras e valores para a sociedade, para tanto, os *medias* ofertam espaços onde a instituição apresenta-se aos seus públicos, porém na maioria dos casos, os detentores dos meios adaptam as informações de acordo com valores e ideologia destes, modificando, por vezes o sentido dos fatos. Até poucos anos atrás eram consideradas mídias apenas os meios tradicionais como por exemplo, o rádio, a TV e o jornal impresso, com os avanços tecnológicos a esfera midiática incorporou a *internet*, meio de convergência que reúne som, imagem e textos simultaneamente, hoje, os *sites* configuram-se como canais abertos que trazem a possibilidade de interação direta com os públicos, sem que a informação passe pelo crivo das mídias tradicionais e possa ter seu sentido modificado. Este fato, transforma alguns pressupostos no que concerne às teorias e práticas da Comunicação, pois, o espaço midiático, proposto por Sodré (2002), implica novas formas de perceber e contabilizar o real. Este trabalho visa demonstrar que existem alternativas de construção da visibilidade onde o mundo digital, mais especificamente os *sites* oferecem a oportunidade da instituição apresentar-se diretamente aos seus públicos utilizando estratégias com vistas a construção de imagem favorável e conquista da legitimidade. Assim, é imprescindível ao comunicador, entender que as exigências do mundo globalizado impulsionam as instituições a agir de forma estratégica, planejada e organizada para a manutenção da visibilidade e presença na esfera midiática, fato imprescindível para a existência da instituição na contemporaneidade.

¹ Acadêmica do 8º semestre do Curso de Comunicação Social- Habilitação em Relações Públicas da UFSM

² Co-orientadora do Projeto, Mestranda do Programa de pós-graduação em Comunicação Midiática da UFSM

³ Orientadora do Projeto de Pesquisa, Professora Doutora Departamento de Ciências da Informação da UFSM