



O EGRESSO COMO PARCEIRO INSTITUCIONAL NUMA UNIVERSIDADE REGIONAL: O CASO DA UNIJUÍ¹

Enise Barth Teixeira², Marivane da Silva³

INTRODUÇÃO: É notório para a comunidade científica que a sociedade passa por um processo de transição, do capitalismo industrial para a era do conhecimento e do consumo, e que tem afetado significativamente o cenário da educação superior no país, que produz conhecimentos com relevâncias científica, sociais, culturais, econômicas, democráticas, éticas e, ainda, requer que se pense no local sem desconsiderar a dimensão do global, resignificando o sentido das fronteiras. O novo contexto pressupõe um novo modelo educacional em que a ênfase está no capital humano e intelectual da sociedade da informação e do conhecimento, em que o mundo gira em torno de símbolos, webs e laços de feedback, conectividade e interatividade. As universidades assumem a missão de alimentar a sociedade do conhecimento pensando as contradições do mundo globalizado e competitivo e de constituir pessoas que pensem a educação como um processo contínuo de formação - de ser estudante para toda a vida. Entretanto, com a nova noção de espaço e de tempo da sociedade atual, que prima às experiências vividas. Nesta perspectiva, as Universidades passam a se preocupar com os diferentes públicos que se relacionam com ela e, entre os seus dezesseis stakeholders, o recorte da pesquisa ficou centrado no estudo da relação dos egressos de Administração com a Unijuí. Para pensar a relação da universidade com a sociedade foi importante analisar a relação existente entre a Unijuí e os egressos de Administração no contexto do desenvolvimento regional. Para ampliar o entendimento da relação da universidade com a sociedade fez-se necessário considerar as dimensões internas e externas da Universidade, tendo como parâmetro inicial os resultados parciais da avaliação institucional realizada pela Comissão Própria de Avaliação (CPA) da Unijuí e suas características específicas de uma universidade comunitária e regional. **MATERIAL E MÉTODOS:** Com base no paradigma fenomenológico que fundamentou a investigação de cunho interpretativa e qualitativa e do tipo exploratória e descritiva no estudo de caso de uma universidade comunitária de caráter regional, situada na região Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul. Como procedimentos metodológicos foram utilizadas a pesquisa bibliográfica, documental e de campo. Para o levantamento dos dados foram realizadas entrevistas com os gestores acadêmicos (Reitoria, Gestores Departamentais e Gerente de Marketing) e representantes de organizações, a partir de um roteiro pré-estruturado; e aplicado questionário com perguntas abertas e fechadas aos egressos do Curso de Administração do Campus Ijuí (1996 – 2005). O tratamento dado às informações obtidas com os instrumentos de pesquisa fundamentou-se no método de análise de conteúdo. **RESULTADOS:** A relação existente entre os egressos de Administração e a Unijuí são incipientes e informais, não existindo políticas institucionais para trabalhar a relação com os egressos. A Unijuí possui em média 26.302 egressos, sendo que 3,5% são egressos do Curso de Administração. No breve resgate histórico do Curso de Administração foi possível identificar uma aproximação com seus egressos, mesmo que em muitos momentos, de maneira informal e pontual. A avaliação institucional impulsionou a



preocupação das instituições em aproximar-se de seus públicos, a partir da década de 90, quando o Ministério de Educação e Cultura (MEC), através da Secretaria do Estado do Ensino Superior (SeSu) instituiu políticas públicas para o processo de avaliação das instituições do ensino superior, em duas etapas: a) auto-avaliação: coordenada pela CPA de cada instituição, a partir de 2004; b) avaliação externa realizada por Comissões designadas pelo INEP, segundo as diretrizes da Comissão Nacional de Avaliação da Educação Superior (Conaes). Analisando a trajetória histórica da Unijuí percebe-se que o processo de avaliação sempre se constituiu em um elemento importante no contexto da gestão acadêmica e administrativa, fazendo parte de sua cultura organizacional. Em 2004, o processo intensificou-se com a constituição da CPA, que organizou o plano de ação da auto-avaliação da instituição, pautado na capacidade de cada sujeito envolvido na universidade pudesse “olhar” o seu “fazer” e desencadear revisões nas suas práticas, considerando o seu envolvimento nas diferentes dimensões do ensino, da pesquisa, da extensão e da gestão. Nesta etapa do processo contou-se com a participação de alguns egressos da Instituição que manifestaram suas opiniões e sugestões à Universidade. Em termos institucionais, a Unijuí está com seu relatório final de auto-avaliação concluído e prepara-se para o credenciamento da Instituição para a segunda etapa, a avaliação externa, prevista para ser efetivada em 2008. A Unijuí considera o egresso como um ator social da Universidade na sociedade. O Portal Institucional é a ferramenta que permite efetivar um canal de comunicação e entretenimento com os seus egressos, a partir do Portal do Ex-Aluno e do Programa de Relacionamento com Ex-alunos. A pesquisa empírica possibilitou constatar que a percepção dos gestores acadêmicos do nível estratégico (Reitoria) e do nível tático (chefes de departamentos e gerente de marketing) são similares, no sentido de reconhecerem a fragilidade da instituição em relação ao relacionamento com os egressos e da necessidade de inserir a discussão na pauta dos fóruns para pensar políticas departamentais e institucionais; que significará fortalecer as relações com a própria sociedade. A universidade ao assumir-se prioritariamente como um espaço de mediação, de comunicação e de conexão entre os diferentes discursos e saberes da sociedade, por meio de ligações múltiplas e recíprocas, é possível entender porque a universidade não pode ser a única responsável pelo desenvolvimento. No âmbito das organizações, a relação da Unijuí com a comunidade local e regional é percebida e de fácil interlocução, porém considerada tímida. A expectativa das organizações com relação à universidade é que ela possa formar profissionais com perfil adequado para atuarem enquanto agentes e empreendedores de desenvolvimento nas comunidades às quais pertencem e, possam efetivamente contribuir para a geração de soluções aos problemas locais e regionais. Da mesma forma que, avaliaram a atuação dos profissionais egressos da Unijuí como positiva e a Universidade, com credibilidade e qualificada formação, viabilizando inclusive, alguns projetos de formação em parceria. No âmbito dos egressos de administração, as ações identificadas se consolidam através de pesquisas e contatos pontuais para inserção dos egressos nos cursos de aperfeiçoamento, pós-graduação e mestrado e, convites para eventos acadêmicos da instituição. O egresso ao ser visto como um divulgador da marca Unijuí torna-se um parceiro institucional no processo de qualificação permanente, de captação e fidelização dos alunos, pelo testemunho da experiência vivenciada e pela avaliação dos atributos – imagem de mercado, qualificação do corpo docente e qualidade da proposta curricular e do ensino. O desafio proposto à Universidade é permitir que o egresso seja mais



do que “sujeito no mercado” e, ser um “sujeito de cidadania”. **CONCLUSÃO:** A universidade precisa continuar buscando a interlocução, o diálogo, a identificação dos desejos de seus diferentes atores sociais e, em especial, potencializando as relações com os egressos numa parceria de construir um projeto de universidade preocupada com sua sustentabilidade, com o futuro da sociedade e comprometida com o desenvolvimento regional. Há o fortalecimento da idéia de que o relacionamento da universidade com os egressos no construto do desenvolvimento local e regional precisa ser aprofundado em concepções e em discussões na academia, para que gere efetivamente resultados para ambas as partes – universidade e sociedade.

REFERÊNCIA:

IV COLÓQUIO INTERNACIONAL DE GESTÃO UNIVERSITÁRIA NA AMÉRICA DO SUL, 4.; 2004, Florianópolis,SC.Anais...CD ROM

¹ Dissertação do Mestrado em Desenvolvimento da UNIJUI. Integra o Grupo de Pesquisa CNPq- Organizações, Gestão e Aprendizagem.

² Doutora, Professora orientadora e Pesquisadora do Departamento de Estudos da Administração e do Mestrado em Desenvolvimento. enise@unijui.edu.br

³ Mestranda do Programa de Mestrado em Desenvolvimento da UNIJUI e professora do Departamento de Estudos da Administração da UNIJUI.