

ATUAÇÃO DA UNIJUÍ NA ÓTICA DA COMUNIDADE EXTERNA – PESQUISA DE AVALIAÇÃO INSTITUCIONAL¹

Magna Stella Cargnelutti Dalla Rosa², Patricia Spilimbergo³, Lurdes Marlene Seide Froemming⁴, André Gagliardi⁵, Marileide Regina Schiavo⁶, Eleandro José Lizot⁷.

¹ Relato de experiências da Comissão Própria de Avaliação no contexto da dimensão do SINAES “Comunicação com a Sociedade.

² magna@unijui.edu.br. Técnica-administrativa. Coordenadora da Comissão Própria de Avaliação – CPA/UNIJUÍ.

³ patspi@unijui.edu.br. Professora do DCEEng/UNIJUÍ. Integrante da CPA/UNIJUÍ.

⁴ lurdesf@unijui.edu.br. Professora do DACEC e do Mestrado em Desenvolvimento da UNIJUÍ.

⁵ andreg@unijui.edu.br. Professor do DACEC/UNIJUÍ. Integrante da CPA/UNIJUÍ.

⁶ Emrs@unijui.edu.br. Técnica-Administrativa. Integrante da CPA/UNIJUÍ.

⁷ smed@ijui.rs.gov.br. Secretário Municipal de Educação de Ijuí. Integrante da CPA/UNIJUÍ.

Introdução

Este texto apresenta o processo e resultado de pesquisa sobre o olhar da comunidade externa dos municípios de Ijuí, Santa Rosa, Três Passos, Panambi e Tenente Portela sobre a atuação da UNIJUÍ na região. Está embasado teoricamente nas concepções de avaliação decorrentes da história da UNIJUÍ e referenciados na Lei 10.861 que estabelece o Sistema Nacional de Avaliação da Educação – SINAES, especificamente na dimensão “comunicação com a sociedade”.

Conforme estabelecem as Diretrizes para a Avaliação das IES, a comunicação com a sociedade identifica as formas de aproximação efetiva entre instituições de ensino superior e sociedade, de tal sorte que a comunidade participe ativamente da vida acadêmica, bem como a instituição se comprometa efetivamente com a melhoria das condições de vida da comunidade, ao repartir com ela o saber que produz e as informações que detém. (MEC/Conaes, 2004, p. 14).

O Projeto de autoavaliação Institucional da UNIJUÍ - IV Fase 2010-2015 (CPA, 2010) prevê, dentre suas ações, na dimensão “comunicação com a sociedade”, o desenvolvimento de ações que busquem promover a interlocução da universidade com a sociedade na qual está inserida, dentre elas o desenvolvimento de pesquisas para avaliar a opinião da comunidade externa sobre a UNIJUÍ. Nesta perspectiva e 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. 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.



Modalidade do trabalho: Relato de experiência

Evento: XVIII Jornada de Pesquisa

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 a “Pesquisa de Imagem da UNIJUÍ” junto à comunidade externa.

Assim, este texto tem o objetivo de apresentar o processo de elaboração e aplicação da pesquisa, o que resultou no conhecimento da imagem da UNIJUÍ perante a comunidade externa, destacando-se os câmpus de Ijuí, Santa Rosa, Três Passos, Panambi e Núcleo Universitário de Tenente Portela.

Metodologia

A Pesquisa de Imagem da UNIJUÍ 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. Foram aplicados 1013 questionários, sendo que retornaram 599, o que equivale a 59% de retorno. Os dados foram tabulados no programa estatístico SPSS.

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.

Resultados

Os resultados da Pesquisa de Imagem da UNIJUÍ estão expressos 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 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 (empresas, profissionais liberais, serviços assistenciais e outros).

Formar e qualificar profissionais reflete a imagem de missão da Universidade 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 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.





Modalidade do trabalho: Relato de experiência

Evento: XVIII Jornada de Pesquisa

Das entidades pesquisadas, metade (50,8%) identifica a UNIJUÍ em paridade com outras instituições importantes no desenvolvimento local, o que se considera um bom resultado, pois é vista como um órgão de desenvolvimento integrado à sua comunidade e considerada fundamental para o desenvolvimento na avaliação de 31,5% dos respondentes.

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 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.

A comunicação de uma Instituição com seus públicos é de suma importância para a formação da Imagem Institucional. 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.

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. Para viabilizar a análise dividiram-se as respostas em aspectos favoráveis e críticas e sugestões.

Dos aspectos favoráveis elencados pelos respondentes da Pesquisa destacam-se: a UNIJUÍ como essencial à região; bons professores; bons cursos; base sólida para enfrentar o mercado de trabalho; importância dos cursos da área tecnológica para a região; contribui no desenvolvimento regional. No que se refere a críticas e sugestões, dentre as questões apontadas, destacam-se: necessidade de melhorias em infraestrutura, custo alto dos cursos para a classe média, aumentar projetos sociais, aumentar a relação com o setor produtivo, fortalecer mídias externas, busca constante pela melhoria do quadro docente, instituir uma política de divulgação dos cursos da UNIJUÍ nas escolas de Ensino Médio, aumentar número de cursos de Mestrados, mais formação humanística.

Conclusões

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. A divulgação junto à comunidade externa se dará por meio do INFORME de autoavaliação da UNIJUÍ publicado semestralmente e eventos institucionais.





Modalidade do trabalho: Relato de experiência
Evento: XVIII Jornada de Pesquisa

Palavras-chave: Avaliação Institucional, Imagem, Desenvolvimento.

Referências

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.



Para uma VIDA de CONQUISTAS