

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM TECNOLOGIAS,
COMUNICAÇÃO E EDUCAÇÃO

ADRIANE APARECIDA VASCONCELOS VIEIRA

TECNOLOGIA E COMUNICAÇÃO NAS INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR:
O USO DO SACI NA UFSCar

Uberlândia/MG

2015

ADRIANE APARECIDA VASCONCELOS VIEIRA

**TECNOLOGIA E COMUNICAÇÃO NAS INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR:
O USO DO SACI NA UFSCar**

Dissertação apresentada à Linha: Tecnologias e Interfaces da Comunicação, junto a Faculdade de Educação da Universidade Federal de Uberlândia, como exigência para a obtenção do título de Mestre em Tecnologias, Comunicação e Educação.

Área de concentração: Linha de Pesquisa em Tecnologias e Interfaces da Comunicação.

Orientadora: Prof^ª. Doutora Adriana Cristina Omena dos Santos.

Uberlândia/MG

2015

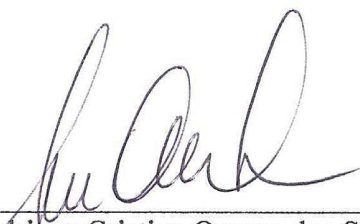
Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Sistema de Bibliotecas da UFU, MG, Brasil.

V658t Vieira, Adriane Aparecida Vasconcelos, 1984-
2015 Tecnologia e comunicação nas instituições de ensino superior : o uso
do saci na UFSCar / Adriane Aparecida Vasconcelos Vieira. - 2015.
122 f. : il.

Orientadora: Adriana Cristina Omena dos. Santos.
Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Uberlândia,
Programa de Pós-Graduação em Tecnologias, Comunicação e Educação.
Inclui bibliografia.

1. Educação - Teses. 2. Comunicação e tecnologia - Teses. 3.
Tecnologia educacional - Teses. 4. Sistemas de informação gerencial -
Teses. I. Santos, Adriana Cristina Omena dos. II. Universidade Federal
de Uberlândia, Programa de Pós-Graduação em Tecnologias,
Comunicação e Educação. III. Título.

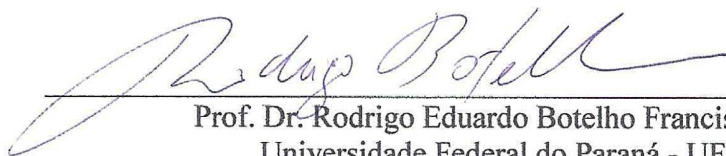
BANCA EXAMINADORA



Profa. Dra. Adriana Cristina Omena dos Santos
Universidade Federal de Uberlândia – UFU



Profa. Dra. Mirna Tonus
Universidade Federal de Uberlândia – UFU



Prof. Dr. Rodrigo Eduardo Botelho Francisco
Universidade Federal do Paraná - UFPR

Dedico este trabalho principalmente aos meus queridos pais, por me incentivarem e acreditarem na realização de mais este sonho. Por me estimularem constantemente a buscar conhecimento e entendê-lo como um bem precioso para o ser humano.

Aos meus queridos irmãos Bruna e Cristiano que, juntamente com meus cunhados Alan e Daniele, sempre estiveram ao meu lado agindo com companheirismo, solidariedade e carinho.

E ao meu amado namorado Mário Júnior por tanta compreensão, amor e grande incentivo no enfrentamento de tantas dificuldades em decorrência dos meus estudos.

De fato, a tecnologia é o grande agente de transformações e o principal fator responsável pela criação de novas linguagens, de uma nova ordem de discurso. Em progressão geométrica, tem contribuído para mudar o ambiente natural, os padrões de trabalho, lazer e consumo, afetando a consciência do homem moderno, impondo sua presença nas mais diversas atividades – religião, esportes, ciências, artes e outras.

Maria das Graças Targino

RESUMO

A presente dissertação resulta de uma pesquisa bibliográfica, documental e descritiva qualitativa, na temática sobre o uso das ferramentas tecnológicas da informação na comunicação das instituições de ensino superior. O objetivo central da pesquisa é investigar como o Sistema de Apoio à Comunicação Integrada - SACI é utilizado na Universidade Federal de São Carlos - UFSCar. A dissertação aqui descrita parte do pressuposto de que o SACI consegue atender as necessidades dos mais variados tipos de comunicação existentes dentro de uma universidade federal. Conceitos como comunicação pública, organizacional, institucional, integrada, tecnologia e democratização do conhecimento são apresentados. O estudo apresenta uma análise que relaciona vários tipos de comunicação com o SACI, demonstrando como esse *software* lida com as características comunicacionais. Além disso, o trabalho traz uma visão ampla de como o SACI está instalado e sendo utilizado dentro do site da UFSCar. Para complementar foi realizada uma pesquisa qualitativa descritiva com Prof. Dr. Rodrigo Francisco e com M^a. Mariana Pezzo. Assim, o procedimento metodológico utilizou um tratamento híbrido, no qual formulários de questões foram aplicados juntamente com a análise de documentos e livros. Após o levantamento dos dados e informações foi constatado que o SACI possui inúmeras funções que resultaram em muitas alterações positivas para o gerenciamento de informação da UFSCar, e por ser uma ferramenta que pode ser adaptada de acordo com as mais diversas necessidades organizacionais é imprescindível avaliar a implantação do sistema em outras instituições, como por exemplo, na Universidade Federal de Uberlândia - UFU, visando a melhoria da gestão da comunicação nessas organizações.

Palavras-chave: Comunicação integrada, SACI, universidade, tecnologia, gerenciamento de informação.

ABSTRACT

This dissertation is a result from a bibliographic, documentary, descriptive, qualitative research, in the subject about the using of the technological tools of information at the communication in the institutions of college education. The central porpose of the research is investigate how the Support of Sistem for an Integrated Communication (SACI – in portuguese) is used at the University of São Carlos (UFSCar). This dissertation makes the assumption that SACI can serve the necessities of the most different kinds of communication inside a Federal University. Concepts as public communication, organizacional, institutional, integrated, technology and democratize of knowledge are presented. The study presents an analysis that makes a concern of many kinds of communication with SACI, showing how this software handle with the communication features. Furthermore, this work brings a broad view of how the SACI is instaled and is being used in UFSCar's site. To complement this study, was made a descriptive qualitative research with Prof. PhD. Rodrigo Francisco and Master Mariana Pezzo. The methodological procedure used a crossbred treatment, using questions forms analysed with documents and books. After the data and information survey, it was established that SACI has uncountable functions that resulted in many positive amendments to management of the information of UFSCar, and for being an instrument that can be adapted according to the most different organizational needs, is indispensable to estimate the implatation of the system in others intitutions, as an example, the Federal University of Uberlândia (UFU), aim at improvement of the communication management in these organizations.

Key-words: Integrated Communication; SACI; University; Technology; Information Management.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1	Atores do sistema.....	56
Figura 2	Caso de uso - inclui produto jornalístico.....	57
Figura 3	Funcionalidades do SACI.....	61
Figura 4	Fluxo de tarefas do SACI.....	62
Figura 5	Página inicial do site da UFSCar.....	63
Figura 6	Página inicial do site da UFSCar, continuação.....	64
Figura 7	Tela da CCS – Coordenadoria de Comunicação Social.....	64
Figura 8	Aba mapa do site.....	65
Figura 9	Aba acessibilidade do <i>software</i> SACI.....	66
Figura 10	Aba contato.....	67
Figura 11	Aba <i>releases</i>	68
Figura 12	<i>Releases</i> página interna.....	68
Figura 13	Aba de <i>mailing</i>	69
Figura 14	Aba atendimento à imprensa.....	69
Figura 15	Aba <i>clipping</i>	70
Figura 16	Página do <i>clipping</i> selecionado.....	71
Figura 17	Continuação da página do <i>clipping</i> selecionado.....	71
Figura 18	Aba solicitação de divulgação.....	72
Figura 19	Página divulgar trabalho.....	73
Figura 20	Página a CCS.....	74
Figura 21	Página equipe.....	75
Figura 22	Página política de comunicação.....	76
Figura 23	Página política integrada de informação, comunicação e memória.....	77
Figura 24	Página produtos.....	77
Figura 25	Página do <i>link</i> revista da universidade.....	78
Figura 26	Página relatórios e publicações.....	79
Figura 27	Página com informações sobre o SACI.....	80
Figura 28	Banco de imagens – SACI.....	81
Figura 29	Aba dados da UFSCar.....	82
Figura 30	Página calendários acadêmicos.....	82
Figura 31	Aba logotipo UFSCar.....	83
Figura 32	Aba vídeo institucional.....	84

LISTA DE QUADROS E GRÁFICOS

Quadro 1	Resumo conceitual de comunicação pública.....	20
Quadro 2	Atores e caso de uso.....	56
Gráfico 1	<i>Releases</i> enviados e <i>clippings</i> registrados entre 2007 e 2010.....	85
Gráfico 2	Atendimentos de imprensa efetuados entre os anos de 2007 e 2010.....	86
Gráfico 3	Solicitações recebidas x pautas publicadas entre 2007 e 2010.....	87

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ACI	Assessoria de Comunicação Institucional
ACS	Assessoria de Comunicação Social
ADD	Associação Desportiva de Deficientes
AECR	Assessoria Especial de Comunicação da Reitoria
AM	Ampliada Modulada
BCo	Biblioteca Comunitária
CCS	Coordenadoria de Comunicação Social
CIM	Comunicação Integrada de <i>Marketing</i>
CIPA	Comissão Interna de Prevenção de Acidentes
CLT	Consolidação das Leis do Trabalho
CMDCA	Conselho Municipal dos Direitos da Criança e Adolescente
CMS	<i>Content Management System</i> (inglês), Sistema de Gerenciamento de Conteúdo (português)
CPC	Comunicação Pública da Ciência
CRIAFEST	Festival Universitário de Criação Publicitária de Minas Gerais
DAT	<i>Digital Audio Tape</i>
DCI	Departamento de Ciência da Informação
DVD	<i>Digital Versatile Disc</i> (inglês), Disco Digital Versátil (português)
EAD	Ensino a Distância
FAI.UFSCar	Fundação de Apoio Institucional ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico
FM	Frequência Modulada
GB	Gigabyte
GHZ	Gigahertz
HD	<i>Hard Disk</i> (inglês), Disco Rígido (português)
HTML	<i>HyperTextMarkupLanguage</i> (inglês), Linguagem de Marcação de Hipertexto (português)
IES	Instituição de Ensino Superior
IFES	Instituições Federais de Ensino Superior
KBPS	Quilobit ou kilobit significa "dígito binário"
Labi	Laboratório Aberto de Interatividade para a Disseminação do Conhecimento Científico e Tecnológico

MBPS	Megabit por segundo
MHZ	Megahertz
NAICA	Núcleo de Apoio Integral a Criança e ao Adolescente
NTC	Novas Tecnologias de Comunicação
PDF	<i>Portable Document Format</i> (inglês), Formato Portátil de Documento (português)
RAM	<i>Random Access Memory</i> (inglês), Memória de Acesso Aleatório (português)
RNP	Rede Nacional de Ensino e Pesquisa
SACI	Sistema de Apoio à Comunicação Integrada
SACI	Sistema de Apoio ao Controle de Informação
TI	Tecnologia da Informação
TV	Televisão
UF	Unidade da Federação
UFMT	Universidade Federal de Mato Grosso
UFOP	Universidade Federal de Ouro Preto
UFPR	Universidade Federal do Paraná
UFSCar	Universidade Federal de São Carlos
UNILA	Universidade Federal da Integração Latino-Americana
UNIMINAS	União Educacional de Minas Gerais
UNITRI	Centro Universitário do Triângulo
UNIUBE	Sociedade Educacional Uberabense
URL	<i>Uniform Resource Locator</i> (inglês), Localizador Padrão de Recursos (português)
WEB	<i>World Wide Web</i> (inglês), Rede Mundial (português)

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	12
2	COMUNICAÇÃO E TECNOLOGIAS NAS ORGANIZAÇÕES.....	16
2.1	A comunicação e seus meios nas empresas.....	16
2.2	Comunicação pública nas instituições.....	19
2.3	A importância da comunicação organizacional nas instituições.....	25
2.3.1	<i>Comunicação institucional.....</i>	33
2.3.2	<i>Comunicação integrada.....</i>	35
3	AS NOVAS TECNOLOGIAS NA DIVULGAÇÃO E DEMOCRATIZAÇÃO DO CONHECIMENTO.....	41
3.1	O projeto SACI.....	45
3.1.1	<i>Início e estrutura do produto SACI.....</i>	49
3.2	As possibilidades do SACI nas IES.....	60
3.3	O SACI na UFSCar atualmente.....	62
3.3.1	<i>Menus no cabeçalho.....</i>	65
3.3.2	<i>Menus superiores.....</i>	67
3.3.3	<i>Menus laterais.....</i>	73
4	A METODOLOGIA DE PESQUISA, O SACI, OS SERVIDORES E AS POSSIBILIDADES DE USO NA UFSCar.....	88
4.1	Apresentação dos resultados e análises dos questionários.....	92
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	105
	REFERÊNCIAS.....	113
	APÊNDICES.....	117
	Apêndice 1: Primeiro questionário enviado ao diretor da CCS Rodrigo Francisco.....	117
	Apêndice 2: Segundo questionário enviado ao Diretor da CCS Rodrigo Francisco.....	119
	Apêndice 3: Questionário enviado a Jornalista Mariana Pezzo.....	121

1 INTRODUÇÃO

Os avanços na tecnologia da informação resultaram em inúmeras mudanças na comunicação desenvolvida pelas instituições públicas, o que, conseqüentemente, transformou o modo de elas se comunicarem com seu público-alvo. Um exemplo é o fato de vários *softwares* de gerenciamento da informação e ferramentas de comunicação terem sido criados em decorrência da inovação tecnológica, dentre os quais podemos citar: redes sociais (*facebook e orkut*), *sites* (com *chats* de conversas instantâneas entre as instituições e clientes), *messenger, skype, e-mail, suporte on-line*, celulares, *iphone*, dentre outros.

Em função disso, tornou-se fundamental utilizar a *Internet*, e a importância de sua utilização pelas instituições foi descrita por Takahashi (2000, p. 5): “As atividades comerciais no Brasil que se valem da *Internet* estão ganhando enorme expressão, a ponto de perfazerem praticamente metade do mercado latino-americano, em número de usuários e em volume de transações e negócios”.

Algumas instituições de ensino superior também já se adaptaram às transformações, especificamente para lidar com a área de comunicação como, por exemplo, o SACI – Sistema de Apoio à Comunicação Integrada, que foi criado no curso de pós-graduação em 2004, na UFSCar - Universidade Federal de São Carlos, e que é utilizado atualmente para realizar a gestão da comunicação da instituição, no âmbito local, regional e nacional, conforme apresentado detalhadamente ao longo da dissertação.

O SACI auxilia na divulgação e produção de notícias para diversos veículos e mídias, tais como: *Internet*, rádio, impressos e revistas. Este sistema é composto por duas *interfaces*, sendo uma restrita aos profissionais que produzem e veiculam os materiais, e outra direcionada ao público que pode acessar o SACI, através dos portais das universidades que utilizam esse *software* (SACI, -). Esse exemplo retrata algumas das mudanças realizadas na comunicação, principalmente porque, 20 anos atrás, muitas dessas ferramentas não existiam.

As preocupações que norteiam o presente trabalho dizem respeito a averiguar como e até que ponto o SACI, ferramenta tecnológica utilizada pela área da comunicação da UFSCar, influenciou e influencia na comunicação e na maneira de comunicar das instituições públicas de ensino, inclusive as informações sobre a comunicação pública da ciência na IES – Instituição de Ensino Superior.

O objetivo geral da pesquisa é investigar como o SACI é utilizado na UFSCar, quais mudanças ocorreram em consequência dos avanços na tecnologia da informação oriundos da utilização do SACI na instituição, analisar a posição dos profissionais da área diante dessas

transformações, proporcionando a elaboração de um modo de uso que oriente e auxilie as instituições de ensino a utilizarem o *software*.

Tendo como base o tema proposto e o objetivo geral, os objetivos específicos se concentram em:

- Conhecer como o SACI é realmente utilizado na UFSCar e entender a relação dos vários tipos de comunicação com o sistema;
- Compreender de qual maneira os avanços tecnológicos influenciam na comunicação das universidades;
- Averiguar se as novas tecnologias da informação estão auxiliando os departamentos de comunicação das universidades a alcançarem seus públicos e metas de maneira mais eficaz;
- Entender como foi o nascimento do SACI e todo o processo de sua implantação na UFSCar, compreender e descrever como era a comunicação na UFSCar antes e após a implantação do sistema;
- Descobrir como é feita a divulgação da imagem e das pesquisas da UFSCar através do SACI e pesquisar a opinião dos profissionais da UFSCar, que atuam na comunicação, diante das alterações ocasionadas pelo SACI.

O estudo foi realizado tendo como objeto o uso das tecnologias de informação na UFSCar, IES onde foi desenvolvido o SACI e que utiliza o *software* no cotidiano para a comunicação da universidade.

O estudo proposto se justifica tendo em vista que cada vez mais aumenta a velocidade em que a informação chega até às pessoas, sempre conectadas por meio de equipamentos tecnológicos e podendo acessar em tempo real as notícias que desejarem. Nesse contexto de mercado globalizado e alta velocidade na transmissão de informação, é essencial que a instituição busque a constante inovação para se manter no mercado, como relata Takahashi (2000, p. 17):

A difusão acelerada das novas tecnologias de informação e comunicação vem promovendo profundas transformações na economia mundial e está na origem de um novo padrão de competição globalizado, em que a capacidade de gerar inovações em intervalos de tempo cada vez mais reduzidos é de vital importância para empresas e países.

Por essa informação, constata-se que, em função dos avanços tecnológicos, da constante necessidade institucional de divulgar seus trabalhos para atingir o público-alvo, e da

grande exigência para alcançar as metas organizacionais, é justificada a relevância científica desse estudo. O tema é novo e sua abordagem liga a comunicação com profissionais que trabalham nessa área relacionada à inovação tecnológica.

O estudo da influência das novas tecnologias na comunicação é, também, importante para as instituições, servidores públicos, pesquisadores, estudantes e todos que trabalham nessa área, pois poderá auxiliar no desenvolvimento de planos mais eficazes. Além disso, pode explicitar a visão que os profissionais possuem sobre esse tema e possibilitar-lhes a análise dos resultados alcançados por meio da ferramenta utilizada.

No que concerne à contribuição da pesquisa para a sociedade, é essencial ressaltar que o objeto de estudo é atual, uma vez que constantemente surgem novos equipamentos de comunicação e que as ferramentas oriundas da evolução das tecnologias de informação estão sendo inseridas cada vez mais na comunicação. No caso específico de IES, um dos usos pode ser direcionado à CPC – Comunicação Pública da Ciência, levando a informação sobre pesquisas, aproximando os indivíduos do universo científico.

Para o desenvolvimento do trabalho optou-se por metodologia com revisão bibliográfica, documental, qualitativa, e com pesquisa por meio de formulário enviado por e-mail. Cada um desses métodos atendeu a uma necessidade de conhecimento para enriquecer o trabalho, possibilitando uma análise mais ampla e profunda que poderá resultar em um documento com o modo de uso do SACI na UFSCar.

Na segunda seção da dissertação é possível encontrar algumas definições de comunicação e sua importância na vida das pessoas. Foi estabelecida uma ligação entre os novos meios de comunicação (ferramentas tecnológicas) e as diversas mudanças nas relações existentes na sociedade (interpessoais, e entre instituições e pessoas).

Nesse sentido, foi esclarecido que a Coordenadoria de Comunicação Social - CCS, enquanto sistema de comunicação, faz o gerenciamento do fluxo comunicacional existente na UFSCar por meio da ferramenta tecnológica denominada SACI, acompanhando, assim, o cenário e a tendência de melhoria dos processos de comunicação com o auxílio de tecnologia.

O trabalho traz várias definições e explicações sobre os diferentes tipos de comunicação existentes dentro das IES, são eles: comunicação pública, organizacional, institucional e integrada, sempre os relacionando ao tema do presente trabalho, que é a utilização do SACI na UFSCar.

Nesse cenário, o SACI foi utilizado para demonstrar que uma nova ferramenta da tecnologia pode alterar o gerenciamento de comunicação de uma universidade, por meio de novas possibilidades que o sistema traz para a equipe que trabalha com ele.

A terceira seção aborda o uso das inovações tecnológicas de comunicação no cotidiano da população, e as transformações que esse processo causou na sociedade, no gerenciamento e transmissão de informações, na acessibilidade às notícias e na divulgação do conhecimento.

Nessa parte é encontrada a explicação sobre o que é o SACI – Sistema de Apoio à Comunicação Integrada, objeto de estudo da presente pesquisa. É informado também como esse *software* foi criado e desenvolvido, o número de seu registro, propriedade intelectual/industrial e direitos, como foi sua criação, desenvolvimento e adoção pela UFSCar, quais os aprimoramentos das funcionalidades do sistema, as pessoas que auxiliaram nesse processo, e como aconteceu a parceria entre a Rede Nacional de Ensino e Pesquisa - RNP e a UFSCar. Foram descritas as funcionalidades do SACI na época de sua adoção pela UFSCar, o contexto das instituições públicas no período de criação e desenvolvimento do sistema, a utilidade do SACI para a CCS da UFSCar, as ações que o *software* possibilita em termos de geração de relatórios, confiabilidade, segurança e *interfaces*. Relatou-se quais demandas de gerenciamento de comunicação o SACI consegue atender e os problemas que as universidades possuem e podem ser solucionados pelo sistema.

Ainda na terceira seção o trabalho demonstra como o sistema é utilizado na UFSCar através das figuras de suas diversas telas, e também são apresentadas as mudanças que aconteceram na instituição desde o início do uso do *software*.

Na quarta seção estão descritas todas as metodologias de pesquisa utilizadas para o desenvolvimento do presente trabalho, tais como: bibliográfica, documental e qualitativa. Também foram descritas as razões para a escolha de cada um dos métodos, como eles foram utilizados e os objetivos pretendidos com cada uma deles. Na sequência, são apresentados os resultados e reflexões destes.

Na quinta seção, onde são apresentadas as considerações finais, foi desenvolvida uma análise geral do trabalho envolvendo os assuntos abordados anteriormente na pesquisa no intuito de entender melhor o SACI e suas possibilidades para as instituições de ensino, visando aprimorar o gerenciamento da comunicação nas IES visto que pode ser utilizado e adaptado para atender às necessidades de qualquer universidade.

2 COMUNICAÇÃO E TECNOLOGIAS NAS ORGANIZAÇÕES

2.1 A comunicação e seus meios nas empresas

Existem muitas conceituações de comunicação, dentre elas a citada por Bordenave (2002, p. 29), que considera a comunicação um processo de interação entre seres humanos, que acontece por meio de signos dispostos e organizados em mensagens. Além disso, segundo o mesmo autor:

A comunicação é, pois, um processo natural, uma arte, uma tecnologia, um sistema e uma ciência social. Ela pode ser um instrumento de legitimação de estruturas sociais e de governos como também a força que os contesta e os transforma. Ela pode ser veículo de auto-expressão e de relacionamento entre as pessoas, mas também pode ser sutil recurso de opressão psicológica e moral. Através da comunicação a humanidade luta, sonha, cria beleza, chora e ama. (BORDENAVE, 2002, p.119)

Já na visão de Rego (1986) a comunicação nada mais é do que um sistema aberto, similar a uma instituição. Assim, a comunicação, enquanto sistema, é organizada pelos seguintes elementos: “[...] fonte, codificador, canal, mensagem, decodificador, receptor, ingredientes que vitalizam o processo.” (REGO, 1986, p. 15).

Ao longo do tempo as definições, conceitos e a própria comunicação em si têm sido transformadas a partir das ferramentas das novas tecnologias que flexibilizam o envio, a transmissão e a recepção das mensagens. Sobre os novos equipamentos tecnológicos da informação Marshall McLuhan apud Bordenave (2002, p. 60) escreveu que:

Os novos meios ultra-rápidos de comunicação a grande distância – rádio, telefone, televisão – estão a ponto de ligar o mundo inteiro numa ampla rede de circuitos elétricos, suscitando uma nova dimensão de engajamento do indivíduo face aos acontecimentos.

Os meios de comunicação, por meio da tecnologia e ciência, conforme explica Bordenave (2002), são utilizados para transmitir sinais e signos que integram amplos sistemas institucionalizados de importância artística, comercial, cultural e, até mesmo, política. Diante do exposto, é possível mencionar que as IES também estão inseridas nesse contexto, e é a partir desses meios de comunicação que seus alunos, professores, pesquisadores e parceiros possuem mais interação uns com os outros. Além disso, é através da tecnologia, que ocorre a

transmissão e recepção de conhecimento e ciência, por meio da troca de informações sobre pesquisas e desenvolvimento.

Nesse cenário de inserção das ferramentas tecnológicas na sociedade, houve a popularização dos equipamentos de comunicação, e a relação entre as pessoas e as instituições foi dinamizada, alterando de modo substancial o processo comunicacional. Aconteceram mudanças inclusive nas IES onde o relacionamento entre os pesquisadores, professores, alunos e entidades de fomento pode resultar em grandes descobertas para melhoria da qualidade de vida da população. Apesar das mudanças na área da comunicação ainda existem algumas barreiras para o processo comunicativo nas instituições, tais como: burocracia, procedimentos administrativos, excesso e falta de informação.

Voltando às ferramentas tecnológicas da informação, é possível retratar que os objetivos dos meios de comunicação e da tecnologia, segundo Bordenave (2002), são variados e cada vez mais ambiciosos, como por exemplo: a – aumentar ao máximo a quantidade de indivíduos que a mensagem pode atingir; b – multiplicar a quantidade de mensagens diferentes que podem ser distribuídas simultaneamente; c – ampliar a velocidade para a difusão das mensagens; d – melhorar a fidelidade e a qualidade da transmissão; e – possibilitar a recepção das mensagens por meio de diversos órgãos sensoriais; f – tornar possível o diálogo e a realimentação; e g – permitir a retenção de mensagens para posteriormente distribuí-las em um momento oportuno.

Nesse sentido, conforme Julio Worcman apud Bordenave (2002, p. 69):

É difícil prever todas as utilizações e conseqüências sociais que poderão advir do desenvolvimento das novas tecnologias nos meios de comunicação, pois elas dependerão não só dos avanços da eletrônica e da informática mas também das demandas do mercado, do poder aquisitivo das diversas camadas sociais, dos interesses sociopolíticos dos governos, e outros fatores.

Nessa época de avanços tecnológicos, os sistemas de comunicação foram criados pelo homem, segundo Bordenave (2002), no intuito de administrar as tecnologias e garantir a continuidade dos processos de comunicação. Bordenave (2002, p. 82) define sistemas de comunicação como: “[...] organizações sociais mais ou menos formais e institucionalizadas, que se dedicam à elaboração, distribuição e utilização de mensagens.”. Diante desses esclarecimentos é possível concluir que os administradores e os servidores que trabalham na Coordenadoria de Comunicação Social (CCS) da UFSCar, são um sistema de comunicação dentro de uma IES, pois administram a tecnologia através do uso do SACI e, a partir desse

software, gerenciam o processo de comunicação institucional elaborando, distribuindo e utilizando as informações.

Na visão de Bordenave (2002) é possível citar alguns exemplos de sistemas de comunicação, tais como: empresas jornalísticas, emissoras de rádio, correios, bolsa de valores, agências internacionais de notícias, escolas e universidades. Pois em todos os exemplos citados anteriormente são exercidas as funções seguintes: organização, realimentação, arquivo, recuperação, difusão de informações, captação, distribuição e utilização de mensagens. Nesse ponto é possível perceber mais claramente que a CCS, que faz a gestão do SACI, é um sistema de comunicação pois capta, distribui, utiliza, organiza, arquiva e recupera mensagens.

Na tentativa de compreender melhor os sistemas de comunicação e a própria comunicação em si, vamos recorrer novamente ao entendimento de Bordenave (2002) segundo o qual, a comunicação enquanto processo universal está presente em todos os diversos níveis da sociedade, que são: interpessoal, institucional ou organizacional, nível do indivíduo, da macrosociedade e cultural.

Devido à presença, praticamente onipresente, da comunicação em todas as relações existentes, no momento em que os meios de comunicação se colocam a serviço do povo e de sua participação na construção do destino comum, eles assumem funções que, anteriormente, ou não desempenhavam de maneira alguma, ou o faziam de modo ocasional e superficial.

Para ajudar a compreender melhor os processos comunicacionais e também as interferências oriundas dos novos meios de comunicação, muitos estudos começaram a ser desenvolvidos. Bordenave (2002) cita o modelo de comunicação desenvolvido por Lasswell que colocava os efeitos da comunicação em evidência, e segundo o qual era possível descrever determinado ato de comunicação respondendo às seguintes questões: 1ª – Quem?; 2ª - Diz o que?; 3ª – Em que canal?; 4ª - A quem?; 5ª – Com que efeito?. No caso específico do objeto da pesquisa, observando o SACI sob a ótica de tal modelo é possível responder essas questões da seguinte maneira: 1º - Quem diz é a Coordenadoria de Comunicação Social (CCS) da UFSCar - Universidade Federal de São Carlos; 2ª – Diz informações, mensagens e conteúdos produzidos dentro da UFSCar e que podem ser transmitidos por outros veículos de comunicação; 3ª – O canal é o próprio *software* SACI - Sistema de Apoio à Comunicação Integrada; 4ª – Aos diferentes públicos da universidade, por exemplo: professores, candidatos aos processos seletivos, estudantes universitários, entidades parceiras, veículos de comunicação e comunidade em geral; 5ª – Os efeitos podem ser diversos, dentre os quais é possível ressaltar a transmissão de informação e conhecimento.

É possível acrescentar sobre o assunto as reflexões e considerações de Rego (1986, p. 5):

O extraordinário processo experimentado pelas técnicas de comunicação de 1970 para cá, representa para a Humanidade uma conquista e um desafio. Conquista, na medida em que propicia possibilidades de difusão de conhecimentos e de informações numa escala antes inimaginável. Desafio, na medida em que o avanço tecnológico impõe uma séria revisão e reestruturação dos pressupostos teóricos de tudo que se entende por comunicação.

Ainda segundo Rego (1986), nesse contexto é necessário repensar e analisar cada setor diante do imenso progresso, no intuito de potencializar todo processo comunicacional. A partir das análises será possível aproveitar os benefícios dos avanços tecnológicos advindos do uso de plataformas tecnológicas na comunicação das instituições.

2.2 Comunicação pública nas instituições

Assim como em diferentes setores da sociedade, nas empresas a comunicação deve ser objeto de atenção dos gestores, uma vez que, na visão de Duarte (2010), a comunicação é a energia vital das instituições e organizações, por isso é imprescindível administrá-la para ser eficaz e conseguir se manter vivo em um o ambiente crítico e instável. Devido à importância desse tema, cabe abordar a comunicação pública que existe, tanto em instituições públicas, incluindo universidades federais, como nas instituições privadas (empresas).

No intuito de contextualizar historicamente o tema, Duarte (2010) informa que a origem da comunicação pública vem da concepção de comunicação governamental. A raiz dessa evolução, segundo o autor, pode ser encontrada no país a partir de 1980 devido à transformação da sociedade brasileira e à viabilização da democracia. Já na visão de Fossá e Kegler (2012), as pesquisas e estudos sobre comunicação pública começaram no Brasil na década de 90.

Ao discorrerem acerca do assunto, as autoras Rosso e Silvestrin (2013) explicam que no Brasil o termo comunicação pública ganhou destaque depois da redemocratização, pois foi nesse período que os estudos desvincularam-se da função de exclusividade da comunicação governamental.

Mainieri e Ribeiro (2011) esclarecem que existem muitas definições de comunicação pública e alguns autores estabelecem uma ligação com a comunicação governamental, o que realmente acontecia no começo do séc. XX. As autoras afirmam, contudo, que o avanço

tecnológico nas ferramentas da comunicação e a maior facilidade para acessar informações pela *Internet* modificaram o conceito e por isso é possível concluir que este ainda se encontra em construção.

Assim, mesmo com essa construção conceitual em andamento, para a melhor compreensão do tema é importante definir com clareza comunicação pública, pois os autores explicam que existem diferentes abordagens conceituais, sendo algumas voltadas à esfera pública e outras direcionadas à esfera governamental. Além disso, segundo Mainieri e Ribeiro (2011), o caminho a ser percorrido para estabelecer uma definição de comunicação pública é longo e polissêmico. Apesar disso, os autores deixam claro que a comunicação pública é diferente da comunicação política e da comunicação governamental.

Inserida nesse cenário, segundo Duarte (2010), em especial no Brasil, a comunicação pública possui um grande desafio, pois a noção do seu significado é geralmente ligada ao governo, apesar de ele ser somente um dos agentes. Para evitar dúvidas quanto aos conceitos e alcançar maior compreensão, o autor ressalta as definições de comunicação governamental e política, esclarecendo que:

A comunicação governamental diz respeito aos fluxos de informação e padrões de relacionamento envolvendo os gestores e a ação do Estado e a sociedade. Estado, nesse caso, é compreendido como o conjunto das instituições ligadas ao Executivo, Legislativo e Judiciário, incluindo empresas públicas, institutos, agências reguladoras, área militar e não deve ser confundido com governo. [...] A comunicação política trata do discurso e ação de governos, partidos e seus agentes na conquista da opinião pública em relação as idéias ou atividades que tenham a ver com poder político, relacionado ou não a eleições. (DUARTE, 2010, p. 2 - 3)

Diante do exposto, percebe-se que no Brasil não existe apenas um conceito de comunicação pública. Apesar disso, segundo Rosso e Silvestrin (2013), na maioria das definições o interesse público está presente nas mensagens. Para evidenciar tal informação, a autora Rosso (2012) apresenta no quadro 1 abaixo, alguns conceitos de comunicação pública:

Quadro 1: Resumo conceitual de comunicação pública

Autor	Comunicação pública: conceitos
Pierre Zémor (1995)	Aquela legitimada pelo <i>interesse público</i> , centrada no cidadão.
Jorge Duarte (2011)	Deve viabilizar o direito social individual e coletivo à informação, à expressão, ao diálogo e à participação. O desafio da comunicação pública é colocar a perspectiva, sobretudo, no <i>interesse público</i> , na sociedade.

Maria José da Costa Oliveira (2004, p. 199)	“Assume o desafio de promover a educação com fim social, aproximar os diferentes setores e desenvolver instrumentos de prestação de contas, informação e conscientização junto à sociedade. (...) Tem o papel de servir de interlocutora entre os diferentes entes sociais, em prol do <i>interesse público</i> ”.
Graça França Monteiro (2009)	A singularidade não está no emissor, mas na mensagem transmitida: de <i>interesse público</i> . Além disso, o objetivo não é apenas informar, mas “qualificar o cidadão para exercer seu poder de voto e de veto nas questões que dizem respeito à coletividade”.
Heloiza Matos (2011, p. 45)	Os cidadãos são vistos como “produtores ativos no processo”. Para que a interlocução entre esses atores aconteça, “é preciso criar espaços de discussão e deliberação sobre temas políticos e sociais, espaços capazes de viabilizar a formulação de demandas e sua consequente repercussão no governo, na sociedade e na mídia”.
Mariângela Haswani (2009)	Distingue a comunicação pública realizada por sujeitos públicos e a comunicação pública realizada por sujeitos de direito privado, pelo dever e voluntarismo, respectivamente.
João Roberto Vieira da Costa (2006) e Ricardo Mello (2004)	Adotam a expressão comunicação de interesse público, contextualizando de forma mais abrangente o sentido de “público”, muito além da comunicação governamental, incluindo o universo estatal, o privado e o terceiro setor.
Costa (2006, p. 20)	As ações de comunicação têm como beneficiário direto a sociedade ou parte dela. O objetivo principal é “levar uma informação à população que traga resultados concretos para se viver e entender melhor o mundo”.
Mello (2004)	Estabelecer, fortalecer e consolidar mecanismos e espaços de participação. O autor integra interesse público às noções de espaço público e cidadania, e questiona a comunicação governamental realizada para construção da imagem e divulgação de informações oficiais. Aponta a necessidade de ir além e ampliar a visão instrumental da comunicação.

Fonte: Rosso (2012, p. 26 -27)

Ainda procurando esclarecer a conceituação, as autoras Rosso e Silvestrin (2013, p. 238) afirmam que: “[...] comunicação pública é toda comunicação legitimada pelo interesse público, pelo bem comum, visando, em primeiro lugar, beneficiar a população na busca por cidadania, seja essa comunicação praticada pelo estado, por instituições públicas, ONGs ou empresas privadas.”.

Na visão das autoras, o principal intuito da comunicação pública é ser comunicação de interesse público, independente se essa comunicação tiver sido gerada em instituição privada ou pública. Nesse sentido, a comunicação pública está relacionada a compartilhar informações

importantes para as pessoas que vivem em sociedade, envolvendo aspectos de grande importância e relevância social, assim:

A mensagem de interesse público contribui para o desenvolvimento do indivíduo como cidadão, possibilitando reflexão e ação em relação a temas que se referem à vida em sociedade: governo, educação, trabalho, saúde – enfim, o que diz respeito ao bem comum. (ROSSO; SILVESTRIN, 2013, p. 235).

Prado (2008) explica que, considerando a comunicação pública, há emissores nos três setores: 1º setor – governo, 2º setor – mercado, 3º setor – sociedade civil. Além disso, para a autora, a comunicação pública enfatiza a relação entre a comunicação, o papel do cidadão, o compromisso e a busca pelo desenvolvimento social.

Duarte (2009) estabelece três princípios fundamentais para a comunicação pública: 1º - democratização da informação, pois deve ser garantido a todo indivíduo o acesso às informações que ajudem a garantir seus direitos e inserção na sociedade; 2º - adotar nos processos a perspectiva do cidadão, a comunicação precisa atentar-se às necessidades, interesses e sentimentos da população; e 3º - estabelecer vias duplas e canais que possibilitem o debate, o diálogo e a interação entre governos, demais segmentos e a sociedade.

Duarte (2010), por sua vez, enfatiza que na comunicação pública está incluído tudo que é relacionado às questões estatais, ações dos governos, terceiro setor, partidos políticos e, em determinadas situações, até mesmo as atividades privadas. Isso porque segundo o autor: “A existência de recursos públicos ou interesse público caracteriza a necessidade de atendimento às exigências da comunicação pública.” (DUARTE, 2010, p. 3). Para o autor alguns preceitos essenciais para entender a comunicação pública são:

Adotam-se como referência, para tratar de CP, conceitos como cidadania, democratização, participação, diálogo, interesse público. Mais poder para a sociedade, menos para os governos; mais comunicação, menos divulgação; mais diálogo e participação, menos dirigismo, são algumas das premissas. A idéia-chave talvez seja a de espírito público, o compromisso de colocar o interesse da sociedade antes da conveniência da empresa, da entidade, do governante, do ator político. O objetivo central é fazer com que a sociedade ajude a melhorar a própria sociedade. (DUARTE, 2010, p. 3).

O autor ressalta, contudo, que a comunicação pública acontece nos fluxos de interação e informação que existem entre atores sociais (tais como: estado, sociedade civil, empresas, terceiro setor e os cidadãos) e agentes públicos, em assuntos de interesse público. Desse

modo, a comunicação pública trata de negociar, compartilhar, solução de conflitos no intuito de atender aos interesses coletivos. Assim, “A Comunicação Pública ocupa-se da viabilização do direito social coletivo e individual ao diálogo, à informação e expressão. Assim, fazer comunicação pública é assumir a perspectiva cidadã na comunicação envolvendo temas de interesse coletivo.” (DUARTE, 2010, p. 2).

Diante do exposto o autor propõe para a comunicação pública quatro eixos principais, que na visão do autor devem ser pré-requisitos para todas as instituições e agentes que trabalham com a comunicação de interesse coletivo (DUARTE, 2010):

- **Transparência:** referente ao compromisso e trabalho responsável no que diz respeito às questões públicas agindo com ética, oferecendo informações estimulando o acesso e facilitando a prestação de contas e a fiscalização;
- **Acesso:** facilitar o acesso e a obtenção de informações para a sociedade em geral, estimular a população a opinar, influenciar e fiscalizar a administração do que é público;
- **Interação:** é criar, manter e fortalecer ferramentas de comunicação que possibilitem fluxos, acesso, participação, cooperação, crítica e compreensão respeitando os diálogos e possibilitando aos envolvidos de maneira igualitária o direito de falar e ser ouvido; e
- **Ouvidoria social:** é preciso conhecer e compreender a opinião de toda a sociedade e seus segmentos para conseguir atender suas expectativas, por isso são necessárias pesquisas e habilidade para entender os interesses, reais motivos e requisitos de satisfação assumindo-os como referência para a execução das atividades.

É possível aferir, portanto, que para Duarte (2009, p. 4), “A possibilidade que discuto é considerar Comunicação Pública com a perspectiva cidadã na comunicação envolvendo temas de interesse coletivo.”. Nesse sentido, na opinião do autor, a comunicação pública é relacionada à participação, transparência, diálogo e relacionamento entre o cidadão e as instituições. Assim, é possível compreender informação como direito e patrimônio individual e/ou coletivo.

No entendimento de Duarte (2009, p. 1): “Cidadania, numa visão simples, pode ser entendida como a possibilidade de cada um e de todos conhecerem suas obrigações e usufruírem de seus direitos. E a comunicação, sabemos, é pré-requisito para o exercício da cidadania.”. Nessa frase o autor explica a relação existente entre cidadania e comunicação. A pergunta que vem à mente é: mas o que isto tem haver com o objeto de estudo proposto? A

universidade atua na formação de cidadãos através da transmissão de conhecimento aos discentes e à sociedade, e isso só acontece com o auxílio da comunicação, pois ela é a ponte de transferência de informação entre os professores, estudantes e comunidade. Nesse sentido: “O compromisso com a sociedade, o livre acesso ao conhecimento e a promoção de valores democráticos e da cidadania dependem, em grande medida, de uma Comunicação eficaz.” (UFSCar, 2010, p. 9).

Mainieri e Ribeiro (2011) são autores que discorrem sobre a temática e afirmam que a comunicação pública tem como objetivo principal transmitir aos cidadãos informações e dados de interesse público, sendo esse o primeiro item para se estabelecer o diálogo entre a sociedade e o governo. Desse modo: “Cabe pontuar que toda e qualquer informação referente a instituições, serviços e contas públicas é um direito assegurado ao cidadão.” (MAINIERI; RIBEIRO, 2011, p.53).

Além disso, de acordo com os autores supracitados, se a comunicação pública conseguir cumprir seu primeiro objetivo, que é informar, possibilitará a existência de participação e diálogo recíprocos entre instituições, governo, empresas e cidadãos. Assim, é possível afirmar que as IES são instituições como as mencionadas anteriormente pelos autores, pois transmitem mensagens e informações que são de interesse da sociedade estabelecendo, desse modo, um diálogo entre a universidade e seus públicos.

Mainieri e Ribeiro (2011) entendem que não é o suficiente somente divulgar as informações referentes às instituições públicas, é preciso proporcionar debates e conversas entre a sociedade e o governo sobre os assuntos que são de interesse público. Assim, os autores Fossá e Kegler (2012) explicam que o emissor e os meios não determinam a comunicação pública, pois essa se manifesta na intenção de promover debates, discussões e a transmissão de informações, que visam à construção e à prática da cidadania. Por isso esse processo pode acontecer com a utilização de materiais gráficos, sites na *Internet*, rádio, televisão, etc.

Com base no exposto até o momento, é possível afirmar que as IES precisam se adequar a esse processo no intuito de despertar o interesse da sociedade sobre as pesquisas e estudos realizados em suas instituições, contribuindo cada vez mais para a formação de cidadãos que busquem adquirir conhecimento. Tal informação é corroborada por Mainieri e Ribeiro (2011) ao afirmarem que a relação entre cidadania e comunicação, está no fato da comunicação ser percebida como importante para promover a participação e o estímulo ao exercício da cidadania. Ressalta-se ainda que, sem uma ampla participação popular não existe

o exercício da cidadania. É nesse contexto que, segundo os autores, é possível perceber como a comunicação pública é importante.

Rosso e Silvestrin (2013) também relacionam os conceitos de comunicação pública e cidadania, visto que entendem a comunicação pública como fator fundamental para fortalecer a esfera pública e estimular o avanço da cidadania possibilitando, então, uma ação articulada da sociedade. Os autores defendem que é “[...] possível, por meio dela, estimular a participação de indivíduos pertencentes a diferentes grupos em um reconhecimento da diversidade cultural, favorecendo a discussão e a deliberação sobre temas de interesse coletivo.” (ROSSO; SILVESTLIN, 2013, p. 234).

Os autores Mainieri e Ribeiro (2011) acreditam que o exercício da cidadania pela sociedade acontece através da comunicação pública. Nesse sentido, é possível identificar que a comunicação pública está presente nas IES, pois um de seus objetivos é auxiliar na formação cidadã dos seus alunos através da promoção do diálogo e transmissão de informações por diversificados meios.

2.3 A importância da comunicação organizacional nas instituições

Para entender a relevância da comunicação organizacional é necessário compreender que as autoras Godói e Ribeiro (2009) esclarecem que as denominações desse tipo de comunicação são diferentes no Brasil e nos demais países, variando entre comunicação empresarial, comunicação social e comunicação organizacional. No intuito de evitar dúvidas, no decorrer do texto abaixo, ficará claro o que nesse trabalho é considerado comunicação organizacional.

Para iniciar é necessário conhecer o seguinte conceito em que se define “[...] comunicação empresarial é a comunicação existente entre a “organização” (empresas privadas, empresas públicas, instituições, etc.) e os seus públicos de interesse: cliente interno, clientes, *prospects*, mídia e a sociedade em geral.” (TAVARES, 2010, p. 11).

Com o tempo a comunicação empresarial de forma integrada começou a ser entendida como estratégica, e para isso se tornar realidade é imprescindível que todos na organização participem, conforme explica o autor supracitado.

Para esclarecer melhor, o autor faz uma sutil distinção entre a comunicação organizacional e a empresarial. Na visão dele (TAVARES, 2010), anos atrás a comunicação empresarial estava limitada ao relacionamento entre veículos de comunicação e organizações. Seu objetivo era praticamente criar, manter ou desenvolver uma imagem positiva diante dos

seus públicos-alvo. Com o passar do tempo aconteceram muitas mudanças e os gestores das empresas precisaram pensar de maneira mais ampla sobre a comunicação.

Desse modo, a comunicação organizacional tornou-se parte essencial para o planejamento de comunicação nas empresas, IES e demais organizações públicas ou privadas. E para compreender melhor esse tema é importante ressaltar que toda empresa, entidade ou organização possui uma cultura organizacional própria que influencia diretamente nos processos comunicacionais das instituições. Duarte e Monteiro (2009) definem cultura organizacional enfatizando que dentro das organizações existe um conjunto de ações, atitudes, comportamentos, crenças, maneiras de pensar e valores compartilhados entre as pessoas que fazem parte dela. Assim, segundo os autores, cultura organizacional são todos os elementos que conferem significado e identidade a uma instituição.

Desta maneira, merece destaque o conceito de cultura organizacional que, segundo Duarte e Monteiro (2009), é o que determina se as pessoas envolvidas valorizarão ou não uma informação, se estarão dispostas a transpor as barreiras e os empecilhos para compartilhá-la, e como poderão adquirir mais conhecimento e colocá-lo a serviço dos negócios e da comunicação. Nesse cenário, a informação é primordial para que o setor de comunicação organizacional alcance seus objetivos e metas dentro da instituição.

Após esclarecer o conceito de cultura organizacional, que tanto influencia a comunicação organizacional, tentaremos situar historicamente esse tipo de comunicação que, na visão de Torquato (2011), surgiu no Brasil paralelamente ao desenvolvimento social, econômico e político do país. Principalmente após a Revolução Industrial, período no qual aconteceram mudanças empresariais que ocasionaram alterações nos processos comerciais e administrativos, segundo Godói e Ribeiro (2009).

Além disso, foi por meio do “jornalismo empresarial”¹ que durante o processo de industrialização da região sudeste, surgiu a comunicação organizacional visando ligar as empresas aos seus públicos (TORQUATO, 2011). Concordando com essa afirmação, Godói e Ribeiro (2009) relatam que a comunicação organizacional no Brasil teve origem a partir do jornalismo empresarial, mesmo porque, na década de 60, conforme relatam as autoras, houve muitas publicações empresariais elaboradas abordando a necessidade de aprimorar o que, posteriormente, seria chamado de comunicação organizacional. De acordo com as autoras, a industrialização e as mudanças na sociedade deixaram as empresas mais expostas a todo o tipo de comunicação, inclusive as que são prejudiciais à sua imagem. Era nesse ponto que o

¹Jornalismo empresarial: Termo utilizado por Gaudêncio Torquato no livro *Tratado de Comunicação Organizacional e Política*, pág. 2, para designar um nicho de mercado do jornalismo.

jornalismo empresarial atuava, aproximando as instituições do público a partir da tentativa de criar imagens positivas das organizações.

Seguindo essa contextualização histórica, na opinião de Torquato (2011), a comunicação durante as décadas de 70 e 80 adquiriu importância para as estratégias empresariais. Tanto que, no final da década de 70, essas estratégias enfatizavam os valores da solidariedade e o associativismo para melhorar internamente o clima. Nesse sentido, o autor complementa informando que a finalidade da comunicação era fazer com que os funcionários dessem à organização o melhor de si no intuito de alcançar as metas, e no âmbito externo a propaganda era utilizada para lapidar a imagem da organização.

Ainda na década de 70, segundo o autor, a valorização da comunicação pelas empresas estava no auge e nos anos 80 as atenções foram direcionadas aos conceitos estratégicos, cujo foco era o posicionamento das organizações. Isso porque, nessa época houve um crescimento considerável de produções teóricas e metodológicas, principalmente em decorrência dos muitos cursos de pós-graduação, trabalhos de pesquisas e eventos contendo publicações cujo tema central era a comunicação organizacional. Consequentemente, a profissionalização estava se estabelecendo e a entrada dos jornalistas nas empresas possibilitou um novo ritmo na comunicação organizacional. Com isso, as universidades viram-se obrigadas a desenvolver cursos específicos.

Diante desse cenário, “Notava-se, ainda, forte disputa entre as diversas áreas – recursos humanos, relações públicas, *marketing*, vendas e jornalismo – para comandar o sistema de comunicação.” (TORQUATO, 2011, p. 2). Aos poucos as disputas foram substituídas pela competência profissional.

Conforme esclarece Tavares (2010), atualmente as organizações tentam sempre permanecer no mercado. Nesse sentido, de modo planejado, a comunicação empresarial pode ser um diferencial para as instituições, lucrativas ou não, em qualquer área de atuação, ramo de negócio e classificação.

As empresas e instituições públicas compreenderam a necessidade de estabelecer e manter um relacionamento forte com seus públicos. Além disso, as organizações, conforme esclarece Torquato (2011, p. 2): “Percebiam que o ato de compra de produtos e bens pela clientela deveria embutir a ‘compra’ do conceito, da identidade, do renome, da fama da empresa.” Isso também acontece no momento da escolha de uma instituição de ensino, ou seja, os candidatos a estudantes de certo modo “compram” o conceito, a fama e a identidade da universidade, pois tais fatores conquistam a pessoa afim de que ela deseje ingressar em determinada IES.

Vale ressaltar que, no âmbito de encantar clientes, parcerias e até mesmo estudantes, Almeida (2009) destaca que atualmente existe, no ambiente organizacional, uma forte pressão. A segmentação dos públicos, cada vez mais exigentes, está mudando seus comportamentos e perfis. Assim, estabelecer diretrizes capazes de gerar valores que sejam percebidos pelos *stakeholders* e estejam de acordo com as expectativas deles, tornou-se fundamental para as organizações.

Inseridos nesse cenário onde as organizações precisam atender às expectativas dos públicos, os autores Duarte e Monteiro (2009) escreveram que, quando se utiliza bem a comunicação é possível agregar mais valor à instituição, aprimorar o desempenho operacional, melhorar as práticas gerenciais, propiciar mudanças importantes nas variadas relações existentes entre a organização e todos os seus públicos. Porém, na maior parte das organizações a circulação da comunicação não acontece de modo adequado. Alguns a utilizam como meio de poder, existem muitos empecilhos, não há interesse em escutar, não existe uso estratégico e adequado dos múltiplos canais de comunicação, as mensagens geralmente não são adequadas aos públicos e os gestores somente disseminam informações, não compreendendo o real significado de se comunicar. Os autores concluem essas reflexões informando que: “Faltam políticas, diretrizes, estratégias de comunicação e, espantosamente, engajamento da alta cúpula para transformar a comunicação em um instrumento de qualificação dos processos, da identidade organizacional e da melhoria dos resultados.” (DUARTE; MONTEIRO, 2009, p. 334).

Nessa situação, as organizações têm uma comunicação burocratizada, caracterizada por ser de cima para baixo, com as pessoas do “alto escalão”² utilizando sofisticadas retóricas na tentativa de conquistar adesão e apoio dos funcionários, porém, conforme retratam os autores, essas situações resultam em cinismo coletivo, onde os colaboradores “fingem” que conhecem todas as informações, mesmo sempre reclamando das falhas de comunicação. Nesse cenário o SACI pode auxiliar as instituições de ensino superior na disseminação de conhecimento e informações para seus públicos internos e externos evitando o descontentamento dos servidores com a organização, pois o sistema permite que os professores, alunos, parceiros e servidores façam seus cadastros para divulgar e receber notícias das universidades.

Sobre esse assunto Francisco (2014) informa que através do SACI foi possível melhorar os veículos de comunicação interna da UFSCar e atuar positivamente na questão do

²Alto escalão: essa expressão refere-se as pessoas que estão nos altos cargos da organização, tais como: coordenadores, gerentes, diretores, sócios e proprietários.

relacionamento com a comunidade. Para exemplificar as melhorias propiciadas pelo SACI, o autor cita dois exemplos:

[...] Um deles, um newsletter enviado diariamente para toda a comunidade ganhou formato html, nova identidade visual e, o mais importante, passou a ser segmentado. Com isso, estudantes de graduação, estudantes de pós-graduação, docentes e técnico-administrativos, cada qual recebe o mesmo boletim, porém apenas com as notícias de seu interesse. Internamente, o processo de produção é o mesmo, o que muda é que o sistema tem a capacidade de formatar de forma automática e transparente a geração do boletim de acordo com os públicos específicos. (FRANCISCO, 2014)

Outro exemplo foi o aprimoramento do uso do clipping. Anteriormente o mesmo era feito só para monitoramento e consumo interno da Assessoria e diretorias da UFSCar. Com o SACI e a catalogação do clipping numa mesma base de dados, aprimorou-se com a inserção das notícias publicadas na Imprensa junto ao newsletter diário e a notificação dos solicitantes de divulgação cada vez que uma nova notícia sobre sua solicitação é publicada em algum jornal ou Internet e catalogada no sistema. Com o mapeamento dos fluxos de informação SACI foi possível realizar isso de forma transparente e automatizada. (FRANCISCO, 2014)

Tais retratos da realidade, como os supramencionados contendo insatisfação dos públicos com os processos comunicacionais das instituições, acontecem, pois segundo Duarte e Monteiro (2009, p. 335):

De modo geral, as queixas são de que a comunicação ainda é considerada instrumento simplesmente tático ou meramente operacional; os assessores têm pouca influência na gestão; as políticas da área permanecem no papel (quando existem); os dirigentes não assumem seu papel de liderança em comunicação; a comunicação transparente, integrada e estratégica fica no discurso; não se faz avaliação dos resultados; o envolvimento com a qualidade da comunicação fica apenas com a equipe da área.

Na opinião dos autores, talvez seja possível avançar na comunicação organizacional quando a comunicação em si tornar-se um desafio da organização como um todo, desde a diretoria, sócios e proprietários, até o novato. Assim, a comunicação será entendida como: tornar comum, possibilitar a interação e o diálogo, facilitar a compreensão, o acesso, o reconhecimento, a participação e a atenção com o outro indivíduo.

Atualmente e há, no mínimo, vinte anos, conforme explicam os autores (DUARTE; MONTEIRO, 2009), a comunicação e seus componentes, tais como interação, informação e contexto, são fatores decisivos e fundamentais para o sucesso da organização. Por isso, segundo os autores, a comunicação é uma variável cada vez mais essencial no intuito de

viabilizar aspectos que garantam a sobrevivência, o avanço, a coesão interna, as vendas, gestão, o engajamento da equipe, a visão, a imagem e a reputação da organização.

Esse crescimento na importância da comunicação, aconteceu a partir dos anos 80 quando os especialistas de mercado apontaram como uma forte tendência a transição de uma economia fundamentada na indústria para a economia baseada na informação. Isso porque atualmente, de acordo com Duarte e Monteiro (2009), essas transformações fizeram com que a economia seja fundamentada na informação, sendo ela a base principal para os sistemas construídos pelas organizações e sociedade.

Hoje em dia, conforme os autores afirmam, estamos inseridos em um mundo totalmente dinâmico, no qual as pessoas estão constantemente em movimento, as organizações estão mais abertas e flexíveis a trabalhar em redes, na maioria das vezes efêmeras. Essa é a nova sociedade (DUARTE; MONTEIRO, 2009), reconstruída com outras bases e estruturas de informação, composta por variadas e inovadoras tecnologias de comunicação, jeitos de interação e dinâmicas de poder.

As organizações estão cada vez mais atentas e em sintonia com a nova configuração relacional, por isso passaram a investir nos processos comunicacionais, segundo Roman (2009). O SACI, objeto de estudo da pesquisa, é um exemplo de investimento em gerenciamento de processos comunicacionais feito por IFES - Instituições Federais de Ensino Superior, pois é um *software* de gestão das informações produzidas e divulgadas pela UFSCar.

Na visão de Roman (2009), a capacidade para elaborar e divulgar informações que as organizações possuem foi ampliada substancialmente pela tecnologia da informação. Por isso é preciso utilizar sistemas que, como o SACI, possibilitem a seleção da informação descartando o que não for útil, evitando então inundar com informações inadequadas a instituição e seus públicos, pois o excesso de dados pode atrapalhar os processos da organização.

Nesse contexto é essencial que as IES adotem uma postura flexível começando a trabalhar em rede, reconstruindo seus departamentos de informação, suas estruturas de comunicação e o modo de transmissão das mensagens aos seus públicos internos e externos. Exatamente nesse ponto o SACI é um grande aliado, pois segundo Francisco (2014), o sistema “[...] tem a capacidade de gerenciar vários produtos de comunicação interna e externa numa mesma plataforma.”.

Para isso, as novas tecnologias podem tornar-se elemento indispensável no intuito de melhorar os fluxos de informação propiciando agilidade, alcance e rapidez na transmissão de

informações. Porém, conforme explicam Duarte e Monteiro (2009), toda a tecnologia hoje disponível não garante sozinha que os fluxos de informação sejam criados e mantidos de maneira eficientes dentro da organização.

Na visão de Francisco (2014), várias questões de comunicação foram solucionadas pelo SACI, conforme explica:

Além da automação de publicações e gestão de workflow, tarefas e permissões, o Sistema criou interfaces para relacionamento interno e externo à instituição. O mais grave, na época, era o relacionamento com a comunidade interna, que enviava pedidos de divulgação para a Assessoria das formas mais variadas. Neste processo, com dados chegando por e-mail, papel, telefone etc., muita coisa e prazos se perdiam e isso gerava uma insatisfação do público. Com a criação da interface de solicitação de divulgação do SACI incorporada ao site da CCS, criou-se um canal para envio das informações, de forma que o solicitante recebe um protocolo e pode acompanhar todo o processo de produção da notícia. Isso deu muita transparência e agilidade para o relacionamento interno. Com o público externo o principal ganho foi no registro dos atendimentos de Imprensa. As demandas e as soluções passaram a ser registradas no SACI e isso foi positivo porque permitiu que todos os assessores visualizassem os trabalhos uns dos outros e que pudessem atender os jornalistas de forma mais ágil. Isso também foi positivo porque todas as respostas dadas para Imprensa passaram a ser registradas garantindo uma coerência no discurso institucional.

As razões mais importantes da comunicação que resultaram nessa realidade atual são, segundo Tavares (2010):

- A era da informação: para grande parte dos gestores é sinônimo de propriedade de informação nos diversos níveis sendo transformadas em ações estratégicas. Para eles, dentro desse entendimento, é imprescindível conseguir administrar, conhecer e saber utilizar a informação positivamente a favor da organização. Isso tornou-se fundamental para a sobrevivência de toda instituição. Na visão dos profissionais é necessário haver conhecimento multidisciplinar, pois há uma sociedade “abarrota” de informações e fontes, tentando aproximar o público cada vez mais das organizações;
- Valorização das pessoas: é irrefutável a importância dos recursos humanos para a comunicação e os negócios. O campo profissional está se transformando em um grande filtro à medida que os departamentos de comunicação crescem em relação às técnicas, novas mídias e meios, veículos mais segmentados, formatos diversificados, etc.;

- Geração de relacionamentos: o mercado está cada vez mais somando forças e criando parcerias entre todas as áreas de conhecimento e negócios. Está havendo a junção de profissionais de diferentes áreas, por exemplo, psicólogos, médicos advogados, jornalistas, publicitários, professores, farmacêuticos, todos em um debate ou projeto. Esses relacionamentos acrescentam valor ao produto e ao resultado final dos processos organizacionais;
- Alterações nas percepções do público e consumidores: conforme Tavares (2010, p. 115), “Mudamos nossas percepções em relação à comunicação, seja a interna, a institucional ou a de *marketing*.”. Nesse sentido, passamos a ser mais exigentes e criteriosos analisando com discernimento o que realmente é ou não comunicação. Atualmente sabemos analisar se o jornalismo é opinativo ou informativo, e quando a publicidade pretende nos enganar;
- Diminuição dos ciclos de vida dos produtos: a todo momento existe um produto entrando no mercado. Para o consumidor essa situação é excelente, para as empresas é péssima, isso porque por maior que seja o investimento em pesquisa e desenvolvimento, atualmente tudo é imitado com facilidade. Desse modo, a graça e o valor agregado do produto acabam mais rápido; e
- Crises de imagem: este é o último tópico e tão importante quanto os anteriores, visto que as instituições são abordadas por todos os ângulos, alguns de modo perverso por jornalistas, entidades sociais, etc. Alguns profissionais da comunicação acusam os publicitários de influenciarem o comportamento de compra e mudarem os hábitos de consumo, pensando unicamente em dinheiro. “Pois bem, o fato é que a imprensa brasileira se iguala à publicidade. Ou seja: vender a qualquer custo.” (TAVARES, 2010, p. 116).

Diante de toda essa situação o autor conclui que é necessário deixar as intrigas para escanteio, pois a comunicação depende de todas as habilitações, publicidade, jornalismo e relações públicas, trabalhando unidas para o bem da sociedade, das organizações e da nossa empregabilidade.

Diante de todos esses pontos que nos trouxeram à atual comunicação, é importante salientar que no entendimento de Rego (1986, p. 31): “Gerar consentimento, eis a meta final da comunicação organizacional. Produzir aceitação, por meio de comunicação expressiva-emocional, deve ser o objetivo dos profissionais que lidam com comunicação nas empresas.”. Ter a aceitação do público é imprescindível para todas as organizações, incluindo as

universidades públicas federais, pois essas instituições também precisam do seu público interno e externo para conquistar seus objetivos.

Pode-se finalizar esse tópico informando, como foi dito anteriormente, que toda instituição precisa e deseja ter uma boa imagem para conquistar públicos e parceiras. Para tanto, a comunicação é essencial nas organizações e a tecnologia surge no cenário atual como um aliado na busca pela melhoria dos fluxos e processos institucionais em todas as organizações, dentre elas as instituições de ensino superior.

2.3.1 Comunicação institucional

A comunicação institucional, por exemplo, existe em toda e qualquer universidade, independente se seus gestores/diretores trabalham com ela visando objetivos e metas ou se a ignoram deixando de lado os benefícios organizacionais que poderiam alcançar.

Maurício Tavares (2010, p. 54) conceitua que a comunicação institucional:

[...] é o conjunto de ações que visa divulgar informações aos públicos de interesse sobre os objetivos, as práticas, as políticas e ações institucionais da organização. O objetivo principal é construir, manter ou melhorar a imagem da empresa no mercado perante esses públicos.

Para compreendê-la melhor é preciso esclarecer que a comunicação institucional, de acordo com Tavares (2010), visa criar, manter e garantir o desenvolvimento de uma imagem organizacional positiva. Alguns *softwares* são essenciais para ajudar as instituições de ensino superior a conquistarem parcerias proveitosas, principalmente para o desenvolvimento de projetos e pesquisas científicas. Como exemplo, e objeto da pesquisa, podemos citar o SACI que faz um trabalho de auxiliar nesse sentido, por meio do envio de *releases* com informações institucionais para os veículos de comunicação que muitas vezes tornam-se matérias de pauta, agregando mais valor e visibilidade à imagem da universidade. Em relação à divulgação de informações a partir do SACI, Francisco (2014), explica um grande aprimoramento propiciado pelo sistema à UFSCar:

Antes do SACI os mailings não tinham um gerenciamento adequado e o envio de informações era feito por cada assessor, a partir de seus próprios computadores. Isso gerava um problema sério de consistência dos e-mails registrados nos mailings e atrapalhava na disseminação da informação. Com a organização de uma interface única para envio das informações e gerenciamento único de mailing pelo SACI esse problema foi sanado, o que gerou uma melhor performance da divulgação.

Para alcançar os benefícios e conseguir fazer a gestão da comunicação, segundo Tavares (2010), é imprescindível estar atento às implicações da atual era da informação, onde as pessoas possuem mais acesso aos dados se comparado com anos anteriores. É por isso que as organizações precisam estar mais próximas de seus públicos de interesse e processos administrativos, porém essa necessidade de proximidade, por outro lado, torna mais vulnerável a imagem das instituições diante da opinião pública.

Nesse cenário Tavares (2010) informa que existe um confronto entre o crescente número de jornalistas trabalhando em organizações sem ou com fins lucrativos, assessorias de imprensa e veículos de comunicação, sempre à espreita de deslizamentos das instituições para criarem mais matérias; e as equipes de relações públicas e porta-vozes das organizações buscando manter a imagem positiva. Além disso, conforme relata Roman (2009), a maior facilidade de intercâmbio entre as pessoas por meio das redes de comunicação aumentou a possibilidade de produzir e divulgar discursos negativos sobre as instituições.

Logo, é possível afirmar a importância das instituições, entre elas as universidades, fazerem o gerenciamento de suas informações nas redes de comunicação tecnológicas, através de ferramentas como: *softwares*, redes sociais, sites, dentre outros, visando produzir e transmitir mensagens positivas sobre a instituição, revertendo e minimizando possíveis discursos negativos.

Diante desses fatores, segundo Tavares (2010, p.119): “Na sociedade da informação, não se pode escamotear a verdade, sob pena de comprometer, definitivamente a imagem.” Essa afirmação só deixa clara a necessidade das instituições ‘jogarem limpo’, com transparência diante de qualquer situação que possa causar uma crise na imagem. Assim, de acordo com este autor, é possível perceber um avanço muito grande na comunicação institucional, em decorrência, principalmente, da atual tecnologia. Devido aos contatos estarem cada vez mais rápidos, a notícia por meio da *Internet* é global e perecível. O aumento das preocupações com a área social fez com que a instituição se tornasse mais proativa, visando aparições benéficas e positivas.

Com isso é possível afirmar que a gestão da comunicação institucional pode trazer grandes oportunidades às universidades na conquista de suas metas. Para auxiliar nesse ponto, o SACI é muito importante, pois facilita o gerenciamento das informações que são enviadas aos públicos e profissionais da comunicação.

2.3.2 Comunicação integrada

O desafio da comunicação, na visão de Cruz (2007), reside em considerar as características e diferenças das variadas áreas de gestão estabelecendo uma interação constante entre elas. A partir dessa relação entre as áreas, a autora informa que a linguagem precisa ser única no sentido de integrar os atos, ações e atividades de comunicação considerando todas as especificidades.

Nessa perspectiva, as autoras Ghisleni, Lima e Ribeiro (2006) explicam que a comunicação atualmente está relacionada às novas tecnologias de modo fundamental, pois elas propiciam um novo relacionamento entre as organizações e seus públicos. Isso acontece, segundo as autoras, porque há necessidade das instituições transmitirem mensagens coerentes independente do tipo de comunicação que é utilizada.

Diante disso, segundo as autoras, é importante que as informações transmitidas sejam consistentes, claras e precisas. Nesse sentido, toda mensagem enviada para o público precisa ser uma comunicação integrada, pois: “De tal modo, a comunicação integrada passa a ser uma arma estratégica para a sobrevivência e o desempenho de uma organização em uma realidade complexa que se altera rapidamente.” (GHISLENI; LIMA; RIBEIRO, 2006, p. 98).

A definição de comunicação integrada, segundo Trevisan (2003), é originária nas pesquisas de estudiosos da comunicação organizacional. Para Ghisleni, Lima e Ribeiro (2006), o aumento na quantidade de ferramentas de tecnologia da informação resultou na criação de alguns meios de comunicação, o que estimulou mudanças no mercado globalizado. Nesse cenário a comunicação integrada ganhou mais espaço e começou a ser mais discutida.

Sendo assim, pode-se dizer que a comunicação integrada é um tema novo e está sendo mais freqüentemente discutido desde os anos 80 quando, segundo Aguiar, et al. (2006), as obras que abordam esse assunto aumentaram. Assim, a comunicação integrada, a partir da década de 80, passou a ser entendida e trabalhada de maneira estratégica nas organizações onde “Por meio de um planejamento global de comunicação todos os setores desenvolvem ações para atingir um objetivo comum.” (AGUIAR, et al., 2006, p. 4).

Além disso, no entendimento de Trevisan (2003, p. 48) “Com a globalização, faz-se cada vez mais necessário o efetivo desenvolvimento e planejamento da comunicação organizacional em termos de comunicação integrada.”. Por isso é importante que as assessorias e departamentos de comunicação das instituições, incluindo as IES, tenham em mente a construção de uma estratégia de comunicação integrada para atender às necessidades organizacionais.

Acerca do assunto sobre a origem da comunicação integrada, Trevisan (2003), relata que essa terminologia era originalmente e constantemente utilizada na área de comunicação organizacional, nesse sentido: “Tem como conceito básico a sinergia e a integração entre as diversas áreas, ferramentas e necessidades comunicacionais de uma organização.” (TREVISAN, 2003, p. 48). Dessa maneira, no entendimento da autora, a comunicação integrada pressupõe, para conseguir alcançar os resultados, um planejamento estratégico que utilize todas as ferramentas disponíveis e tenha uma visão ampla das necessidades de comunicação da instituição para construir de modo positivo a imagem organizacional interna e externa.

Para Aguiar, et al. (2006), as transformações ocorridas na gestão da comunicação nas últimas duas décadas, dentre elas a mudança no perfil dos públicos, exige dos profissionais da área mais criatividade e atenção no desenvolvimento de ações comunicativas, pois nesse cenário, áreas isoladas de comunicação não conseguem mais atender às demandas e necessidades das instituições.

Por tudo isso, no saber de Cruz (2007), a comunicação integrada em uma organização pressupõe a integração e a sinergia entre as variadas áreas e ferramentas de comunicação. Além disso: “A comunicação integrada abrange as comunicações institucional, administrativa, interna e mercadológica.” (GHISLENI; LIMA; RIBEIRO, 2006, p. 102). Por isso, a importância de abordar a comunicação integrada nesse trabalho, pois dentro da universidade existem vários tipos de comunicação, e uma ferramenta que auxilia as instituições a trabalharem de modo sinérgico as diferentes informações é o SACI, que nada mais é do que um *software* que possibilita o tratamento integrado das informações nas IES.

De acordo com Francisco (2014), o SACI auxilia a UFSCar no gerenciamento da comunicação interna e externa, desde o momento em que são enviadas informações para a Assessoria ou Rádio UFSCar por meio do sistema:

A partir do envio das informações da comunidade da UFSCar por meio de solicitações feitas no site da Assessoria ou da Rádio UFSCar (veja em <http://www.ccs.ufscar.br/divulgue-seu-trabalho> e http://www.radio.ufscar.br/?page_id=11639), cada solicitação torna-se uma tarefa dentro do Sistema, que deverá ser avaliada por um pauteiro/editor. Esse jornalista transforma cada solicitação em várias pautas, de acordo com o tema e abrangência, para veículos de comunicação interna e externa. Esta pessoa também define quem da equipe receberá a pauta, deadline, datas de veiculação e todas as informações importantes para que a notícia seja difundida de forma segmentada e com as linguagens e padrões adequados a cada veículo. Tanto para a comunicação interna como para a externa, o SACI disponibiliza para o pauteiro/editor, de acordo com cada produto, uma

interface para definição de dados como editoria, mailing e período. Ou seja, o SACI apresenta ao pauteiro/editor, bem como ao redator, uma interface diferente a cada produto, de acordo com a sua especificidade, se impresso, se e-mail (release, newsletter), se site, se rádio, se TV. Cada qual possui o que chamamos de gabarito, que controla como as informações serão inseridas e exibidas no Sistema. (FRANCISCO, 2014).

Diante dessa explicação é possível verificar que o SACI auxilia no controle do fluxo de informação que a universidade recebe e também transmite aos seus públicos, através de uma série de controles existentes no *software*, por exemplo: definição de quem receberá as pautas e o estabelecimento das datas, independente da origem da mensagem e do tipo de produto (*release*, TV, site, etc), permitindo, então, que seja estabelecida uma comunicação integrada na instituição.

Nesse sentido, para Kunsch apud Cruz (2007, p. 199) a comunicação integrada “precisa ser entendida como uma filosofia capaz de nortear e orientar toda a comunicação que é gerada na organização, como um fator estratégico para o desenvolvimento organizacional na sociedade”.

Assim, no entendimento de Cruz (2007, p. 199):

Nessa perspectiva de filosofia, a comunicação integrada, entendida como um conjunto de diferentes modalidades de comunicação, pressupõe a junção da comunicação institucional, da comunicação mercadológica, da comunicação interna e da comunicação administrativa, que formam, então, o mix ou composto da comunicação organizacional. Esse deve formar um conjunto harmonioso, sinérgico, apesar das diferenças e das especificidades de cada setor e dos respectivos subsetores cuja soma de todas as atividades redundará na eficácia da comunicação nas organizações, a partir de ações estratégicas e táticas de comunicação.

Margarida Kunsch apud Endo (2003, p. 120) concorda com o autor acima e traz a seguinte conceituação:

Entende-se por comunicação integrada aquela em que as diversas subáreas da Comunicação atuam de forma sinérgica. Ela pressupõe uma junção da comunicação institucional, da comunicação mercadológica e da comunicação interna, que formam o composto da comunicação organizacional. Este deve formar um conjunto harmonioso, apesar das diferenças e das especificidades de cada setor e dos respectivos subsetores. A soma de todas as atividades redundará na eficácia da comunicação nas organizações.

Posteriormente, de acordo com Endo (2003), a autora Margarida Kunsch escreveu um artigo intitulado “Repensando o papel da comunicação na Universidade”, no qual colocou a comunicação administrativa e a comunicação pública da ciência (também chamada de comunicação científica), inseridas no conjunto da comunicação integrada.

Bortoli (2012) descreve a comunicação integrada como um conjunto estratégico de meios de comunicação e planos internos e externos que visam alcançar as metas institucionais. Por isso: “A comunicação integrada em outras palavras refere-se a estratégias, planejamentos integrando a comunicação interna com a externa para alcançar um objetivo, meta de uma determinada organização. [...] Em outras palavras a integração só é possível com a participação conjunta de profissionais das mais variadas áreas, garantindo uma ação combinada.” (BORTOLI, 2012, p.[?]).

Na visão das autoras Ghisleni, Lima e Ribeiro (2006, p. 99) para que exista comunicação integrada é necessário planejamento, análise e avaliação, pois: “Ela consiste, assim, no conjunto articulado de esforços, ações, estratégias e produtos de comunicação, planejados e desenvolvidos por uma empresa, com o objetivo de agregar valor a sua marca ou a sua imagem junto a públicos específicos.” Estas autoras acreditam que as organizações hoje em dia estão cada vez mais adotando uma abordagem integrada da comunicação em suas ações. “Assim, a comunicação integrada começa a ser hoje uma realidade. Considerada parte integrante da gestão estratégica, ela abrange as comunicações institucional, administrativa, interna e mercadológica.” (GHISLENI; LIMA; RIBEIRO, 2006, p. 100). Com isso, as autoras relatam que a integração das ações acontecerá somente a partir do trabalho conjunto de todas as áreas, direcionado para a construção de uma linguagem coerente e combinada, que respeite e atenda às necessidades e particularidades de cada setor envolvido.

São essas autoras que relatam que não é mais possível que, em um plano, as ações e informações divulgadas não sejam coordenadas e cada departamento siga uma direção. Por isso é imprescindível integrar todas as formas de comunicação. “Portanto, o resultado da integração é a criação de uma sinergia e a coordenação de mensagens para atingir um elevado impacto.” (GHISLENI; LIMA; RIBEIRO, 2006, p. 99).

Para Endo (2003), em uma instituição de ensino, o público interno é responsável pela construção da imagem institucional junto ao público externo. Portanto, o ambiente físico, os dirigentes, servidores administrativos, docentes, pesquisadores e até mesmo os fornecedores terceirizados que participam diretamente do ambiente interno da universidade, são divulgadores da imagem institucional, conforme explica a autora. Por isso é tão importante para as universidades o uso de ferramentas de gerenciamento da comunicação, tais como o

SACI, pois toda interação entre a instituição e elementos de seus públicos externos e internos transmite determinada imagem da organização. Diante disso, segundo Endo (2003), é necessário que as instituições de ensino encarem os departamentos de comunicação como área estratégica, mesmo porque “A comunicação integrada tem se apresentado como política eficaz e eficiente para a gestão da comunicação.” (ENDO, 2003, p. 122). A autora ainda complementa que:

Quer seja pelas teorias quer pela comprovação prática deste pressuposto – e, ainda, mais do que discurso –, é fato que a comunicação integrada tem se apresentado como política eficaz e eficiente para a gestão da comunicação, uma área cada vez mais valorizada nas organizações por suas ações estratégicas. (ENDO, 2003, p. 120)

Também nesse sentido, Cruz (2007, p. 208) relata que “É importante para uma organização a integração de suas atividades de comunicação – comunicação integrada – em função do fortalecimento de seus conceitos institucional, mercadológico e corporativo em seus públicos.”.

Bortoli (2012) acredita que a definição de comunicação integrada está cada vez mais sendo adotada pelas instituições devido às inovações nas ferramentas de tecnologia da informação e do desenvolvimento de novos meios de comunicação. Entre essas novidades encontra-se o objeto de estudo dessa pesquisa - o SACI, que é uma ferramenta tecnológica desenvolvida para funcionar na *Internet*.

No sentido de ressaltar a importância e o crescente uso das novas ferramentas tecnológicas na comunicação, Bortoli escreveu que: “Hoje a comunicação agrega as novas tecnologias as quais proporcionam inovações na maneira em que se comunica com seu público.” (BORTOLI, 2012, p. [?]).

Diante de todo o exposto, para realmente haver a comunicação integrada é necessário uma sinergia entre as diversas comunicações existentes dentro da instituição. Assim, as comunicações interna, institucional, organizacional e administrativa devem complementar uma às outras passando uma única mensagem objetiva, clara e correta no intuito de alcançar, com mais eficácia, as metas organizacionais e o público. Para tanto, pode-se utilizar o SACI no intuito de auxiliar as IES a implantarem a comunicação integrada de maneira estratégica para alcançar as metas e objetivos organizacionais.

Para Ghisleni, Lima e Ribeiro (2006), uma das características da comunicação integrada é utilizar todo e qualquer meio de comunicação para estabelecer contato com o

público-alvo, não ficando, desse modo, presa ao uso de apenas um veículo. Nesse cenário, o SACI é uma ferramenta da tecnologia da informação que possibilita a aplicação da comunicação integrada nas universidades, pois, como o próprio nome explica, SACI significa: Sistema de Apoio à Comunicação Integrada.

O SACI desempenha papel que merece destaque e estudo, pois pode ajudar e permitir o gerenciamento de comunicação na universidade, possibilitando um controle maior do fluxo de informação por meio dos *status* das solicitações e do acompanhamento das atividades através dos relatórios, conforme explica Francisco (2014): “O SACI é um ótimo instrumento para gerenciamento de informação de forma adequada. Estabelecer fluxos, rotinas, organizar informações em bancos de dados, gerenciar prazos, permissões, dar transparência para informações.”.

Além disso, o SACI integra diferentes situações de comunicação em um único *software*, atendendo às especificidades de cada área envolvida. A integração das comunicações é importante para as universidades, pois conforme esclarece Cruz (2007, p. 202):

[...] verifica-se que é premente que as universidades revisem sua concepção de comunicação e a forma como é conduzida, objetivando evitar distorções de condutas e objetivos organizacionais, a partir de um efetivo planejamento de comunicação integrada com políticas claras.

Atualmente não existe mais a possibilidade de fragmentar as ações de comunicação. É necessário investir em comunicação institucional, de *marketing* e interna de maneira integrada e planejada, visto que, é essencial para toda e qualquer organização a integração entre a comunicação institucional, interna e de *marketing*, conforme esclarece Tavares (2010).

Diante do exposto é possível concluir que é essencial a integração de todos os tipos de comunicação existentes em uma organização, pois somente assim e com o planejamento das ações e atividades comunicacionais, que as instituições alcançarão suas finalidades.

3 AS NOVAS TECNOLOGIAS NA DIVULGAÇÃO E DEMOCRATIZAÇÃO DO CONHECIMENTO

Assim como a revolução industrial resultou em mudanças na sociedade ocidental, segundo Targino (1995), a revolução tecnológica ocasionou inúmeras alterações, dentre as quais estão: práticas culturais, descentralização da economia, democratização da informação e redefinição das relações de trabalho. Essas mudanças na sociedade também aconteceram na visão de Silva (2001, p. 856), para quem: “Em cada época histórica cada conjunto significativo de tecnologias condicionou o aparecimento de novas formas de estar e de ser - práticas, actividades, comportamentos, etc. -, ou seja, um ‘novo mundo comunicacional’.”.

As novas tecnologias, segundo Werthein (2004), também são responsáveis por grandes mudanças nos nossos relacionamentos, seja na vida pessoal, familiar, no trabalho, na escola e até mesmo em momentos de lazer. O autor completa informando que até nossa noção de espaço e tempo foi reformulada, tendo seus conceitos revistos diante das novas tecnologias. Isso tudo porque, na visão de Werthein (2004), representante da UNESCO no Brasil, as novas tecnologias possuem um lugar indispensável nas nossas vidas, pois são a estrutura do sistema de comunicação atual em todos os níveis (local, nacional, internacional e/ou global).

É possível conceituar como novas tecnologias, segundo Werthein (2004), os instrumentos comuns que nós dispomos, tais como: telefone, fax, celular, *Internet* e até mesmo rádio, cinema e televisão que estão em constante evolução.

Assim, a posse desses equipamentos resultou na maior acessibilidade à informação por meio dos novos suportes tecnológicos e através do aumento da velocidade, da capacidade de armazenamento e da compatibilidade dos sistemas, como explica Silva (2001). Atualmente, os dicionários, enciclopédias, obras literárias, atlas podem ser arquivados em um DVD, mesmo com as combinações de som, texto e imagem. Desse modo, para conseguir a informação desejada é preciso somente fazer uma busca e os dados relacionados aparecem praticamente instantaneamente.

Em tal contexto, a influência da informática, no entendimento de Targino (1995), é decisiva para a difusão de informação. Com isso, a informática está conduzindo a um novo modelo de distribuição informacional, hipertextual e dinâmico, que visa atender aos usuários das redes eletrônicas, independente da localização geográfica respeitando a estrutura cognitiva e as demandas.

Segundo Schiavoni (2007, p. 1):

Os conhecimentos produzidos pela sociedade são considerados como um ‘bem comum’, algo a que todos podem e devem ter acesso a fim de que cada indivíduo possa atingir seu pleno desenvolvimento pessoal e a humanidade, como um todo, possa atingir padrões aceitáveis de convivência e solidariedade, fortalecendo o respeito pelos direitos humanos e pelas liberdades fundamentais.

Neste ponto encontra-se a importância de estudar o SACI, pois é um *software* que possibilita a transmissão de conhecimento gerado dentro das universidades para a sociedade em geral, a partir do envio de *releases* aos profissionais e veículos de comunicação cadastrados no *software*, divulgando, desse modo, os projetos e estudos que estão acontecendo dentro da instituição e muitas vezes acabam por se tornar pautas. Em decorrência dessas tecnologias da informação, segundo Schiavoni (2007), foi estabelecida uma nova era denominada sociedade da informação, que posteriormente passou a ser chamada de sociedade do conhecimento e que nos dias atuais tornou-se a sociedade da aprendizagem, pois não é possível existir conhecimento se não houver aprendizagem. Desse modo, a autora complementa informando que na atual sociedade da aprendizagem a tecnologia para gerar conhecimento é a fonte da produtividade.

Cabe esclarecer que para Schiavoni (2007) informação não significa conhecimento. Isso porque é possível que o indivíduo tenha contato com uma quantidade infinita de informação, mas não saiba o que fazer com ela, como filtrá-la e organizá-la. Por isso, é somente depois de selecionarmos as informações que são importantes para nós e conseguirmos integrá-las à nossa mente para utilizá-las de maneira pertinente e associativa, que realmente as transformamos em conhecimento.

Por isso, no entendimento de Schiavoni (2007), a grande relevância dos avanços tecnológicos é proporcionar, de maneira rápida e sem custos, a ligação entre a informação e a matéria-prima do conhecimento. Desse modo, as novas tecnologias resultaram em mudanças principalmente na área da educação, pois atualmente é possível acessar a informação através de vários meios tecnológicos. Ainda segundo a autora: “Por tempos, os centros acadêmicos foram os redutos da informação e da produção de conhecimento. Mas, no atual século XXI, o que assistimos é uma descentralização desse poder tanto institucionalmente como em relação à prática docente.” (SCHIIVONI, 2007, p. 2-3).

Podemos citar o SACI como um desses meios tecnológicos que facilitam todo e qualquer cidadão a ter acesso à informação. Isso acontece por causa do banco de dados do sistema, que possibilita aos navegadores acesso a várias informações que podem ser buscadas

em seus espaços específicos para pesquisa, ou até mesmo, solicitadas diretamente para a assessoria de comunicação da universidade, como acontece por exemplo, na UFSCar.

A *Internet* pode beneficiar até mesmo as mais carentes comunidades através de instituições privadas, democratização das mensagens e políticas públicas voltadas às tecnologias da informação, conforme explica Schiavoni (2007). Porém, segundo a autora “Resta questionar, entretanto, em que medida as potencialidades das novas tecnologias serão utilizadas para permitir efetivamente a democratização do conhecimento.” (SCHIAVONI, 2007, p. 2).

Para Werthein (2004), democratizar o conhecimento é fundamental para alterar a situação dos excluídos digitais e sociais. Sendo assim, é necessário transformar a informação em conhecimento, e essa transformação precisa do envolvimento de todos setores da sociedade, pois na opinião do autor, resultará em mudanças efetivas na realidade da vida das pessoas, principalmente dos que estão excluídos socialmente. Assim Werthein (2004, p. 6) conclui que “Não basta ter a informação, insistimos: o importante é ter a informação e transformá-la em conhecimento capaz de gerar mudanças e melhorar a vida das pessoas.”.

A informação, conforme explica Schiavoni (2007), é processada com tanta rapidez na *Internet* que resultará em um sistema de acesso ao saber avançado, exigindo que profissionais e educadores se atualizem constantemente sobre as fontes de referência e os métodos de ensino.

Para esse autor, na *Internet* o sujeito processará as informações segundo sua capacidade sensível, cognitiva, interesse e repertório, tendo desse modo, a oportunidade de realmente interagir com as mensagens, pois: “Consideramos interatividade a capacidade de um interlocutor intervir materialmente no conteúdo ou na forma de uma dada mensagem, mudando seu curso.” (SCHIAVONI, 2007, p. 6). O SACI possibilita essa interatividade porque o internauta pode intervir no conteúdo divulgado pelo sistema, indicando através do espaço para solicitar divulgações, assuntos para *releases* e informações de eventos, dentre outros.

Nesse contexto de tecnologia e interatividade, é fundamental disponibilizar a informação aos internautas, porém só isso não é o suficiente. Werthein (2004) acredita que é importante analisar e trabalhar essa informação, permitir que as universidades e demais instituições de ensino possam extrair o máximo dela para oferecê-la às pessoas e à sociedade em geral de modo compreensível e inteligível. Dentro dessa realidade, acreditamos que as IES possam ser pensadas do mesmo modo que Silva (2001, p. 845) discorre sobre a escola ao afirmar que:

Pensamos que a ideia de escola como memória da humanidade, como sistema de construção do saber, de enriquecimento moral e social, um espaço em que se considere cada aluno como um ser humano à procura de si próprio, em reflexão conjunta com os demais e com o mundo que o rodeia, tem ainda razão de existir neste início de um novo milênio.

Em decorrência desse entendimento, para o autor é importante propiciar o pleno acesso ao conhecimento, e para isso ele levanta algumas implicações importantes, tais como: o cuidado com o conteúdo, a necessidade de disponibilizar todo tipo de informação, possibilitar o acesso a várias fontes diferentes, atualização contínua dos conteúdos e estabelecimento de um vínculo direto com os geradores de conhecimento.

O autor defende ainda que é importante ter muita cautela em relação ao que se encontra disponível na rede *web*, pois a *Internet* gera um enorme fluxo de informação que cresce continuamente, gerando arquivos de memórias com bancos de dados e bibliotecas. Além disso, os indivíduos e grupos podem se tornar, em qualquer momento, emissores de informações, aumentando consideravelmente este fluxo informativo.

Um exemplo desse grande fluxo de informação disponível na *web* pode ser vivenciado por todas as pessoas que já utilizaram uma ferramenta de pesquisa na *Internet* com o intuito de buscar determinado assunto, e se viram diante de uma inundação de dados, ficando com a sensação de uma interminável quantidade de informações e de um acesso absoluto a toda e qualquer notícia que estivesse disponibilizada sobre o tema procurado. As pessoas precisam ter cuidado diante das mensagens que surgem na tela, pois conforme relata Silva (2001, p. 847):

Em primeiro lugar, não existe sistema de informação sem erros, perdas, defasamentos e a Internet também não foge a esta constatação. Em segundo lugar, a abundância informativa sugere, paradoxalmente, que o acesso pleno, o todo, é inacessível. O problema não está no acesso livre e fácil, é de facto uma vantagem, mas em saber o que procurar e como o fazer.

Diante desse grande fluxo de informações proporcionado pela tecnologia atual, Silva (2001) explica que é imprescindível fazer uma seleção dos dados para construir sentido e organizar zonas de familiaridade dentro desse universo comunicacional.

Como o objeto de investigação desta pesquisa é um *software* de gerenciamento de comunicação que foi desenvolvido em uma universidade e já está sendo utilizado em outras IES, é importante entendermos que:

Uma Instituição Pública é algo instituído pelo Estado, com a tarefa de realizar ações e atividades consideradas essenciais à vida coletiva e à garantia de direitos constituídos na armadura legal do País. Deve ser acessível a todos, a partir de regras previamente estabelecidas, de conhecimento comum, submetendo-se ao controle social, por meio de instâncias e órgãos de representação da sociedade. (CASTRO, 2013, p.1).

Segundo o autor, somente com a sociedade bem informada será possível analisar as instituições, acompanhando seus resultados e andamentos, sugerindo correções, mudanças e melhorias.

Perante as informações desta subseção é possível concluir que a tecnologia permite acessar diretamente as informações, porém não garante que ninguém alcance diretamente o conhecimento.

3.1 O projeto SACI

O site sobre o SACI, cujo endereço eletrônico é <http://www.saci-devel.ufscar.br/>, traz a seguinte definição do projeto:

O Sistema de Apoio à Comunicação Integrada (SACI) é a interface de gestão de informações, conteúdos e veículos de comunicação da Universidade Federal de São Carlos (UFSCar). Por meio dele a comunidade universitária mantém contato com os jornalistas da Coordenadoria de Comunicação Social (CCS), responsáveis pela produção de notícias para rádio, Internet, revistas e boletins impressos e para a Imprensa local, regional e nacional.

Além disso, o produto SACI é descrito como: “[...] um software de gestão de informações, conteúdos, produtos e veículos de comunicação.” (SACI, 2014). Ainda segundo o site, a organização do projeto coube à UFSCar, cuja URL é <http://www.ufscar.br>.

De acordo com o site existem no SACI, duas *interfaces* diferentes, sendo uma específica e restrita aos profissionais que geram materiais e informações para o sistema, e outra voltada ao público, podendo ser acessada em todos os sites das unidades que também utilizam esse *software*. Em relação às *interfaces* do sistema, na visão de Francisco (2014) “O SACI não possui uma interface própria para navegadores. Ele tem três interfaces a que chamamos áreas.”:

A primeira delas é interna. Só tem acesso quem é da equipe da Assessoria ou unidade de produção jornalística. É preciso usuário e senha para esse ambiente. Nela são produzidas as notícias, clippings, registros de

atendimento, produção gráfica etc. A segunda interface chamamos de área externa. Ela é transparente, ou seja, quem navega não sabe que está usando o SACI. Um exemplo é o site da Assessoria ou da Rádio (...). Por meio deles é possível inserir informações no Sistema, como solicitações de divulgação, demandas de Imprensa e cadastro em mailing, sem necessidade de senha. A terceira interface é a área de consumo. Ela é diversa e também independe de senhas. Pode ser considerado uma área de consumo tanto o Portal da Universidade, onde estão sendo exibidas notícias produzidas no SACI, como o newsletter enviado para o email de um estudante ou o release para um jornalista. Banco de Imagens, Banco de Clipping, Banco de Releases, Twitter e Facebook também são exemplos de áreas de consumo. (FRANCISCO, 2014)

O SACI, conforme informado no site, foi desenvolvido na UFSCar, no ano de 2004 durante o Curso de Pós-Graduação em Computação. Depois disso, devido à inovação propiciada pela proposta, a administração da universidade decidiu investir no projeto entre 2006 e 2007 viabilizando então a criação de um protótipo funcional. Após as avaliações do protótipo terem obtido resultados positivos, o SACI foi adotado pela universidade. Com isso a Rádio UFSCar e a Coordenadoria de Comunicação Social (CCS) começaram a utilizá-lo desde 2007. O site (SACI, 2014) também informa que o SACI, mesmo precisando de alguns ajustes, transformou-se em uma ferramenta essencial para o trabalho de vários profissionais, como: jornalistas, editores, revisores, estagiários de biblioteconomia, ciência da informação e comunicação.

Sobre o início da criação do SACI, Francisco (2014) informou que na pesquisa não foi elaborado um diagnóstico sobre os processos comunicacionais na UFSCar antes da criação do SACI. Segundo ele:

O SACI foi proposto inicialmente em 2004, num curso de Especialização em Computação do qual eu fazia parte. Como contrapartida por participar do curso gratuitamente, por ser servidor da Universidade, fomos motivados a apresentar uma solução para algum setor da Instituição. Convenci os colegas do grupo que a Comunicação tinha um problema interessante para ser resolvido, ou seja, a questão dos workflows de trabalho, gerenciamento de tarefas e informações e automação de publicações. Estas constatações, porém, eram fruto da minha observação do ambiente organizacional ao qual eu estava ligado. (FRANCISCO, 2014).

O site do sistema SACI informa que no ano de 2009 foi firmada uma parceria entre Universidade Federal de São Carlos e a Rede Nacional de Ensino e Pesquisa - RNP com dois principais objetivos: 1º - flexibilizar e aprimorar o sistema, possibilitando que mais Instituições Federais de Ensino Superior (IFES) o adotassem; 2º - integrar o SACI a

RedeIFES³ auxiliando, dessa maneira, a construção de uma rede colaborativa envolvendo as IFES e demais instituições federais de ensino superior no Brasil.

O trabalho original de conclusão de curso foi apresentado na UFSCar pelos pós-graduandos: André Colombo Bermudez, Marcelo Florian, Marco Antonio Campuzano Rios, Rodrigo Eduardo Botelho Francisco e Rodrigo Estevan Bela. Esse trabalho era um requisito para os alunos concluírem o Curso de Pós-Graduação “Lato-Sensu” em Computação - Desenvolvimento de *Software* para *Web*. Francisco (2014) relatou que: “O objetivo inicial do grupo era concluir um protótipo funcional do SACI. Naturalmente havia a expectativa de que o mesmo fosse utilizado posteriormente pela Universidade.”.

Em seguida, conforme consta no site (SACI, 2014), Alberto René Zanetti aprimorou o sistema com a criação de funcionalidades que são utilizadas atualmente, como por exemplo, acesso via *Internet*, integração com diferentes veículos, etc. Sobre as funcionalidades, segundo Francisco (2014) desde que o SACI começou a ser utilizado, existiam somente algumas funções, tais como: registrar o atendimento à imprensa e enviar *newsletter*, porém as facilidades proporcionadas pelo *software* possibilitaram que a equipe solicitasse novas funcionalidades: “Assim fomos agregando, com o tempo, o envio de *releases*, o registro de clipping, script para rádio, redes sociais, registro de fotos e, mais recentemente, gestão de produção gráfica.” (FRANCISCO, 2014).

O projeto teve a participação de várias pessoas que auxiliaram em diferentes funções, por isso, conforme esclarece o site, o time do SACI é formado por membros e contribuintes, sendo que: “Membros têm acesso direto ao código fonte e desenvolvem o código. Contribuidores melhoram o projeto através do envio de atualizações e sugestões para os Membros.” (SACI, 2014) Além disso, é pertinente mencionar que os contribuidores são ilimitados e os membros estão sempre abertos para sugestões e atualizações.

Os membros e as respectivas funções do time são: Rodrigo Eduardo Botelho Francisco - coordenador geral, Alex Fernando Orlando - gerente executivo e desenvolvedor de *software*, e Arnaldo Candido Junior - desenvolvedor de *software* (SACI, 2014). Os membros continuam fazendo parte da equipe atual do projeto. O site (SACI, 2014) informa os contribuidores que ajudaram com atualizações, sugestões e também documentação, foram: Francisco Jose Daher Junior, Carlos Rocha, Sergio Nazare de Sa Duque Estrada Meyer, Sergio Donizetti Zorzo e Leonardo Pinheiro, sendo que todos são considerados parceiros do projeto.

³ RedeIFES: “é uma rede de compartilhamento de conteúdo entre as Instituições Federais de Ensino Superior (IFES). Seu objetivo é democratizar a difusão e o acesso à informação, disponibilizando arquivos de produtos audiovisuais e multimidiáticos para utilização livre e gratuita dos seus integrantes.” (RedeIFES, 2014,-).

Nas versões anteriores também contribuíram com o projeto: Renato Sukomine – programador, Aline Vanessa Zambello - assessora técnica, Raul V. Cioldin - assessor técnico, André Sanches - analista de TI da CCS, Diego Zanchi - estagiário da computação, Simone Braghin - assessora técnica e Alberto René Zanetti - desenvolvedor.

Hoje em dia a CCS mantém o SACI ativo por meio de uma equipe de desenvolvedores que são liderados pelo Coordenador do Projeto – Rodrigo Francisco e pelo Gerente e Desenvolvedor Alex Orlando.

Conforme o site SACI (2014), todos os direitos e propriedade intelectual do SACI, incluindo o próprio *software* são reservados à Universidade Federal de São Carlos - UFSCar, Copyright© 2009-2012.

O SACI é licenciado de acordo com a GPLv3, que compreende *software* de terceiros, conforme informado no site (SACI, 2014). Além disso, a licença é exclusiva para o projeto e não abrange as dependências.

O site SACI (2014) esclarece o seguinte, em relação ao registro do produto:

O SACI (Sistema de Apoio à Comunicação Integrada) está registrado sob o protocolo número 018090030152 e publicado no RPI 2063 do Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), de acordo com a Lei de Propriedade Industrial (9.279/96) e Lei de *Software* (9.609/98).

O site SACI (2014) traz a relação de dependência de compilação, gráfico com as dependências do projeto, a árvore de dependências, lista das licenças e detalhes do arquivo de dependência. Assim, as dependências do projeto, segundo o site (SACI, 2014), são:

- Dependência de compilação: imprescindível para a execução e compilação da aplicação;
- Dependência de teste: imprescindível para a execução e compilação dos testes unitários;
- Dependência “*provided*”: imprescindível à compilação da aplicação. Essa dependência, ao utilizar a biblioteca, precisa ser fornecida por *default*; e
- Dependência transitiva: é uma dependência que está dentro de outra dependência do projeto.

O site SACI (2014) informa que são gerados automaticamente vários relatórios através dos documentos *JavaDocs*, cuja descrição é *JavaDoc API documentation*, e *Surefire Report* descrito como *Report on the test results of the project*.

O site (SACI, 2014) disponibiliza a todos os internautas o manual de uso do SACI nas versões em HTML e PDF, para o conhecimento e possíveis consultas.

Existem no site (SACI, 2014) muitas informações sobre os passos para a instalação do projeto, preparo do ambiente de desenvolvimento, informações sobre o histórico com as alterações nas versões, manual para ajudar os administradores dos sistemas a terem mais segurança na instalação do SACI, para auxiliar os possíveis interessados em utilizar ou pesquisar o *software*. Além disso, também estão disponíveis no site os requisitos mínimos e recomendados de *hardware* e *software* necessários para que o SACI funcione nos ambientes de produção.

Conforme explicou Francisco (2014), não houve resistência e rejeição diante da implantação do SACI na UFSCar. Aconteceram somente ressalvas que posteriormente foram sanadas por meio da sensibilização dos públicos diante dos benefícios oriundos do sistema. As duas ressalvas foram, segundo Francisco (2014):

A principal observação era que o SACI cria um ambiente de produção seriada, já que ele força uma linha de produção evidente ao organizar o workflow. Ou seja, o sistema controla todo o fluxo e prazos de produção de algo, desde a solicitação, passando pela pauta, redação, edição, revisão, até sua veiculação. Esse controle, naturalmente, evidencia atrasos e descumprimento de pautas que algumas pessoas podem não gostar. Outra resistência inicial foi em relação à própria comunidade da universidade, que foi estimulada a enviar toda sua solicitação de divulgação por meio dos sites da assessoria e da rádio, dependendo do tema, evitando contatos por e-mail, telefone, fax ou outro instrumento.

Atualmente, conforme relatado no site do *software* SACI (2014), muitos veículos de comunicação da UFSCar estão sendo administrados através do SACI (incluindo alguns que fazem publicações na *Internet*), e também é gerenciada pelo *software* a transmissão de mensagens por meio de e-mail, e o envio de *releases* radiofônicos e impressos para toda a imprensa (local, regional e nacional).

3.1.1 Início e estrutura do produto SACI

Esta subseção foi escrita principalmente baseada na monografia final que deu origem ao SACI, no intuito de conhecer melhor o ambiente de construção, objetivos iniciais do sistema, pretensões dos desenvolvedores e todas as circunstâncias envolvidas no começo do projeto. Assim, os autores Bela, et al. (2005) iniciam o trabalho informando que atualmente é

crescente a quantidade de instituições públicas e privadas disponibilizando aplicações e variados tipos de serviços através da rede mundial de computadores.

Neste cenário, os autores relatam também que a tecnologia e as ferramentas estão surgindo como alternativas e possibilidades. Em decorrência disso, nasceu, na Universidade Federal de São Carlos, a oportunidade de desenvolver um *software* para a CCS, denominado SACI - Sistema de Apoio ao Controle de Informação:

Entre as funcionalidades do software destacam-se o gerenciamento de informações e a disponibilização de notícias e produtos artísticos e culturais como filmes, músicas e fotos, controlando desde a recepção de informações e a produção até a disseminação dinâmica e armazenamento em meios digitais. (BELA, et al., 2005, p.4)

Segundo os autores supracitados, o SACI para a Comunicação Social da UFSCar consiste em gerenciar informações relacionadas à produção de conhecimento, realização de atividades na universidade, disponibilização de itens culturais, tais como: músicas, filmes e fotos, possibilitando o controle de todo o processo desde o recebimento de sugestões e informações para pautas oriundas das comunidades internas e externas da instituição, incluindo a produção envolvendo textos, itens de áudio, visuais e audiovisuais originados ou não a partir de solicitações, até a divulgação e o armazenamento adequado das informações de modo que possibilite ao leitor interação.

Diante do exposto, para os desenvolvedores do programa, Bela, et al. (2005, p. 73):

O foco principal do projeto SACI é a visão Web do desenvolvimento do software. Para a CCS da UFSCar isso é essencial, na medida que disponibiliza acervos de comunicação para usuários que estão além da comunidade acadêmica dos campi da Universidade. Além disso, um software de comunicação na Web permite que jornalistas e outros produtores tenham uma ferramenta de trabalho à disposição, de qualquer parte do mundo e a qualquer hora. Além desse princípio, o software também permite uma interação maior com os leitores e outros usuários que desejam divulgar informações, na medida em que oferece um acesso fácil a um sistema online de solicitações.

Conforme relatam Bela, et al. (2005), o Saci é um sistema que possui diversas funcionalidades, dentre elas:

1. Possibilitar o cadastro de usuários que utilizarão o SACI mediante os seguintes dados:
 - a - código do usuário; b - nome completo; c - endereço; d - telefone; e - e-mail; f -

- nome de acesso; e g - identificação da categoria que o usuário pertence: administrador, produtor, moderador ou secretaria;
2. Permitir o cadastro de categorias contendo: a – código da categoria; b – descrição; e c – tipo de usuário, sendo interno para identificar os servidores da CCS, e externo referindo – se aos leitores externos;
 3. Consentir que um usuário com os devidos atributos (categoria, código, nome, endereço, telefone e e-mail) requisite informações ou sugira pautas;
 4. Admitir a inclusão de solicitações com os atributos do requisitante e/ou solicitante: tipo de requisição (pauta ou evento), assunto, resumo do pedido, data em que foi realizada a solicitação, além de permitir ao solicitante anexar arquivos de maneira opcional. Caso a inclusão seja de evento: serão solicitadas ao usuário as seguintes informações: a - data de início; b – data de término; e c – local. Quando cada inclusão for finalizada será gerado para identificar a solicitação um número de protocolo único. O solicitante usará esse número posteriormente no intuito de consultar o *status* da sua solicitação;
 5. Controlar o *status* de cada solicitação: a – recebida: quando a solicitação entra no sistema e um moderador/operador do sistema a visualiza; b – analisada: quando o moderador leu a solicitação e definiu sua aceitação ou não; c - não aceita: quando a solicitação for rejeitada. Nesse caso, o sistema pedirá o motivo da não aceitação e gerará para o solicitante um e-mail contendo a razão da rejeição; e d – encaminhada: quando a solicitação for encaminhada ao produtor. O sistema ao encaminhar a solicitação gera um produto jornalístico contendo o resumo da requisição e pede para o moderador estabelecer a *deadline* do produto;
 6. Quando um produto jornalístico textual novo for criado, originário ou não de uma requisição, o *software* requisitará os atributos seguintes: a – título; b – subtítulo (opcional); c - data de expiração; d – texto; e – produtor; f – *links* relacionados (opcional); e g – *deadline*, além disso, é preciso considerar como iniciado o *status*. Quando o produto jornalístico for criado pelo produtor é necessário que antes o mesmo crie uma solicitação interna;
 7. A inserção e mudança/alteração de um produto jornalístico seja ele, visual, áudio ou audiovisual deverá conter os atributos seguintes: a – título; b – subtítulo; c – data de expiração; d – *deadline*; e – arquivo; f – assunto; g – produtor; h – sinopse; i – tipo do produto, por exemplo: visual, áudio ou audiovisual; e j – restrição para visualização, considerando como iniciado o seu *status*;

8. A inserção e mudança/alteração de um *clipping* deverão possuir os seguintes atributos: a – título; b – subtítulo (opcional); c – data de expiração; d – *deadline*; e – texto; f – veículo; g – data de publicação; h – página; i – caderno; j – seção; k – tema; l – *link* (opcional); e m – dimensões contendo: em centímetros a altura e a largura das colunas, considerando assim, como iniciado o seu *status*;
9. O sistema mostrará para os produtores, baseado no *deadline*, quais os produtos jornalísticos possuem o prazo de vencimento mais próximo, sugerindo dessa maneira, que sejam criados primeiro;
10. Após o produtor finalizar a edição e encaminhar o produto jornalístico (seja ele *clipping*, texto ou audiovisual), para revisão ele deverá ser considerado “concluído”. Na sequência será definido o local da publicação do produto jornalístico e posteriormente ele deverá ser publicado;
11. A publicação de qualquer produto jornalístico deverá contar com os atributos seguintes: a – veículo de comunicação; b – ano; c – número (opcional); d – quantidade existente no estoque para os produtos impressos; e – enviado aos produtos que circularão através de e-mail; f – qual o tipo de produto que está sendo publicado; e g – data de publicação;
12. Todo cadastro de veículo de comunicação no sistema deverá conter os atributos seguintes: a – código; b – nome; c – descrição; d – cidade; e – se o veículo é interno, ou seja, produzido pela CCS ou se ele é externo; f – se o veículo possui circulação eletrônica; e g – qual a periodicidade de publicações do veículo – quando o veículo de comunicação for e-mail serão solicitados os horários padrões de envio e também a última data de distribuição;
13. Deverão estar os seguintes atributos no cadastro das publicações que forem impressas: a – ano; b – número; c – data de publicação; e d – quantidade de estoque. Desse modo o sistema controlará toda e qualquer saída de estoque das publicações. Acontecerá movimentação de estoque apenas de dois modos: a – manualmente: informando a publicação qual a quantidade e se é entrada ou saída do estoque de publicações; e b – automaticamente: acontecerá sempre que as etiquetas de endereçamento forem geradas para a publicação e então confirmadas pela secretaria. Nesse caso específico, o sistema dará baixa no estoque de acordo com a quantidade de etiquetas que foram geradas;
14. Em relação ao *clipping*, para sua inclusão e alteração são necessários dois atributos: o código e a descrição;

15. Inclusão, alteração e remoção dos assinantes para os veículos requerem os atributos seguintes: a – nome; b – instituição; c – categoria; d – endereço; e – bairro; f – cidade; g – UF; h – CEP; i – telefone; j - e-mail; k – tipo de publicação que desejam receber; l – url (opcional). Aos assinantes da imprensa precisa ser solicitado o nome do veículo e editoria na qual trabalham;
16. É necessário que o sistema seja capaz de distribuir as informações criadas para cada categoria cadastrada de assinantes. Se for e-mail, o sistema deverá enviar aos assinantes dos veículos, automaticamente (nos horários anteriormente programados) ou manualmente, um e-mail contendo os últimos produtos jornalísticos que não foram enviados, considerando também os veículos de comunicação que foram definidos para o produto;
17. O sistema, no que se refere aos sites relacionados, deverá ter um módulo consulta instalado e configurado no site relacionado, com o intuito de fazer a pesquisa das notícias baseada nas configurações já estabelecidas. Em relação aos meios impressos, será disponibilizado pelo sistema todos os arquivos que forem necessários para acesso e/ou envio as pessoas responsáveis pela publicação;
18. Será possível acompanhar o nível de satisfação dos leitores com as publicações através dos seguintes atributos: a – nota, que varia entre 0 e 10; e b – quantidades de votos recebidos. O sistema registrará ainda a quantidade de acessos recebidos por cada produto eletrônico, elaborando desse modo um índice que permitirá acompanhar a satisfação dos leitores quando for publicações impressas, o *ranking* dos textos e quais produtos foram mais acessados; e
19. O sistema permitirá de maneira dinâmica a geração de um jornal eletrônico contendo todos os produtos jornalísticos já produzidos. Nesse jornal, os produtos principais serão montados segundo as informações levantadas por meio do acompanhamento feito no índice de satisfação dos usuários.

Os autores Bela, et al. (2005), relatam que o sistema do Saci possibilitará em termos de relatórios e consultas, o seguinte:

1. Gerar para as publicações impressas, etiquetas de endereçamento a partir da seleção dos assinantes conforme a publicação que será distribuída, de modo a garantir que não vão ser geradas etiquetas além da quantidade disponível no estoque para a publicação. Além disso, serão escolhidos os assinantes conforme a prioridade seguinte: professores têm prioridade em relação à imprensa, que por sua vez têm prioridade

frente aos alunos, que enfim têm prioridade diante dos outros assinantes para o recebimento das publicações;

2. Será possível realizar uma busca de modo rápido e avançado acerca de diversos assuntos e eventos que façam parte da base de informações de acordo com as permissões de acesso no SACI, usuário interno ou externo, exibindo qual o tipo de informação, seu título, subtítulo e o resumo. Serão solicitados na busca rápida os seguintes atributos: a – palavra(s)-chave(s); b – tipo do produto jornalístico, por exemplo: áudio, audiovisual, textual, visual ou todos. Serão solicitados na busca avançada os seguintes atributos: a - palavra(s)-chave(s); b – tipo do produto jornalístico, por exemplo: áudio, audiovisual, textual, visual ou todos; c - data de início e término do período em que foi feita a publicação – opcional; d - veículo da publicação – opcional; e – tipo de informação, por exemplo: evento, matéria, notícia, *release* e outros – opcional;
3. Será possível gerar uma listagem com as 10 notícias que foram mais acessadas e com as maiores notas, com a quantidade de acessos, e mostrando também a média das notas recebidas pelas matérias. O número de acessos, as médias das notas e as próprias notas deverão ser comparados, considerando o tempo de disponibilidade da publicação para que não apareçam nas últimas posições às novas notícias por não possuírem até o momento acessos e notas;
4. O sistema exibirá a centimetragem do *clipping* que foi veiculado em meio impresso baseado nos lançamentos de *clipping* efetuados para aquele determinado veículo, apontando seu nome, total de centimentragem e o período analisado;
5. Será possível consultar como está o andamento das requisições e solicitações das seguintes maneiras: a – período e *status*: por meio da impressão do número do protocolo, data de abertura, solicitante, departamento e *status*; b – período e jornalistas: imprimindo o número de protocolo, o *status*, data de abertura, solicitante, nome do jornalista e departamento; c – período e solicitante: imprimindo o nome do jornalista que foi responsável pela edição, o *status*, data de abertura, número de protocolo, solicitante e departamento; d – período e publicação: basta imprimir o período, o solicitante e o meio onde foi feita a publicação; e – por meio do número da solicitação: imprimindo a solicitação, número de protocolo, possíveis observações e *status*.

Conforme esclarecem os desenvolvedores do projeto, Bela, et al. (2005), em relação à confiabilidade:

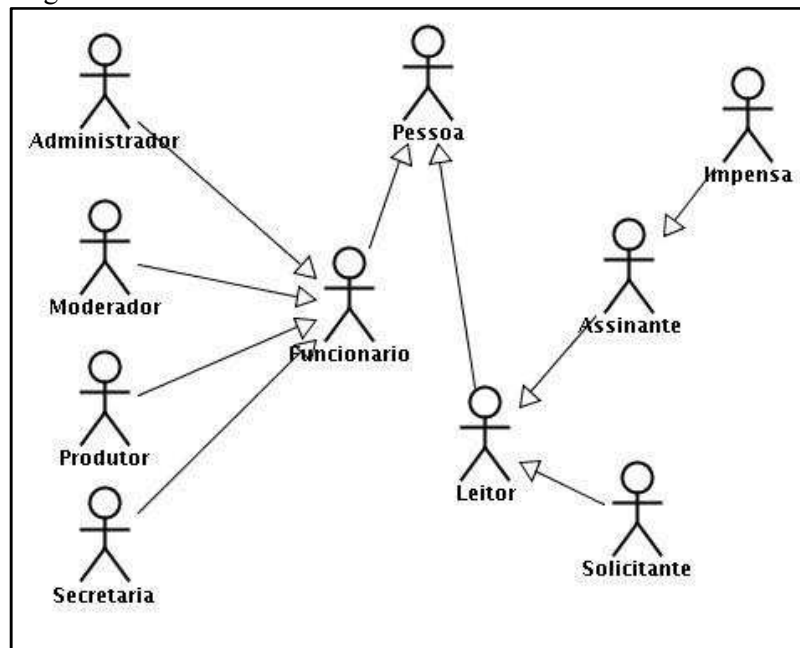
1. É necessário que o sistema seja capaz de, no caso de falhas, conseguir recuperar os dados que forem perdidos na última operação realizada;
2. O sistema deverá oferecer facilmente opções para a criação de cópias de seguranças da base de dados e dos arquivos;
3. O sistema possibilitará permissões de acesso diferentes para grupos de usuários distintos, garantindo maneiras para o reforço da segurança caso os usuários utilizem máquinas entendidas como não seguras para acessar o SACI; e
4. O sistema possibilitará o registro das operações que forem realizadas por cada um dos usuários arquivando como histórico os atributos seguintes: a – código da operação; b – código do usuário; c – operação realizada; d – data em que a operação aconteceu; e – hora da operação.

No entendimento dos desenvolvedores e idealizadores do *software*, o SACI deveria apresentar uma *interface* agradável e prática, sendo assim, “As interfaces do sistema são compostas por diversas telas e/ou janelas por meio das quais ocorrem as interações do usuário com o sistema.” (BELA, et al., 2005, p. 62). Além disso, no que tange à portabilidade para Bela, et al. (2005) o sistema:

1. Deverá funcionar em qualquer computador cujo processador seja Pentium 4 de 2.0 GHz, com memória RAM de 1 Gb, 80 Gb ou mais de HD, gravadora de DVD e com unidade para fita DAT;
2. Poderá ser utilizado por todo e qualquer cliente que possua navegador para suporte a Java e acesso a Internet; e
3. Capacidade para armazenamento das informações num banco de dados livre.

Conforme explicam Bela, et al. (2005), o sistema contou com o envolvimento de sete atores ligados em diversificadas situações às ações e atividades da CCS na UFSCar, particularmente em relação ao controle do fluxo de informações e produção. Tais atores, segundo os autores, atuam em diversos diagramas de casos de uso relacionado às atividades da Coordenadoria de Comunicação Social da Universidade, principalmente no que se refere ao controle da produção e do fluxo de informações. Para a modelagem mais generalizada do sistema foram utilizados atores “pais” para designar usuário e leitor, que são comuns a determinado grupo de atores (Figura 1). Os outros seis atores envolvidos nos casos de uso são: administrador, produtor, moderador, assinante, secretaria e solicitante (BELA, et al., 2005).

Figura 1: Atores do sistema



Fonte: Bela, et al. (2005, p. 19).

Segundo os autores, cada caso de uso modelado possível a partir do documento de requisitos do sistema, está relacionado abaixo no Quadro 2, conforme os atores específicos aos quais são ligados:

Quadro 2: Atores e caso de uso

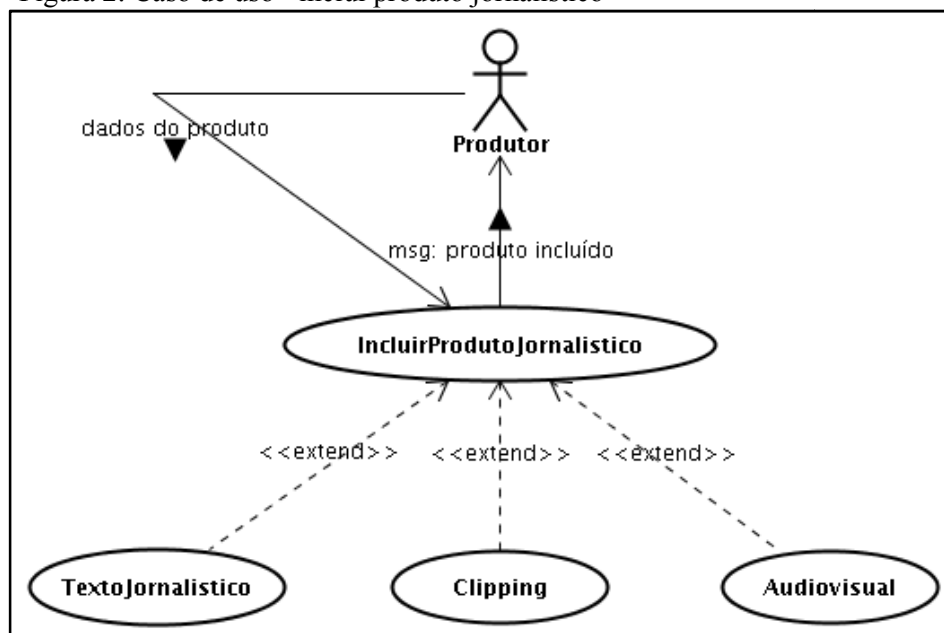
Atores	Caso de uso
Funcionário	Consulta centimetragem <i>clipping</i>
	Consulta satisfação notícias
Administrador	Recupera <i>backup</i>
	Realiza <i>backup</i>
	Consulta operações
Moderador	Consulta solicitação
	Analisa solicitação
	Encaminha solicitação
	Revisa texto jornalístico
	Publica produto jornalístico
Produtor	Consulta solicitação
	Inclui texto jornalístico
	Altera texto jornalístico
	Exclui texto jornalístico
	Inclui <i>clipping</i>
	Altera <i>clipping</i>

	Exclui <i>clipping</i>
	Inclui audiovisual
	Altera audiovisual
	Exclui audiovisual
Secretaria	Consulta estoque
	Imprime etiquetas
Leitor	Busca avançada
	Busca rápida
Assinante	Assina veículo
Solicitante	Inclui solicitação
	Inclui evento
	Verifica <i>status</i>

Fonte: Elaboração própria com base em Bela, et al. (2005).

No intuito de exemplificar melhor, a seguir está a Figura 2, utilizada pelos autores para o caso de uso “inclui texto jornalístico”, que é uma generalização e pode ser aplicado igualmente em três situações: inclui produto jornalístico, inclui *clipping* e inclui audiovisual.

Figura 2: Caso de uso - inclui produto jornalístico



Fonte: Bela, et al.(2005, p. 21).

Existem, de acordo com os autores, dois tipos de curso para a requisição de incluir produto jornalístico (texto, *clipping* e audiovisual), são eles:

- Curso Normal:

O produtor marca a alternativa “Inclui texto jornalístico” é apresentado um formulário pelo SACI, solicitando ao produtor o preenchimento dos seguintes campos: a – título; b – subtítulo; c – *deadline*; d – texto; e – *links* relacionados, então o sistema efetuará a verificação do preenchimento das informações para averiguar se os campos foram corretamente completados, além das informações passadas pelo produtor o sistema fará o registro do nome do produtor e do *status* de requisição “iniciada”, depois será exibida a mensagem: “texto inserido com sucesso” o último passo é encerrar.

- Curso Alternativo:

Caso o produtor não faça o preenchimento correto de um campo obrigatório será exibida pelo sistema a mensagem: “verifique o preenchimento dos campos obrigatórios”, assim o produtor preencherá corretamente os campos e então o sistema verificará se está tudo correto, depois o processo terá sequência conforme citado no curso normal.

Segundo Bela, et al. (2005) a plataforma de *hardware* do *software* SACI é dividida em:

- Servidor *Web*:

É no servidor *web* que acontece o armazenamento do *software* e o processamento dos componentes retornando para o usuário apenas as respostas das solicitações. “Dessa forma, a configuração básica recomendada para esse cenário é a de um computador com processador de 3.0 GHz ou superior, 1 Gb de memória RAM, disco rígido de 40 Gb e placa de rede de 100 Mbps.” (BELA, et al., 2005, p. 45).

- Servidor Base de Dados:

A base de dados precisa ser mantida num servidor distinto da aplicação, cujo sistema de *backup* deverá ser constante e robusto. Nesse caso é recomendado um computador com 3.0 GHz ou mais, 1 Gb de memória RAM, 120 Gb ou mais de disco rígido, 100 Mbps de placa de rede, e para *backup* um *drive* de fita DAT (BELA, et al., 2005).

- *Desktop* do usuário:

Para o SACI ter um desempenho bom nos *desktops* é necessária uma configuração mínima de *hardware* e um computador que tenha processador de 800 Mhz, memória RAM de 128 Mb, 100 Mbps de placa de rede, ou no caso de conexões discadas é necessário um *modem* de 56 kbps.

No que se refere à Plataforma de *Software*, os criadores do SACI, BELA, et al.(2005), acreditam que, para o desempenho do sistema ser bom nos *desktops* dos usuários é recomendada 800x600 de resolução mínima para a tela. A utilização do SACI, de acordo com seus idealizadores, independe do sistema operacional que existe no computador (BELA, et al., 2005), pois pode ser usado pela *Web*, por meio de *browsers* tais como *Microsoft Internet Explorer 6.0* ou mais, *Netscape Navigator 7.0*, *Mozilla Firefox 1.0*, sendo que todos devem ter anteriormente instalados *plug-ins Java Run*.

Foram utilizadas diversas tecnologias e ferramentas (preferencialmente “*open source*”) na construção do sistema SACI. São elas (BELA, et al., 2005): *interfaces Swing do Java*, *Java*, *IDE NetBeans*, *Plataforma Eclipse*, programa *MySQL*, *ArgoUML* e *DBDesigner 4*, o *Tomcat*, *JUDE*, o *Project Planner*, o *software Dia*, o *Open Office* e o *CVS*.

De acordo com Bela, et al. (2005), para a visão de dados do SACI optou-se pelo Banco de Dados *MySQL* por ser “*open source*” e por já ser utilizado na UFSCar pelo Departamento de Serviços *Web*.

Em relação à segurança do *software*, os autores informam que são mantidos níveis de acesso para os usuários do SACI. Desse modo, há o controle por senhas pessoais e categorias de usuários, sendo que, o sistema também registra todas as ações de cada usuário. Assim, “O controle de acesso é realizado pela visualização das interfaces pelos grupos de usuários.” (BELA, et al., 2005, p. 92).

Além disso, o *software* realiza, de modo rotineiro e diário, o *backup* dos arquivos que se encontram na base de dados do servidor. Os autores (BELA, et al., 2005) esclarecem que tal sistema de armazenamento de informações pode ser acionado sem estar estabelecido previamente pelo administrador do *software*, sendo também possível recuperar dados em qualquer momento. Além disso, “O administrador, a qualquer instante, pode recuperar essas informações através da interface no desktop do sistema.” (BELA, et al., 2005, p. 92).

Segundo os autores, o administrador do SACI poderá realizar uma limpeza periodicamente por meio da *interface desktop* do *software*. Essa atividade tem o objetivo de manter os elementos de segurança dos dados, tais como: integridade, confiabilidade e disponibilidade (BELA, et al., 2005). É necessário também que a configuração do *Firewall* dos servidores esteja adequada para proteger o sistema de ataques e invasões, apesar de todas as medidas protetivas, os autores (BELA, et al., 2005, p. 92) ressaltam que “As garantias de segurança e controle, por outro lado, dependem fundamentalmente da utilização adequada dos níveis de acesso pelos usuários.”.

Os desenvolvedores do SACI explicam que para o *software* funcionar é preciso que estejam instalados e configurados os programas: *Tomcat 5.0*, *JDK 5.0* e *MySQL 4.1*.

Por meio de todas as informações anteriores é possível perceber que o projeto do SACI foi todo desenvolvido visando o gerenciamento de informação dentro de uma universidade, com funcionalidades que atendessem com segurança as necessidades comunicacionais da UFSCar.

3.2 As possibilidades do SACI nas IES

Rodrigo Francisco – Coordenador do Projeto SACI, elaborou uma apresentação sobre o *software* para a visita da UNILA - Universidade Federal da Integração Latino-Americana na UFSCar, na qual explica vários detalhes do sistema, expondo, inclusive, como o SACI contempla as demandas das IFES e de suas assessorias de comunicação, rádios e TVs universitárias visando o gerenciamento de informação nas universidades. A necessidade de um sistema como o SACI é justificada diante de alguns problemas comunicacionais enfrentados pela UFSCar e por outras instituições públicas de ensino superior, dentre os quais se pode citar, segundo Francisco (2012):

- A falta de integração entre os projetos de comunicação: *Internet*, TV, rádio, *e-mail*, redes sociais, materiais impressos e acervos;
- Pouca ou inexistência de gestão nos processos, produtos e pessoas;
- Informações dispersas e espalhadas;
- Ferramentas inapropriadas para o gerenciamento de *post-its*, *e-mails* e agendas;
- Pouca ou falta de segurança para a troca de informações;
- Dificuldade de acesso para os diferentes públicos da instituição; e
- Falta de qualidade e produtividade.

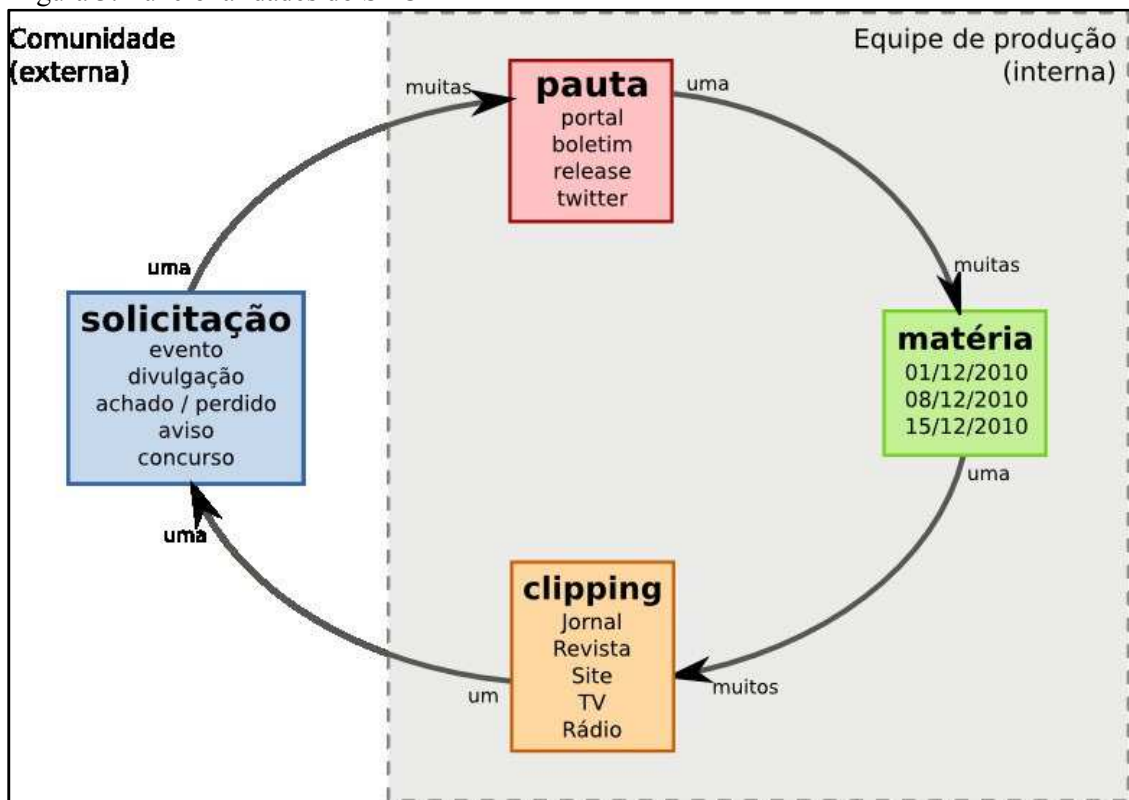
A CCS da UFSCar, segundo Francisco (2012), além dos problemas citados anteriormente, tinha o quadro reduzido de colaboradores. Neste contexto os desenvolvedores do projeto SACI também perceberam que muitas outras IFES estavam em condição similares. Por isso, conforme relata Francisco (2012), a ideia inicial dos membros da equipe que desenvolveu o SACI, visando sanar todos esses problemas, era a automatização, pois desse modo nenhuma pessoa faria o que não fosse de sua competência, ou seja, cada um faria exatamente sua função sem o acúmulo de várias atividades distintas.

O modelo de negócio do SACI, segundo Francisco (2012), atua na comunicação integrada, com a construção de redes colaborativas, propiciando visão gerencial, controle do

fluxo de trabalho e gerenciamento de conteúdo. Neste sentido, o autor informa que o SACI é uma aplicação *web*, um *software* livre registrado no processo 09681-4, cuja manutenção é realizada pela CCS da UFSCar.

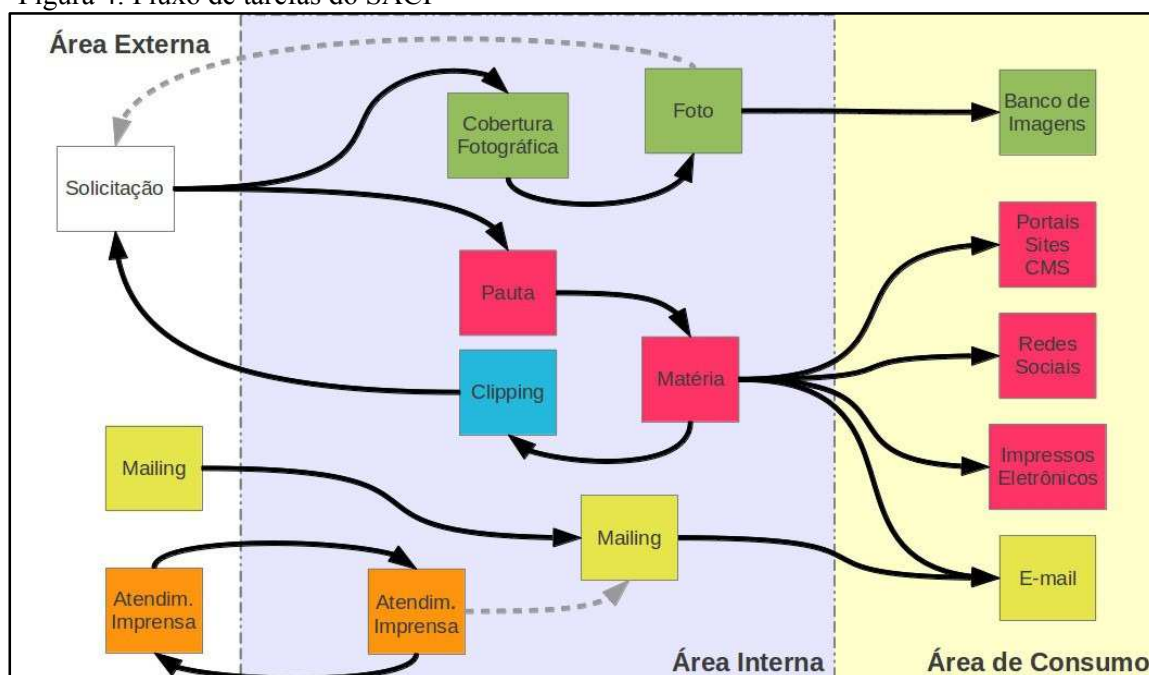
O SACI, segundo Francisco (2012), possui variadas funcionalidades, por exemplo: produção de texto midiático e *clipping*, atendimento da imprensa, banco de imagens, geração de relatórios e históricos completos, além de possibilitar a integração com redes sociais e outros sites. As imagens abaixo ilustram o fluxo das funcionalidades e de tarefas do SACI:

Figura 3: Funcionalidades do SACI



Fonte: Francisco (2012, p. 11)

Figura 4: Fluxo de tarefas do SACI



Fonte: Francisco (2012, p. 12)

Diante do exposto é possível relatar que as possibilidades do uso do SACI nas instituições são grandes e positivas devido as suas inúmeras funcionalidades que permitem as IFES enfrentar os problemas de comunicação.

3.3 O SACI na UFSCar atualmente

De acordo com Francisco (2014), a sugestão para a implantação do SACI na UFSCar partiu dele mesmo, que era um dos integrantes do grupo que criou o sistema:

Neste processo, no entanto, contei muito com o apoio da equipe da CCS e da diretora da Coordenadoria na época, a jornalista Mariana Pezzo. Todos colaboraram tanto para discutir o projeto como para buscar os recursos junto à Reitoria da UFSCar para implantá-lo, o que foi conseguido em 2007, após o investimento de recursos da universidade para contratação de técnico de TI e da compra de um servidor (máquina) para hospedar o software.

Várias pessoas defenderam o projeto e sua implantação na UFSCar, conforme esclarece Francisco (2014):

Há a diretora de Comunicação da UFSCar na época, a jornalista Mariana Pezzo, a própria Reitoria, servidores da Secretaria Geral de Informática, do

Departamento de Ciência da Informação e do Departamento de Computação da UFSCar, dentre eles o Prof. Sérgio Zorzo, coordenador do curso onde o SACI foi criado. Além disso, foi fundamental o apoio da Agência de Inovação da UFSCar, que acompanhou todo o processo, orientou os criadores do Sistema e realizou todos os procedimentos de registro do SACI junto ao INPI.

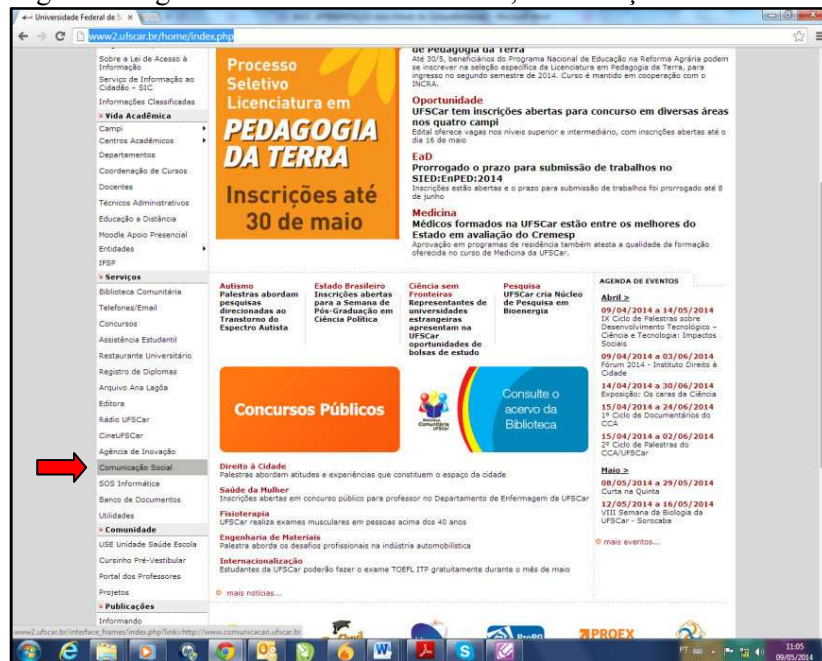
O SACI, *software* de gerenciamento da UFSCar, atualmente é utilizado conforme explicitado nesse tópico. Para tanto, será abordada uma visão geral do SACI, que possibilitará entender como ele é instalado e utilizado dentro do site da ACS – Assessoria de Comunicação Social da UFSCar. Sendo assim, para acessar o SACI, primeiramente é necessário entrar no site da UFSCar (Figura 5), cujo endereço eletrônico é: www.ufscar.br.

Figura 5: Página inicial do site da UFSCar



Fonte: UFSCar (2014)

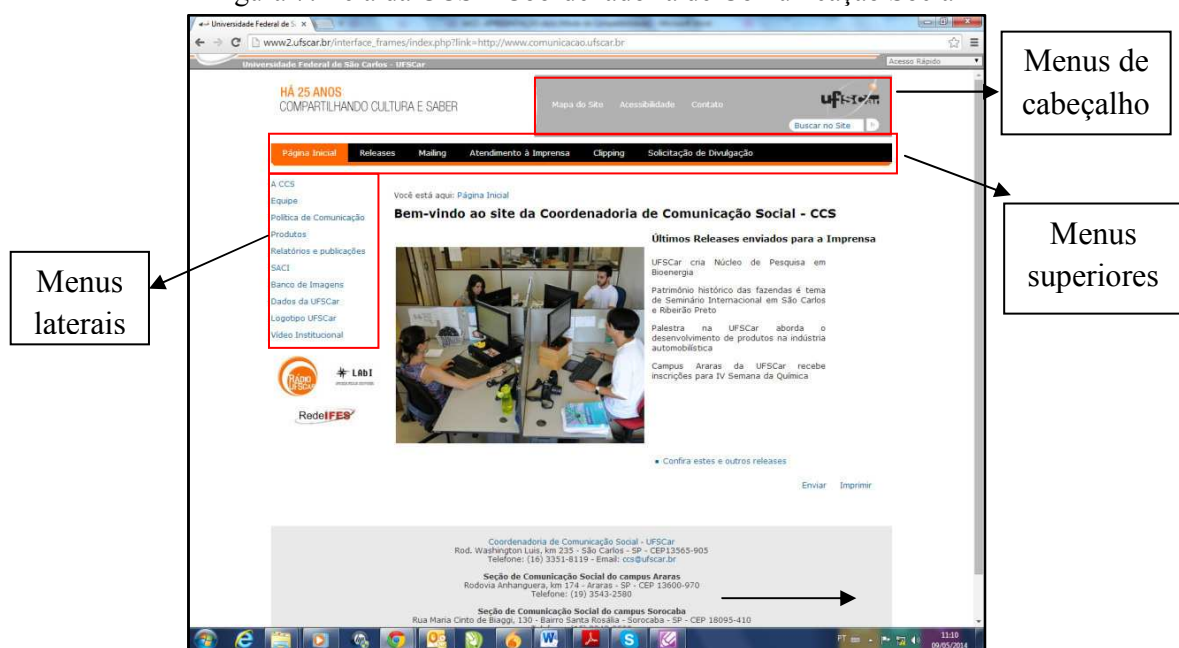
Figura 6: Página inicial do site da UFSCar, continuação



Fonte: UFSCar (2014)

Na imagem anterior, Figura 6, está indicado pela seta, o *link* de acesso à página da ACS - Assessoria de Comunicação Social da UFSCar, mostrando a facilidade com que os internautas podem acessar informações sobre o setor de comunicação da instituição.

Figura 7: Tela da CCS – Coordenadoria de Comunicação Social



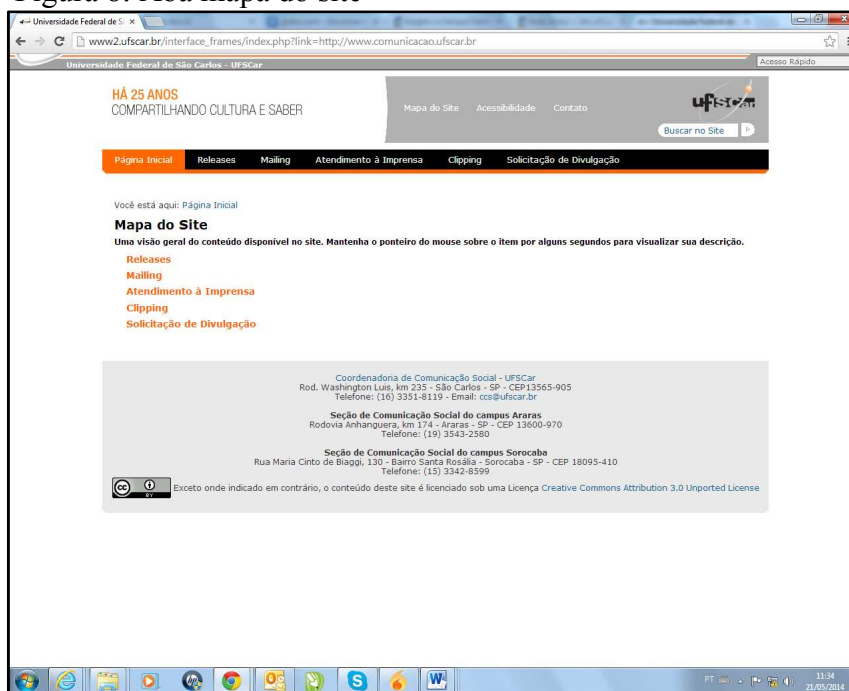
Fonte: UFSCar (2014)

Ao entrar na página de “Comunicação Social” da UFSCar, são disponibilizadas várias informações com alguns menus no cabeçalho, superiores e laterais, com localização conforme indicação na imagem anterior (Figura 7). No cabeçalho estão presentes os seguintes *links*: a – mapa do site; b – acessibilidade; c – contato; d – buscar no site. Nos menus superiores existem as opções: a – página inicial; b – *releases*; c – *mailing*; d – atendimento à imprensa; e – *clipping*; e f – solicitação de divulgação. Nos menus laterais é possível encontrar: a – a CCS; b – equipe; c – política de comunicação; d – produtos; e – relatórios e publicações; f – SACI; g – banco de imagens; h – dados da UFSCar; i – Logotipo UFSCar; e j – vídeo institucional. Além disso, existem logomarcas com *links* direcionando o internauta para as seguintes páginas: rádio UFSCar (<http://www.radio.ufscar.br/>), Laboratório Aberto de Interatividade para a Disseminação do Conhecimento Científico e Tecnológico - LABi (<http://www.labi.ufscar.br/>) e Rede IFES (<http://www.redeifes.ufpr.br/Files/busca.php>).

3.3.1 Menus no cabeçalho

- Mapa do site: contém uma visão geral de todo conteúdo que está no site da CCS – UFSCar, incluindo as ferramentas do SACI (*releases*, *mailing*, atendimento à imprensa, *clipping* e solicitação de divulgação), como mostra a imagem abaixo:

Figura 8: Aba mapa do site

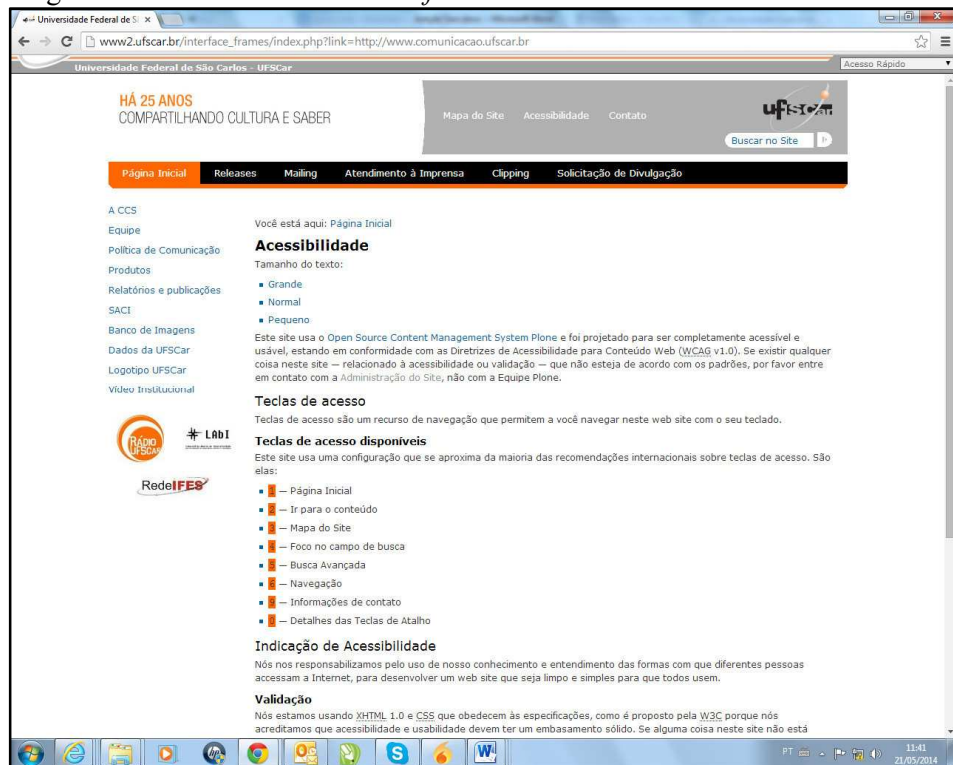


Fonte: UFSCar (2014)

- Acessibilidade (Figura 9): informa sobre a acessibilidade do site da CCS, trazendo opções para o tamanho do texto (grande, normal e pequeno), relação das teclas de acesso disponíveis, indicação de acessibilidade e validação, nesse sentido:

Este site usa o Open Source *Content Management System Plone* e foi projetado para ser completamente acessível e usável, estando em conformidade com as Diretrizes de Acessibilidade para Conteúdo Web (WCAG v 1.0). (UFSCar, 2014)

Figura 9: Aba acessibilidade do *software* SACI



Fonte: UFSCar (2014)

- Contato (Figura 10): a partir desse *link* é possível contatar a administração do site, após o preenchimento de algumas informações (nome, *e-mail*, assunto e mensagem).

Figura 10: Aba contato

Universidade Federal de São Carlos - UFSCar

HÁ 25 ANOS
COMPARTILHANDO CULTURA E SABER

Mapa do Site Acessibilidade Contato

Buscar no Site

Página Inicial Releases Mailing Atendimento à Imprensa Clipping Solicitação de Divulgação

A CCS
Equipe
Política de Comunicação
Produtos
Relatórios e publicações
SACI
Banco de Imagens
Dados da UFSCar
Logotipo UFSCar
Vídeo Institucional

Você está aqui: Página Inicial

Formulário de contato

Preencha este formulário para entrar em contato com a administração do site.

Detalhes da mensagem de retorno:

Nome
Por favor, insira o seu nome completo

E-Mail
Por favor, insira o seu endereço de E-Mail

Assunto
Por favor, informe o assunto da mensagem que você quer enviar.

Mensagem
Por favor, insira a mensagem que você quer enviar.

Enviar

Coordenadoria de Comunicação Social - UFSCar
Rod. Washington Luis, km 235 - São Carlos - SP - CEP 13565-905
Telefone: (16) 3351-8119 - Email: ccs@ufscar.br

Seção de Comunicação Social do campus Araras
Rodovia Anhangüera, km 174 - Araras - SP - CEP 13600-970
Telefone: (19) 3543-2580

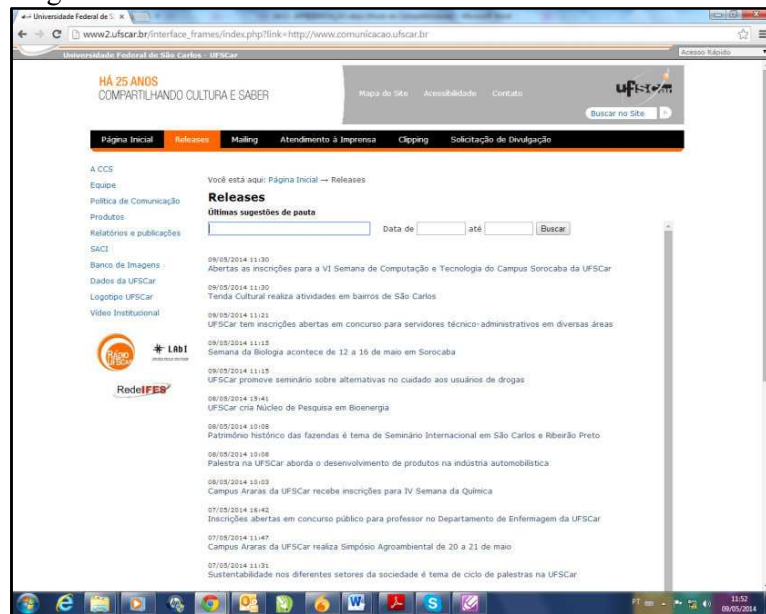
Seção de Comunicação Social do campus Sorocaba

Fonte: UFSCar (2014)

3.3.2 Menus superiores

- *Release*: nessa página, Figura 11, está o SACI onde o público externo e interno tem acesso aos *releases* disponibilizados pela UFSCar para a imprensa, e também podem realizar buscas nas últimas sugestões de pautas enviadas para a universidade dentro de um determinado período de datas.

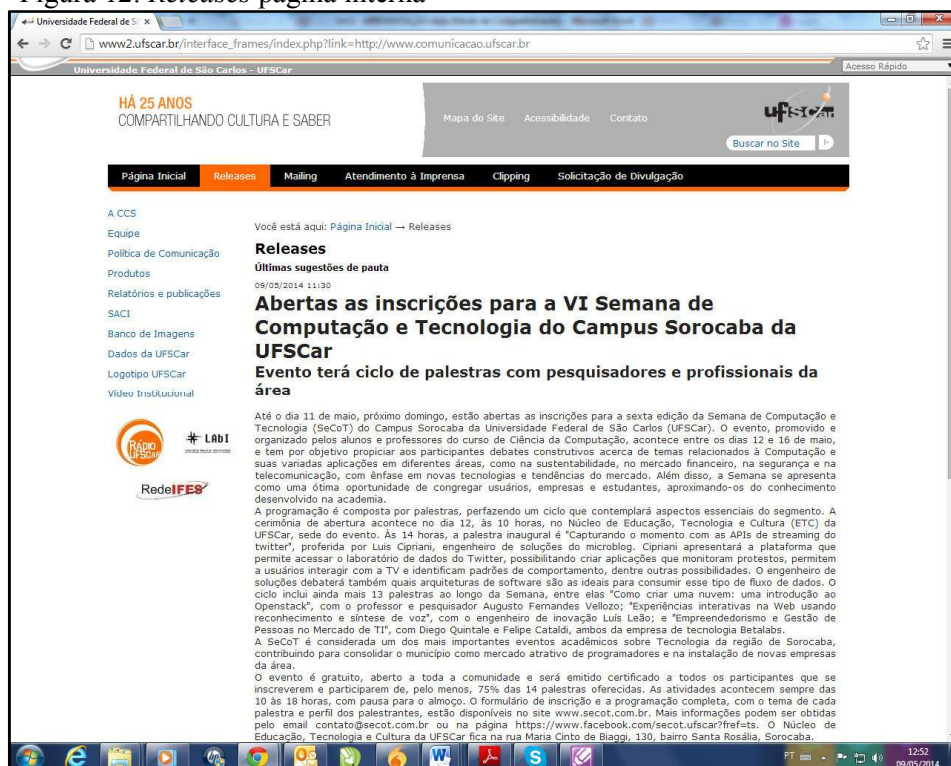
Figura 11: Aba releases



Fonte: UFSCar (2014)

Ao buscar por eventos, por exemplo, sem data específica, surgem inúmeros *releases*, contendo o nome da matéria, data e hora. Ao clicar em um desses eventos, é aberta uma página com o *release* selecionado, como é possível visualizar na figura seguinte:

Figura 12: Releases página interna



Fonte: UFSCar (2014)

- *Mailing*: A página de *mailing* (Figura 13) é destinada ao cadastro de profissionais e veículos da imprensa que desejam receber as notas e *releases* produzidos pela universidade por meio de *e-mails*.

Figura 13: Aba de *mailing*

Unidade Federal de São Carlos - UFSCar

HÁ 25 ANOS
COMPARTILHANDO CULTURA E SABER

Mapa do Site | Acessibilidade | Contato

Buscar no Site

Página Inicial | Releases | **Mailing** | Atendimento à Imprensa | Clipping | Solicitação de Divulgação

ACCES
Equipe
Política de Comunicação
Produtos
Relatórios e publicações
SACI
Banco de Imagens
Dados da UFSCar
Logotipo UFSCar
Vídeo Institucional

Você está aqui: Página Inicial → Mailing

Mailing

Seção destinada aos veículos e profissionais de imprensa que desejam receber, através de e-mails, releases e notas. Campos em negrito são de preenchimento obrigatório.

Veículo * Buscar ☐ Novo

Nome do veículo: Filtar

Contato

nome:

Cidade: UF:

Fone comercial: Área: número: ramal:

E-mail:

Mailings ☐ Index

<input type="checkbox"/> Agropecuária	<input type="checkbox"/> Anhembi e Região
<input type="checkbox"/> Aquid e Região	<input type="checkbox"/> Araraquara e Região
<input type="checkbox"/> Araras e Região	<input type="checkbox"/> Bahia
<input type="checkbox"/> Balsamo e Região	<input type="checkbox"/> Bauri e Região
<input type="checkbox"/> Buri, Campina do Monte Alegre e Região	<input type="checkbox"/> Cananeia Iguape Registro_Turvo
<input type="checkbox"/> Comportamento	<input type="checkbox"/> Ciência e Tecnologia
<input type="checkbox"/> Cultura	<input type="checkbox"/> Cubatão e Região
<input type="checkbox"/> Educação	<input type="checkbox"/> Economia e Finanças
<input type="checkbox"/> Franca e Região	<input type="checkbox"/> Festival Contato
<input type="checkbox"/> Igarapava e Região	<input type="checkbox"/> Goaruçuba e Região
<input type="checkbox"/> Informática	<input type="checkbox"/> Indústria
<input type="checkbox"/> Itapetininga da Serra e Região	<input type="checkbox"/> Internet
<input type="checkbox"/> Itapetininga e Região	<input type="checkbox"/> Itapevi e Região

Fonte: UFSCar (2014)

Como é possível perceber pela imagem acima, o veículo ou profissional de comunicação pode escolher o tipo de *mailing* que deseja receber, são 74 opções.

- Atendimento à imprensa (Figura 14): Esse *link* é definido pela UFSCar como: “Espaço destinado aos veículos e profissionais de imprensa que desejam solicitar fontes ou informações sobre pesquisas, assuntos e eventos.” (UFSCar, 2014).

Figura 14: Aba atendimento à imprensa

Unidade Federal de São Carlos - UFSCar

HÁ 25 ANOS
COMPARTILHANDO CULTURA E SABER

Mapa do Site | Acessibilidade | Contato

Buscar no Site

Página Inicial | Releases | Mailing | **Atendimento à Imprensa** | Clipping | Solicitação de Divulgação

ACCES
Equipe
Política de Comunicação
Produtos
Relatórios e publicações
SACI
Banco de Imagens
Dados da UFSCar
Logotipo UFSCar
Vídeo Institucional

Você está aqui: Página Inicial → Atendimento à Imprensa

Atendimento à Imprensa

Espaço destinado aos veículos e profissionais de imprensa que desejam solicitar fontes ou informações sobre pesquisas, assuntos e eventos. Campos em negrito são de preenchimento obrigatório.

Veículo * Buscar ☐ Novo

Nome do veículo: Filtar

Contato

nome:

Cidade: UF:

Fone comercial: Área: número: ramal:

E-mail:

Assunto:

Solicitação:

Deadline: às Data: dd/mm/aaaa (ex: 20/10/2010). Hora: hh:mm (ex: 20:30)

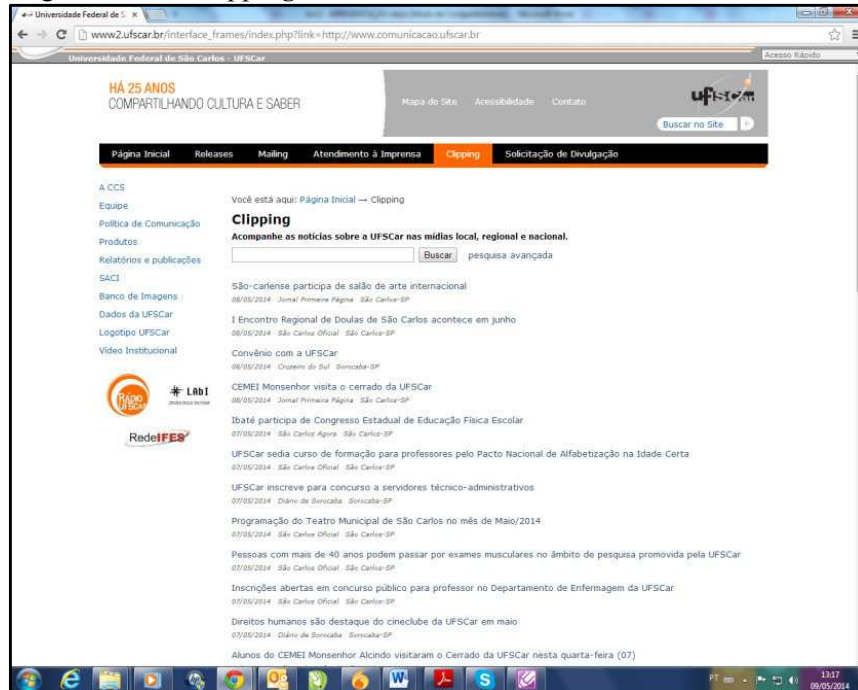
Confirmação:

Solicitar atendimento

Fonte: UFSCar (2014)

- *Clipping*: O *link clipping* leva o leitor para uma página que traz informações acerca das notícias e matérias relacionadas à UFSCar, que foram publicadas pela mídia nos âmbitos locais, regionais e nacionais.

Figura 15: Aba *clipping*



Fonte: UFSCar (2014)

Assim como em *release*, surge uma lista de *clipping* contendo o título, o nome da matéria, data e hora de cada um (Figura 15).

Ao clicar em um dos *clippings* surge a seguinte tela:

Figura 16: Página do *clipping* selecionado

Fonte: UFSCar (2014)

Figura 17: Continuação da página do *clipping* selecionado

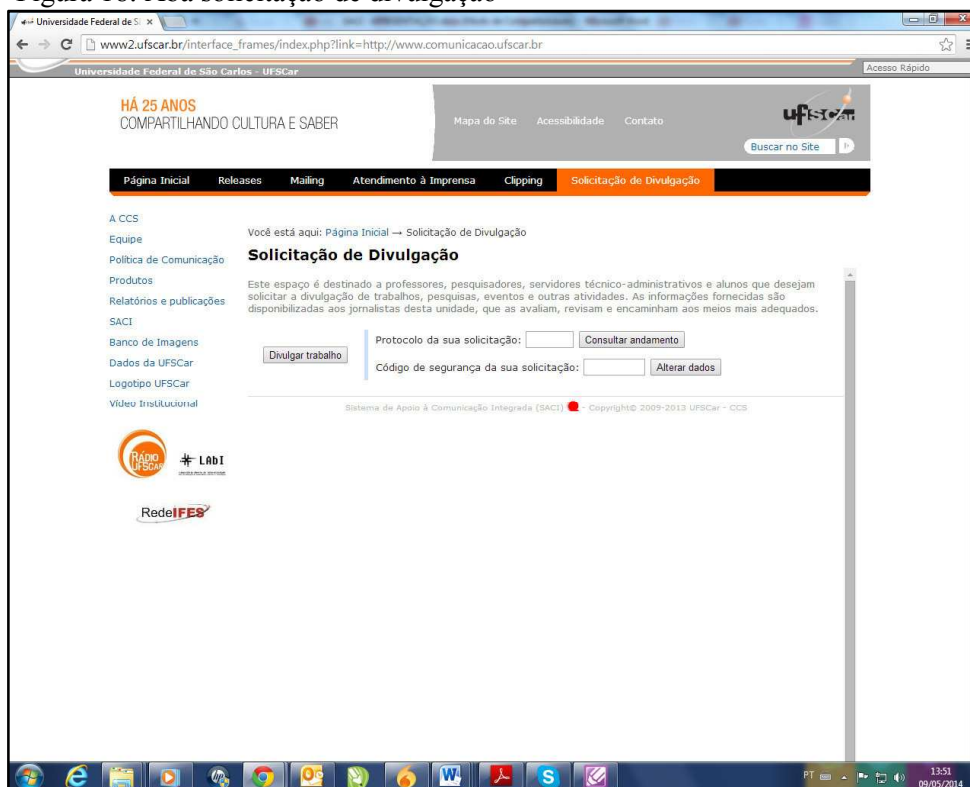
Fonte: UFSCar (2014)

Como é possível verificar através da imagem anterior, é informado em qual página, cidade, data e edição foi publicada a matéria. O site também disponibiliza a imagem do jornal contendo a matéria, o número e a altura das colunas, páginas, caderno e seção em que foi

publicado, o texto na íntegra, o gênero da matéria, a classificação que no exemplo acima é UFSCar, subclassificações, autor e palavras-chave.

- Solicitação de divulgação: Na página que surge (Figura 18), os pesquisadores, docentes, discentes, técnicos administrativos podem realizar solicitações para a divulgação de pesquisas, trabalhos, eventos e outros. As informações transmitidas pelos solicitantes são disponibilizadas para os jornalistas da CCS, para avaliação, revisão e encaminhamento adequado.

Figura 18: Aba solicitação de divulgação



Fonte: UFSCar (2014)

Nessa página, Figura 18 acima, o solicitante também consegue consultar o andamento da sua solicitação e alterar os dados a partir do código de segurança. Ao clicar em divulgar trabalho, surge a seguinte tela:

Figura 19: Página divulgar trabalho

Unidade Federal de São Carlos - UFSCar

HÁ 25 ANOS
COMPARTILHANDO CULTURA E SABER

Mapa do Site Acessibilidade Contato

Buscar no Site

Página Inicial Releases Mailing Atendimento à Imprensa Clipping **Solicitação de Divulgação**

Você está aqui: Página Inicial → Solicitação de Divulgação

Solicitação de Divulgação

Nome:

Cidade: UF:

Fone: área: número: ramal:

E-mail:


Assunto:

Resumo:

Anexos: Nenhum arquivo selecionado
 Nenhum arquivo selecionado
 Nenhum arquivo selecionado
Tamanho máximo por arquivo: 5MB

Tipo: ☐ divulgação
☐ produção gráfica
☐ cobertura fotográfica
tipo de serviço que deverá ser prestado pela unidade

☐ Evento (será necessário preencher data e local)

Confirmação: 

[voltar](#)

Fonte: UFSCar (2014)

Na página divulgar trabalho, são requisitadas várias informações para a análise do pedido, conforme é possível verificar na Figura 19.

3.3.3 Menus laterais

- A CCS (Figura 20, com o *link* para a página em destaque): Nessa página a Coordenadoria de Comunicação Social – CCS é apresentada aos leitores como o departamento responsável pelo gerenciamento dos fluxos e processos comunicacionais da UFSCar. Nesse contexto, “Seu papel é preservar as diretrizes de comunicação da Universidade, elaborando estratégias de divulgação que ampliem o alcance da UFSCar na mídia nacional e atendam às expectativas das comunidades interna e externa da Universidade.” (UFSCar, 2014).

A equipe da CCS é composta por pessoas de diferentes áreas, como por exemplo: designer gráfico, jornalistas, estagiários, analistas de TI e bolsistas, instalados nos campi São Carlos, Araras e Sorocaba (UFSCar, 2014).

A equipe da CCS da UFSCar possui como atribuições a produção de vários produtos direcionados à imprensa, realiza o acompanhamento constante da veiculação de informações sobre a universidade em veículos nacionais, busca acompanhar os

avanços tecnológicos dos meios de comunicação e atender às demandas oriundas do acesso à informação (UFSCar, 2014).

Figura 20: Página a CCS

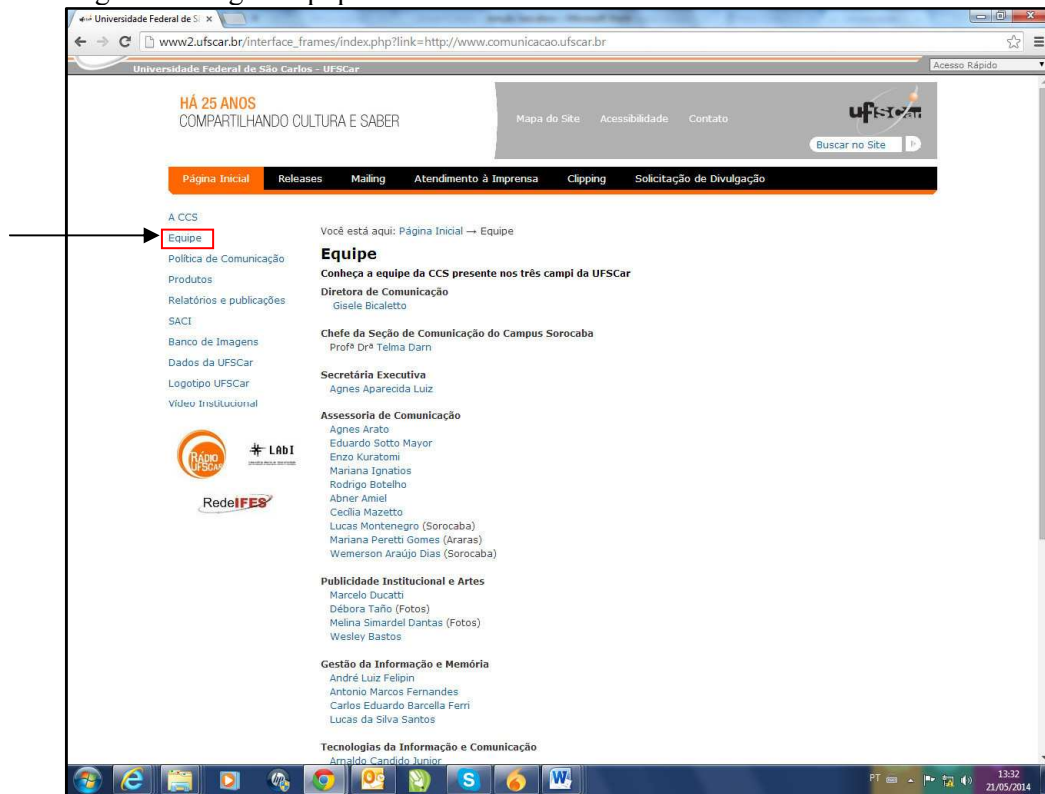


Fonte: UFSCar (2014)

- Equipe: Nessa página (UFSCar, 2014) estão relacionados, por setor, o nome dos integrantes da equipe da CCS, sendo que ao clicar no nome de cada um é possível ter acesso ao endereço de *e-mail* deles.

A equipe da CCS, conforme está listada no site (UFSCar, 2014), é composta por: diretoria de comunicação, seção de comunicação do campus Sorocaba, assessoria de comunicação, publicidade institucional e artes, gestão da informação e memória, tecnologia da informação e comunicação, secretária executiva e administração. No fim desta página estão disponíveis dois *links*, um para impressão da lista com nome e setores da CCS, e outro denominado enviar, que possibilita ao internauta mandar uma mensagem contendo o *link* da página a qualquer pessoa.

Figura 21: Página equipe



Fonte: UFSCar (2014)

- Política de comunicação: Como é possível verificar na imagem seguinte (Figura 22, *link* para a página política de comunicação em destaque), o site da UFSCar (2014), traz informações sobre o debate que acontece desde 2009, acerca da “política institucional de informação e comunicação” da UFSCar, para que a mesma seja formalizada. Uma proposta mais atual para essa política foi apresentada por um grupo de trabalho composto por integrantes da CCS, BCo – Biblioteca Comunitária, e docentes do DCI – Departamento de Ciência da Informação, mas o texto ainda precisa ser aprovado por uma comissão e pelo conselho universitário, e até a aprovação a comunidade pode fazer sugestões e críticas (UFSCar, 2014). O site ainda informa que:

Até que a Política de Comunicação seja aprovada, a CCS tem orientado o relacionamento com a comunidade por meio do Manual de Instruções dos produtos/serviços da CCS. O documento foi elaborado com o objetivo de facilitar a utilização dos produtos e serviços elaborados e prestados pela CCS e oferece orientações sobre solicitações de divulgação, conteúdo e as características de cada produto. (UFSCar, 2014).

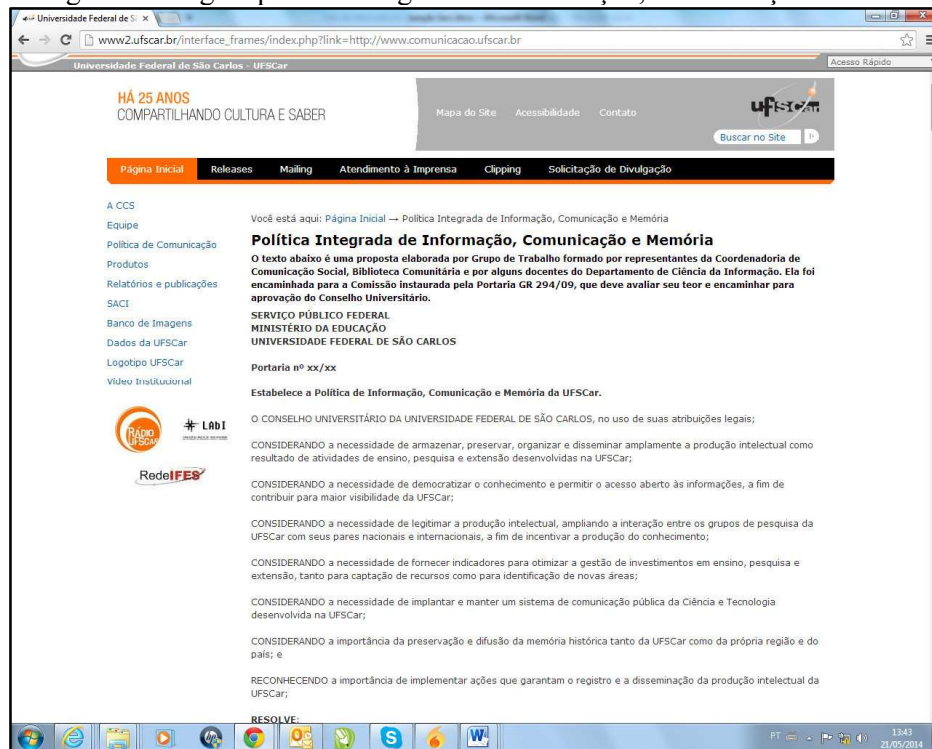
Figura 22: Página política de comunicação



Fonte: UFSCar (2014)

A página, conforme mostra a imagem acima, disponibiliza *links* de documentos relacionados a esse processo e de sites ligados aos órgãos que estão envolvidos com a formalização dessa política de comunicação, tais como: Subsídios para uma Política de Comunicação e Informação na UFSCar – Diretrizes e Produtos; Portaria GR 294/09, designa Comissão para elaborar a Política Institucional de Informação e Comunicação (página ilustrada na Figura 23, a seguir); Proposta para Política Integrada de Informação, Comunicação e Memória; e Manual de Instruções dos produtos/serviços da CCS.

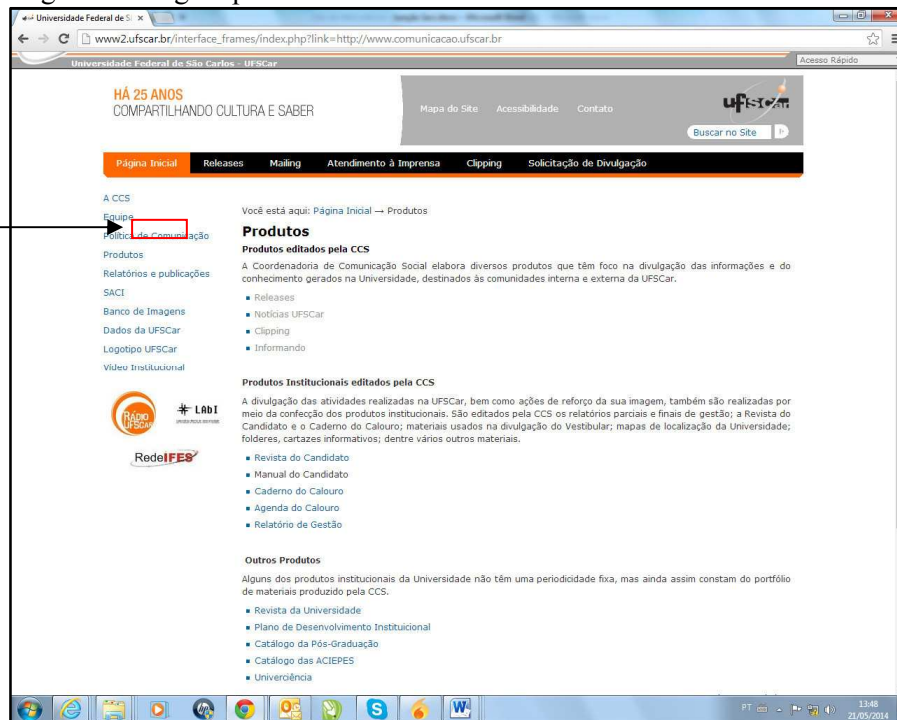
Figura 23: Página política integrada de informação, comunicação e memória.



Fonte: UFSCar (2014)

- Produtos (*link* para acesso a essa página em destaque na Figura 24):

Figura 24: Página produtos



Fonte: UFSCar (2014)

Nessa página, conforme é mostrado na figura acima, estão relacionados todos os produtos da CCS, cujo foco está na divulgação de conhecimento e informação aos públicos internos e externos da UFSCar, são eles: *releases*, notícias UFSCar, *clipping* e informando. No grupo dos produtos institucionais (UFSCar, 2014) são divulgadas a imagem e as atividades da UFSCar, assim tem-se: Revista do Candidato; Manual do Candidato; Caderno do Calouro; Agenda do Calouro; e Relatório de Gestão. De acordo com o site (UFSCar, 2014), também estão nesse grupo, materiais para as divulgações dos processos seletivos, mapas que ajudam a se localizar dentro da universidade, cartazes e folders informativos, dentre outros.

Certos produtos que fazem parte do portfólio da UFSCar não possuem periodicidade fixa, são eles: Revista da Universidade; Plano de Desenvolvimento Institucional; Catálogo da Pós-Graduação; Catálogo das ACIEPES; e Univerciência (UFSCar, 2014).

Os produtos supramencionados possuem um *link* que, quando selecionado, encaminha o leitor para uma página específica que contém uma explicação sobre cada um dos produtos, por exemplo, a página que abre ao selecionar o *link* “Revista da Universidade” é:

Figura 25: Página do *link* revista da universidade

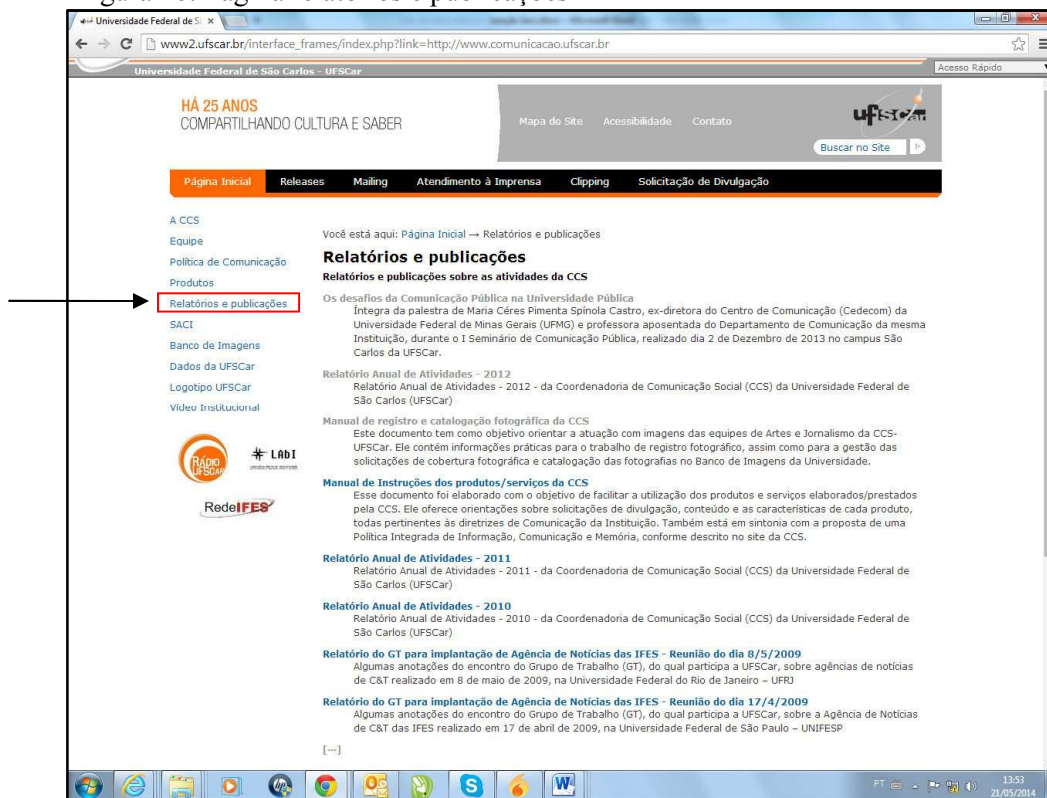


Fonte: UFSCar (2014)

- Relatórios e publicações: Nessa página (Figura 26, *link* em destaque) estão disponibilizados *links* para acessar várias publicações e relatórios acerca da CCS. Os arquivos disponíveis em 12 de maio de 2014 são: os desafios da comunicação pública na universidade pública; relatório anual de atividades - 2012; manual de registro e

catalogação fotográfica da CCS; manual de instruções dos produtos/serviços da CCS; relatório anual de atividades - 2011; relatório anual de atividades - 2010; relatório do GT para implantação de agência de notícias das IFES - reunião do dia 8/5/2009; relatório do GT para implantação de agência de notícias das IFES - reunião do dia 17/4/2009; e atuais e ex-servidores, colaboradores e estagiários da CCS.

Figura 26: Página relatórios e publicações

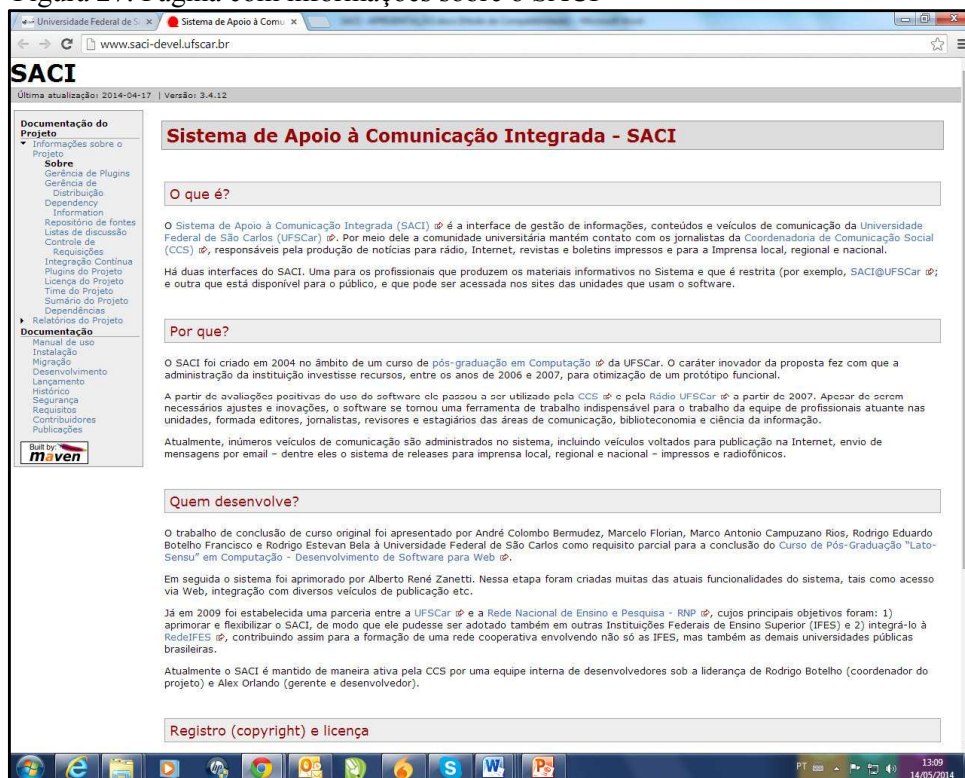


Fonte: UFSCar (2014)

Assim como na página do *link* lateral equipe, em relatórios e publicações (ilustrada na figura acima) estão disponíveis dois *links*, imprimir e enviar para impressão e envio de um *link* de acesso à página para qualquer pessoa.

- SACI: Ao clicar nesse *link* o internauta é encaminhado para a página <http://www.saci-devel.ufscar.br/> (Figura 27), na qual estão relacionadas várias informações sobre o site, dentre as quais: o que é o SACI; por que foi criado; quem desenvolveu; o registro e a licença do *software*; informações sobre o SACI, como: gerência de *plugins*, gerência de distribuição, *dependency information*, repositório de fontes, listas de discussão, controle de requisições, integração contínua, *plugins* do projeto, licença do projeto, time do projeto, sumário do projeto e dependências; e documentação do *software*: manual de uso, instalação, migração, desenvolvimento, lançamento, histórico, segurança, requisitos, contribuidores e publicações.

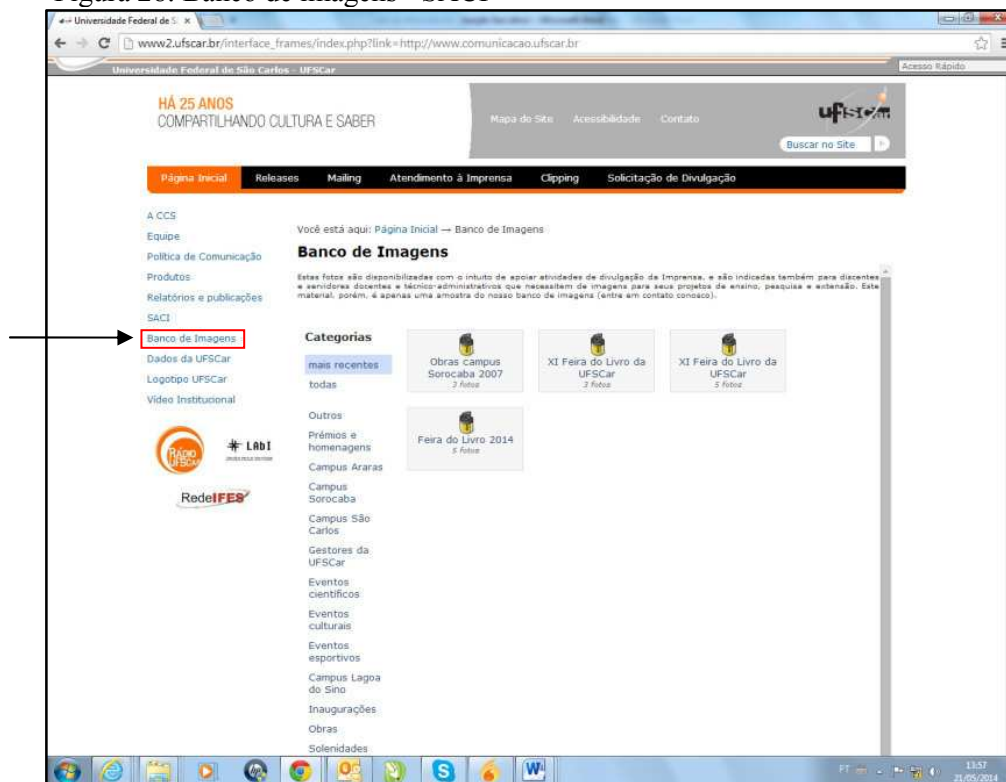
Figura 27: Página com informações sobre o SACI



Fonte: SACI (2014)

- Banco de Imagens (Figura 28): A partir desse *link*, em destaque na imagem abaixo, surge a página banco de imagens que faz parte do SACI e é onde estão várias fotos de divulgação das atividades da universidade para serem utilizadas pelos alunos, professores, servidores e técnico-administrativos em seus projetos, vale ressaltar que as imagens disponibilizadas nesse *link*, são somente uma amostra do banco de imagens da instituição, desse modo, o site solicita ao internauta que entre em contato com a UFSCar pois existem muitos materiais além daqueles que estão no site (UFSCar, 2014).

Figura 28: Banco de imagens - SACI



Fonte: UFSCar (2014)

Na página desse *link*, é possível encontrar imagens separadas nas seguintes categorias: mais recentes; todas; outros; prêmios e homenagens; Campus Araras; Campus Sorocaba; Campus São Carlos; gestores da UFSCar; eventos científicos; eventos culturais; eventos esportivos; campus lagoa do sino; inaugurações; obras; solenidades; comemorações; personalidades; projetos especiais; servidores docentes; servidores técnico-administrativos; atividades de extensão; departamentos; pesquisas; laboratórios.

- Dados da UFSCar: Nessa página, conforme é possível comprovar na Figura 29 (*link* para acesso em destaque), existem informações da UFSCar acessíveis para a consulta da sociedade e da imprensa, tais como razão social; vinculação; criação; histórico; campi; centros acadêmicos; departamentos acadêmicos; área construída; cursos de graduação presenciais; cursos de graduação à distância; cursos de graduação especiais; vagas na graduação presencial; vagas na graduação à distância; vagas na graduação em cursos especiais; cursos de pós-graduação *stricto-sensu*; cursos de pós-graduação *lato-sensu*; alunos na graduação presencial; alunos na graduação à distância; alunos na pós-graduação *stricto-sensu*; servidores docentes de 3º grau; servidores técnico-administrativos; grupos de pesquisa.

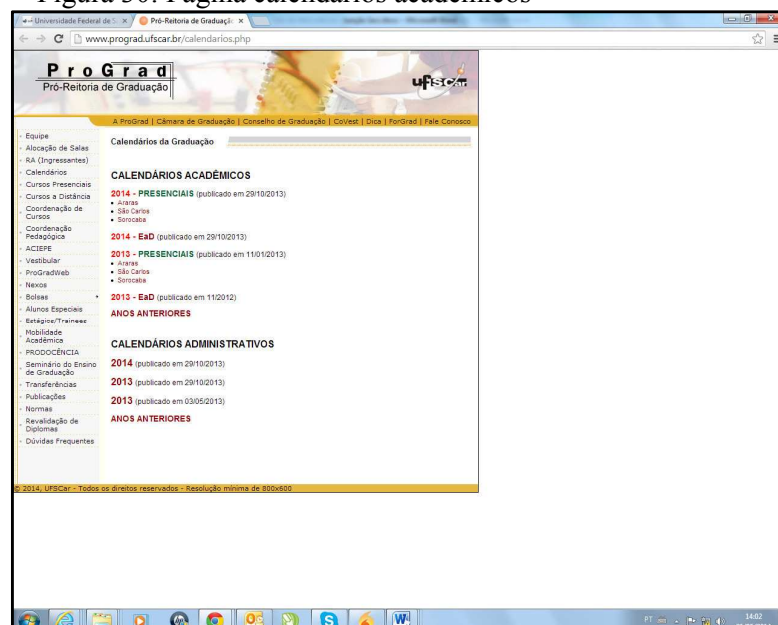
Figura 29: Aba dados da UFSCar



Fonte: UFSCar (2014)

Além de todas essas informações, estão disponíveis na página dados da UFSCar, dois *links*: equipe administrativa e calendários acadêmicos onde é possível encontrar informações sobre o corpo administrativo da instituição de acordo com seu respectivo cargo e também os calendários administrativos e acadêmicos (Figura 30) de cursos presenciais e modalidade ead – ensino à distância, do presente ano e de anteriores.

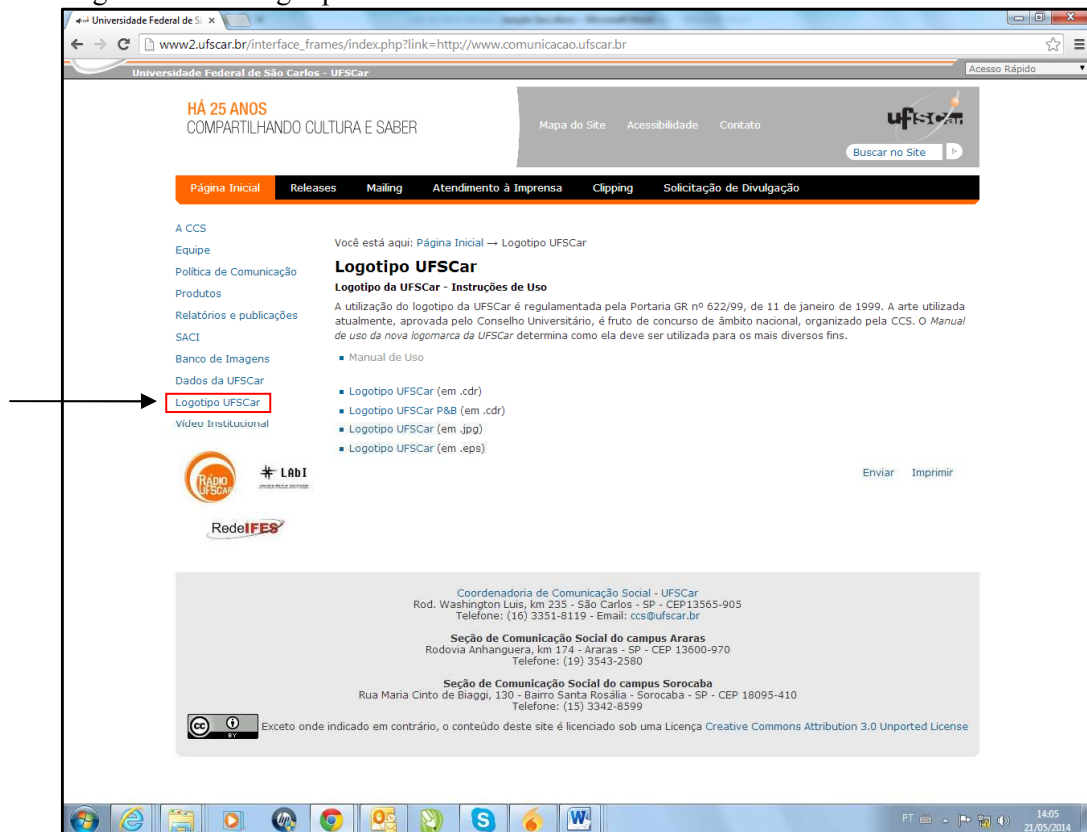
Figura 30: Página calendários acadêmicos



Fonte: UFSCar (2014)

- Logotipo UFSCar: A partir desse *link* (destaque na figura abaixo) o leitor é encaminhado a uma página onde encontrará informações sobre o uso do logotipo da universidade e sua portaria de regulamentação (UFSCar, 2014). Nessa página, como mostra a Figura 31, existem os seguintes *links*: manual de uso, logotipo UFSCar (em .cdr), logotipo UFSCar P&B (em .cdr), logotipo UFSCar (em .jpg) e logotipo UFSCar (em .eps), ao clicar em qualquer desses *links* o computador faz o *download* do arquivo automaticamente, exceto o manual de curso que abre o arquivo em pdf.

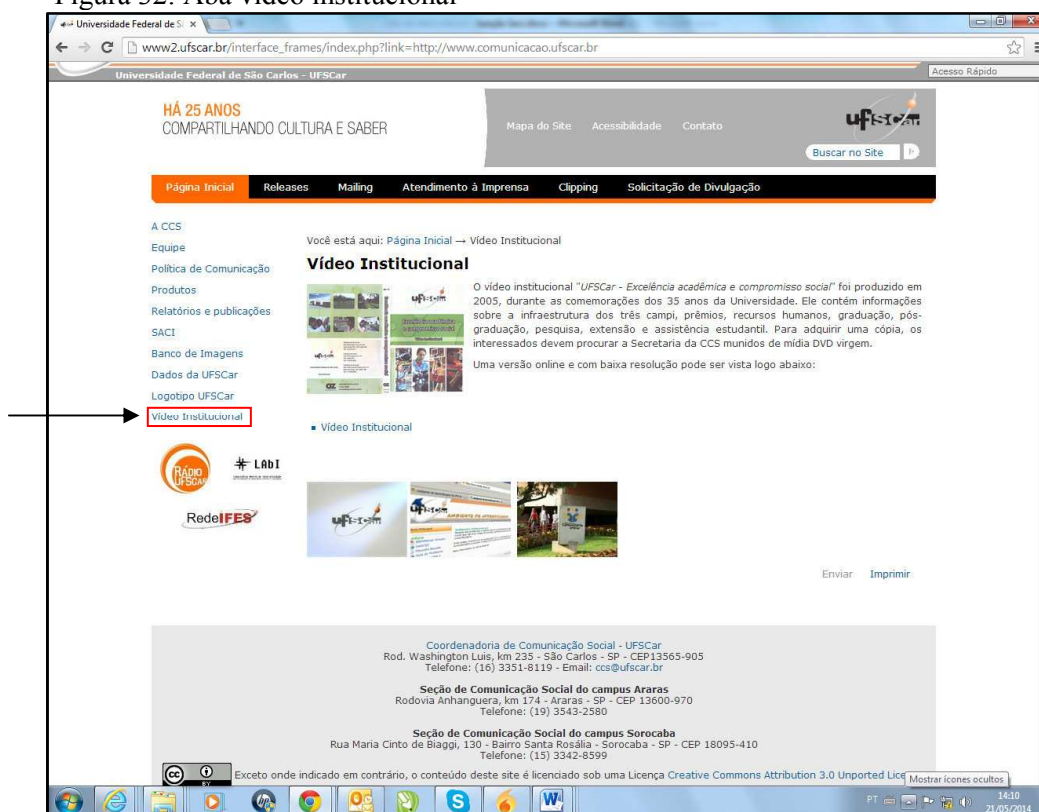
Figura 31: Aba logotipo UFSCar



Fonte: UFSCar (2014)

- Vídeo institucional: Nessa página (Figura 32, cujo *link* para acesso está em destaque) o internauta encontrará um vídeo da universidade e segundo a UFSCar (UFSCar, -): “Ele contém informações sobre a infraestrutura dos três campi, prêmios, recursos humanos, graduação, pós-graduação, pesquisa, extensão e assistência estudantil.”. O site ainda informa que é possível conseguir uma cópia do vídeo junto à secretaria da CCS, ou assistir por meio de um *link* na página, que ao ser selecionado, baixa automaticamente o arquivo. Também é possível enviar o *link* da página para alguém ou imprimi-la.

Figura 32: Aba vídeo institucional



Fonte: UFSCar (2014)

Tudo que foi exposto retrata os detalhes do uso do SACI atualmente no site da UFSCar, assim foi possível conhecer melhor as opções que o sistema possibilita a todos que trabalham com comunicação dentro das universidades.

Em relação à utilização do SACI por outras IES, Francisco (2014), explica que na UFSCar:

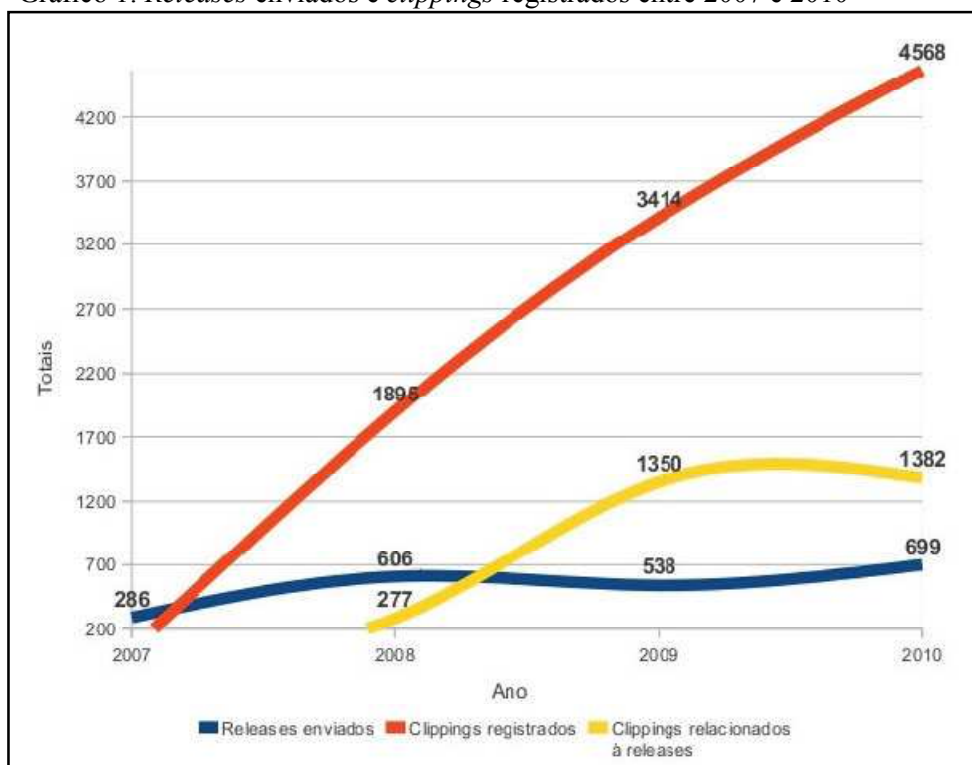
O sucesso de seu uso entre a equipe foi tão grande que a informação sobre sua existência se espalhou e surgiram instituições interessadas em usá-lo. Isso ocorreu, de certa forma, porque os resultados do SACI como TCC e posteriormente como case de Comunicação Organizacional foram apresentados em congressos da área, o que deu visibilidade para o projeto e, posteriormente, colaborou para que encontrássemos parceiros como a UFPR e a RNP.

O autor informou ainda que, no ano de 2010, foi desenvolvido o Relatório Anual de Atividades 2010 que continha um planejamento estratégico, precedido de um diagnóstico e ações que consideraram o SACI. Como é possível observar através do Gráfico 1, divulgado no Relatório Anual de Atividades 2010, a quantidade de *releases* enviados, de *clippings*

registrados e de *clippings* relacionados a *releases* tiveram um aumento considerável desde a instalação do SACI na UFSCar em 2007. No ano de 2010:

Em relação à comunicação externa, foram enviadas 699 sugestões de pauta para jornalistas de diversas localidades do País. Destes releases, 1.382 viraram notícia. O número total de notícias no Clipping UFSCar no período é de 4.568 inserções relacionadas a mais de 500 veículos (principalmente Jornais e Revistas). (UFSCar, 2010).

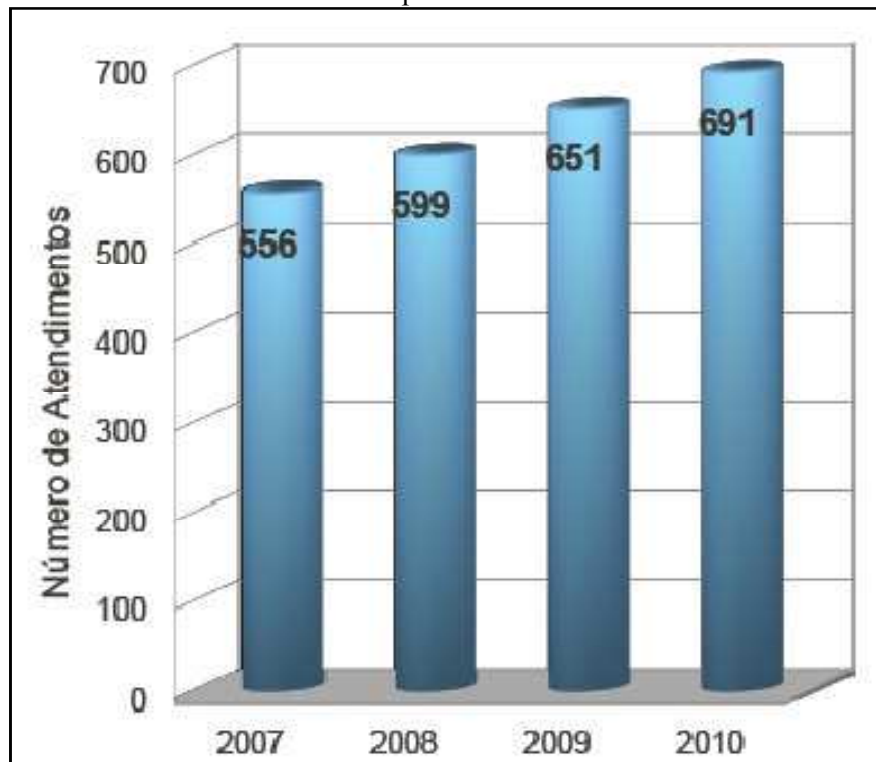
Gráfico 1: *Releases* enviados e *clippings* registrados entre 2007 e 2010



Fonte: UFSCar (2010)

Segundo o Relatório Anual de Atividades da CCS com relação à imprensa, solicitações de informações sobre a UFSCar oriundas de variados veículos e jornalistas foram respondidas, “Em 2010 foram realizados 691 atendimentos desse tipo para 242 veículos diferentes [...]” (UFSCar, 2010). Como é possível acompanhar pelo Gráfico 2 o número de atendimentos a imprensa entre 2007 e 2010 aumentou 24%.

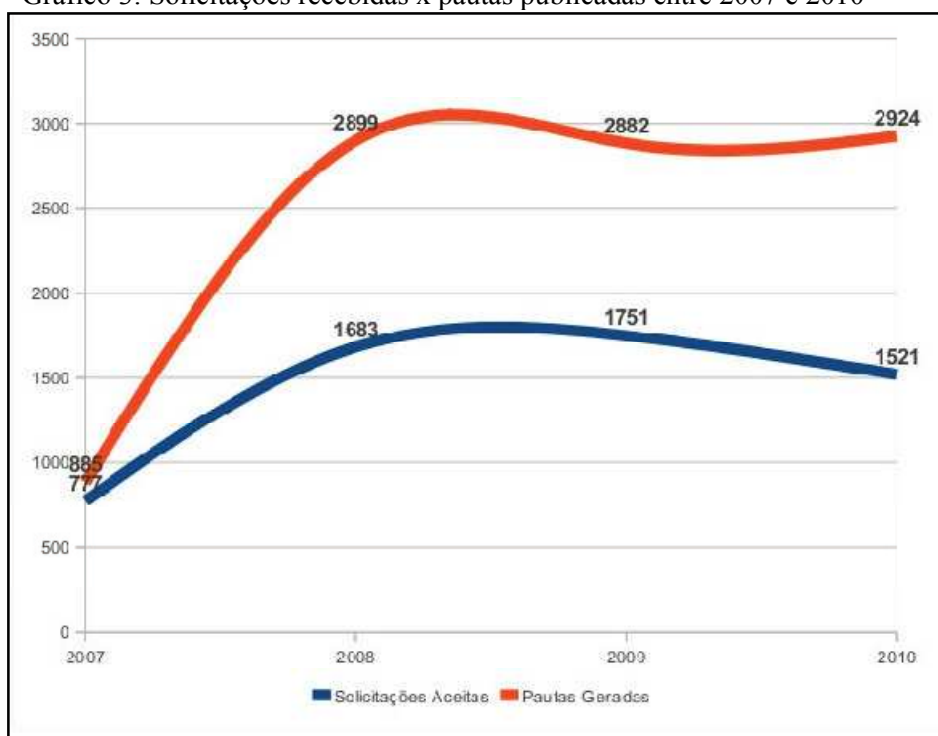
Gráfico 2: Atendimentos de imprensa efetuados entre os anos de 2007 e 2010



Fonte: UFSCar (2010)

Desde a implantação do SACI em 2007 até o ano de 2010, houve como é demonstrado no Gráfico 3 a seguir, um aumento de 230% na quantidade de pautas publicadas, que passaram de 885 em 2007 para 2.924 em 2010. O relatório anual de atividades da CCS informa ainda que: “Por meio do sistema, em 2010 a CCS recebeu 1.703 solicitações de divulgação da comunidade, sendo que 1.521 delas foram aceitas.” (UFSCar, 2010). Em relação às solicitações recebidas, o aumento percentual foi de 95,75%, passando de 777 em 2007 para 1.521 no ano de 2010 (Gráfico 3).

Gráfico 3: Solicitações recebidas x pautas publicadas entre 2007 e 2010



Fonte: UFSCar (2010)

Consequentemente e devido às características e possibilidades do SACI, como foi exemplificado a partir do site da UFSCar, o *software* foi adotado para o gerenciamento de comunicação de outras universidades, como UFOP, UFPR e UFMT, que adaptaram o sistema segundo suas necessidades de utilização. Tal análise observa a possibilidade de o *software* vir a ser útil em outras IES, entre elas a UFU – Universidade Federal de Uberlândia.

4 A METODOLOGIA DE PESQUISA, O SAcI, OS SERVIDORES E AS POSSIBILIDADES DE USO NA UFSCar

Segundo Lakatos e Marconi (2003), toda e qualquer pesquisa traz como consequência a busca por dados e informações oriundas de fontes diversificadas, independente das técnicas e metodologias utilizadas. Além disso, as referidas autoras nos explicam que: “O levantamento de dados, primeiro passo de qualquer pesquisa científica, é feito de duas maneiras: pesquisa documental (ou de fontes primárias) e pesquisa bibliográfica (ou de fontes secundárias).” (LAKATOS; MARCONI, 2003, p. 174). No presente trabalho foram utilizadas pesquisas com fontes primárias e secundárias, para analisar como acontece a utilização do *saci*, *software* de gerenciamento da comunicação dentro da UFSCar.

Para entender a comunicação em si e suas diferentes denominações foi desenvolvida uma ampla revisão bibliográfica no sentido de compreender a comunicação que existe dentro de uma universidade.

Sobre essa pesquisa Lakatos e Marconi (2003, p. 183) escreveram que:

A pesquisa bibliográfica, ou de fontes secundárias, abrange toda bibliografia já tornada pública em relação ao tema de estudo, desde publicações avulsas, boletins, jornais, revistas, livros, pesquisas, monografias, teses, material cartográfico, etc., até meios de comunicação orais: rádio, gravações em fita magnética e audiovisuais: filmes e televisão. Sua finalidade é colocar o pesquisador em contato direto com tudo o que foi escrito, dito ou filmado sobre determinado assunto, inclusive conferências seguidas de debates que tenham sido transcritos por alguma forma, quer publicadas, quer gravadas.

Vale ressaltar, que segundo as autoras, a pesquisa bibliográfica não se limita à pura repetição daquilo que foi escrito ou falado anteriormente acerca de determinado tema, ela proporciona a análise de um assunto sob um novo prisma ou enfoque, podendo alcançar inovadoras conclusões. Diante disso, foi realizada a revisão bibliográfica sobre os seguintes assuntos:

- As definições e características da comunicação e suas variações existentes nas universidades;
- As alterações que os avanços tecnológicos e as novas ferramentas de informação influenciaram e ocasionaram na comunicação e divulgação do conhecimento produzido pelas instituições públicas de ensino; e

- Como as novas ferramentas de tecnologia da informação podem ser aliadas das universidades, auxiliando através de um sistema de comunicação integrada, na junção das comunicações pública, organizacional, institucional e integrada dentro de uma IES no intuito de alcançar os objetivos institucionais e o público-alvo correto.

Além da revisão bibliográfica, o presente contou com a pesquisa documental e segundo Lakatos e Marconi (2003, p. 174):

A característica da pesquisa documental é que a fonte de coleta de dados está restrita a documentos, escritos ou não, constituindo o que se denomina de fontes primárias. Estas podem ser feitas no momento em que o fato ou fenômeno ocorre, ou depois.

Para a realização dessa pesquisa foi feito o levantamento e análise de documentos e arquivos originais, cedidos pelo Rodrigo Francisco e encontrados no site da UFSCar (monografia do SACI, apresentação de slides sobre o SACI, desenvolvida para a visita da UNILA a São Carlos e o Relatório Anual de Atividades 2010 elaborado pela CCS), no intuito de:

- Conhecer o SACI desde o nascimento da ideia de criação do sistema;
- Compreender como foi o processo de adoção, implantação e início do uso do *software* na instituição;
- Como utilizar o *software*;
- Quais as funcionalidades do sistema;
- Entender as mudanças na comunicação da UFSCar buscando o antes e o depois da implantação do SACI; e
- Conhecer como o SACI é utilizado atualmente pela UFSCar.

O trabalho também envolveu duas pesquisas descritivas qualitativas no intuito de atender às necessidades do trabalho e para esclarecer dúvidas essenciais. O método de coleta de dados utilizado nas duas pesquisas foi por meio do envio do questionário por *e-mail* para os entrevistados.

A primeira pesquisa foi realizada somente com Rodrigo Francisco e as respostas desse questionário foram utilizadas ao longo do trabalho para esclarecer melhor algumas dúvidas e potencialidades do SACI. Essa pesquisa aconteceu em março de 2014, o formulário continha 14 perguntas abertas para que o entrevistado tivesse a possibilidade de responder e escrever conforme desejasse alcançando, desse modo, uma profundidade nas respostas. Este questionário está no apêndice 1.

A razão para a realização dessa primeira pesquisa foi entender de um modo geral o SACI, seu desenvolvimento, implantação e os benefícios gerados para a instituição em termos de comunicação. Nesse sentido, o objetivo principal foi conhecer melhor a criação e o processo de instalação do sistema, seu auxílio para a comunicação organizacional, interna e externa da UFSCar na divulgação de conhecimento e projetos, visando à conquista de parcerias com empresas e instituições de fomento de pesquisa.

Além disso, os objetivos secundários dessa pesquisa foram:

- Levantar informações sobre o desenvolvimento ou não de um diagnóstico acerca dos processos comunicacionais da UFSCar antes da criação do SACI;
- Descobrir se o sistema conseguiu solucionar questões de comunicação organizacional, interna e externa;
- Investigar como é o acesso dos internautas às informações disponibilizadas através do SACI;
- Buscar o alcance das informações divulgadas pelo *software*;
- Procurar saber se no início do projeto havia o intuito de utilizá-lo para buscar parcerias com entidades de fomento e empresas;
- Investigar se o SACI auxilia a função informativa da comunicação e a transmissão de mensagens;
- Descobrir como aconteceu a decisão de implantar o SACI na UFSCar;
- Levantar se houve resistência à implantação do sistema e em caso afirmativo quais foram esses motivos;
- Entender se no início do TCC que criou o SACI, a equipe de estudantes já pretendia que o *software* fosse instalado na instituição;
- Descobrir de quem foi a ideia de implantação do sistema; e
- Levantar quais os maiores defensores e quem mais rejeitou a implantação do projeto, e os motivos desse posicionamento contrário.

A segunda pesquisa, na qual foram utilizadas somente perguntas abertas, foi elaborada e enviada para Rodrigo Francisco e para a jornalista Mariana Pezzo. O propósito dessa pesquisa foi entender a visão dos entrevistados sobre o SACI, investigar como acontece sua utilização, e identificar as alterações propiciadas pelo uso desse *software* nos processos comunicacionais da UFSCar, sendo que, seu principal intuito é entender a visão de um dos criadores do SACI - Rodrigo Francisco e da jornalista Mariana Pezzo - diretora da CCS na

época da implantação do *software* na UFSCar, buscando compreender como esse sistema e suas funcionalidades modificaram o gerenciamento de comunicação na universidade.

O Os objetivos secundários foram:

- Averiguar a importância da comunicação na universidade do ponto de vista dos entrevistados;
- Investigar como os servidores da CCS trabalhavam antes e trabalham depois da implantação do SACI na UFSCar;
- Descobrir se o SACI facilita o acesso ao conhecimento para a sociedade;
- Levantar quais mudanças ocorreram no gerenciamento da comunicação da UFSCar a partir da utilização do SACI;
- Entender melhor o que é o SACI, como ele funciona, onde é utilizado e quais suas possibilidades;
- Procurar quais mudanças aconteceram no jeito de trabalhar dos servidores da CCS, antes e depois da utilização do *software*;
- Descobrir se o relacionamento e a comunicação da UFSCar com seus públicos internos e externos foram alterados com a implantação do SACI; e
- Levantar se por causa do uso do sistema a comunicação institucional, pública e a divulgação da ciência na UFSCar foram alteradas de alguma maneira.

Os dados dessa pesquisa também foram coletados por e-mail, pois o formulário para coleta de dados foi enviado em outubro de 2014 por *e-mail* aos entrevistados com as instruções necessárias para que o formulário fosse preenchido.

A única diferença entre os questionários respondidos pelo Rodrigo Francisco e pela Mariana Pezzo, é que as questões 14, 15, 16, 17 e 18 foram retiradas do questionário da jornalista, por serem relacionadas ao projeto em si, tais como: o motivo da alteração no nome do projeto, algumas informações técnicas sobre os relatórios, as dependências, a utilização e a instalação do sistema em outras instituições. O questionário enviado ao Rodrigo Francisco está no apêndice 2 e o formulário respondido pela Mariana Pezzo está no apêndice 3.

Diante de todo o exposto, é possível resumir informando que foram utilizados diferentes métodos de pesquisa no intuito de conhecer melhor toda a comunicação da universidade, como é feito o gerenciamento de informação por meio de um *software* e como o SACI é utilizado e modificou os processos comunicacionais da instituição. Os passos

seguintes do trabalho estão relacionados à coleta e ao tratamento de dados para entender o modo de uso do SACI na UFSCar.

4.1 Apresentação dos resultados e análises dos questionários

A partir das respostas dos questionários de Rodrigo Francisco e Mariana Pezzo é possível conhecer melhor o SACI e seus benefícios para a UFSCar. É importante ressaltar que os questionários possuem 14 questões iguais, da 01ª a 13ª perguntas, sendo que a última (14ª) pergunta do formulário enviado a Mariana Pezzo corresponde a última (20ª) questão do formulário do Rodrigo Francisco. As questões 14, 15, 16, 17, 18 e 19 do formulário do Rodrigo Francisco foram respondidas somente por ele, pois se tratam de características do sistema, de cuja implantação ele participou diretamente.

Em relação ao papel da comunicação na universidade, Francisco esclareceu que possui duas visões diferentes:

A primeira tem relações com a visão clássica da comunicação organizacional ou institucional, que apresenta a comunicação como estratégica para as instituições, como algo que deve ser empreendido no sentido de garantir que haja uma interação eficaz entre elas e seus públicos interno e externo. A segunda, por sua vez, está voltada para um diferencial da comunicação num ambiente universitário, uma vez que a academia se pauta no tripé ensino, pesquisa e extensão. A comunicação, nesse cenário, por um lado colabora para o diálogo entre a universidade e a sociedade, por outro, é capaz também de colaborar na articulação em processos indissociáveis de ensino, pesquisa e extensão, garantindo que existam fluxos informacionais e interações sociais e midiáticas que auxiliem na garantia da geração e transmissão do conhecimento, assim como para o desenvolvimento de competências científicas em diferentes e diversos contextos.

Já na opinião de Mariana Pezzo a comunicação na universidade pública está ocupando cada vez mais uma posição de centralidade na sociedade atual, pois:

São inúmeros os papéis que desempenha ou deveria desempenhar: de promoção do diálogo entre os diferentes atores da vida universitária; de promoção da visibilidade da Instituição, visando, inclusive, a democratização do acesso à Universidade e ao conhecimento nela produzido e/ou sistematizado; de disseminação do conhecimento; de garantia de transparência da gestão universitária; de canal entre as demandas da sociedade e a instituição universitária, dentre outros. (PEZZO, 2014).

É importante ressaltar que, tanto para Rodrigo Francisco, quanto para Mariana Pezzo, a comunicação na instituição pública federal tem um papel importante visto que enquanto comunicação organizacional e institucional é estratégica para propiciar interação entre as universidades e seus diferentes públicos. Além de ser um diferencial, pois a comunicação pode ajudar a relação entre as IFES e a sociedade colaborando com a existência de fluxos informacionais que gerem e transmitam conhecimento dos projetos de ensino, extensão e pesquisa resultando em desenvolvimento científico. Tudo isso somado aos diversos papéis que a comunicação pode desempenhar, ocasionando desse modo a divulgação de uma imagem institucional positiva no intuito de democratizar o acesso das pessoas as universidades e ao conhecimento.

Sobre a perspectiva da universidade por meio da comunicação pública, Rodrigo Francisco explica que considera muito interessante a definição de comunicação pública, pois possibilita uma crítica visão das interações comunicacionais que acontecem nas universidades. Ainda segundo ele, o conceito tem diretrizes e princípios de “[...] responsabilidade social, transparência e cidadania que se aplicam inclusive na iniciativa privada.” (FRANCISCO, 2014). Nesse contexto, para Rodrigo Francisco as universidades públicas e privadas podem pensar sobre suas responsabilidades diante da produção do conhecimento, visto que “[...] em situações ideais, deve transbordar o contexto dos pares (os próprios cientistas) e transmutar-se em processos de difusão, educação e pesquisa aplicada, ou seja, aquela que gera novos e inovadores produtos e processos.” (FRANCISCO, 2014).

Para Mariana Pezzo, na UFSCar a comunicação pública está sendo compreendida como uma definição que envolve a produção de conhecimento a partir da prática empreendida:

Assim, já a vários anos temos desenvolvido, além das tarefas próprias a uma assessoria de comunicação, programas e projetos de extensão que visam justamente contribuir para o aprimoramento e fortalecimento da área da comunicação pública e o compartilhamento da experiência adquirida e do conhecimento produzido nesse processo. (PEZZO, 2014).

Tanto na visão de Mariana Pezzo, quanto no entendimento de Rodrigo Francisco, é possível perceber os conceitos e definições de comunicação pública inseridos na seção 2 desde trabalho, onde é possível encontrar esclarecimentos sobre a responsabilidade social, a transparência na condução da gestão, a formação de cidadãos e a produção de conhecimento, fatores essenciais para a existência da comunicação pública dentro das universidades.

Rodrigo Francisco, um dos criadores do SACI, explicou esse *software* da seguinte maneira:

O Sistema de Apoio à Comunicação Integrada (SACI) é um software livre voltado para gestão de processos e produtos midiáticos. Ele foi criado visando facilitar o trabalho de equipes profissionais da área da comunicação (jornalistas, publicitários, relações públicas, produtores audiovisuais) na organização de seus fluxos de trabalho. Além disso, o sistema permite a automação de diversos processos técnicos, como geração de boletins, publicação em mídias sociais e CMSs, de forma que o profissional tem seu tempo liberado para o trabalho intelectual. (FRANCISCO, 2014).

Para Mariana Pezzo (2014): “O SACI é um sistema informatizado através do qual é feita toda a gestão de fluxos de trabalho presentes em assessorias de comunicação.”. Nesse sentido Mariana Pezzo também explica que o *software* tem duas “portas de entrada” que são: “[...] solicitações de divulgação feitas por quaisquer pessoas interessadas (das comunidades interna ou externa à Universidade) ou pautas inseridas pelos próprios profissionais de Comunicação que atuam nessas assessorias.” (PEZZO, 2014). Por meio dessas duas portas é realizada, através do sistema, a definição do envio das mensagens para meios e veículos em datas diferentes, as tarefas são distribuídas entre os profissionais e também acontecem a edição, a revisão e o encaminhamento das matérias aos seus destinos (PEZZO, 2014).

A jornalista Mariana Pezzo complementa a sua opinião sobre o que é o SACI informando que:

Além disso, o sistema é também um banco de dados (gerado automaticamente) de todas essas produções – que envolvem também imagens –, de contatos (profissionais e veículos midiáticos, públicos alvo das informações); e de clippings de imprensa. Funciona, além disso, como interface entre usuários e profissionais (já que, através do sistema, todo o fluxo de uma solicitação pode ser acompanhada pelo solicitante). Por fim, o sistema permite a construção de indicadores sobre a atuação das assessorias, ao emitir relatórios a partir do tratamento dos diversos tipos de informação armazenados no sistema. (PEZZO, 2014).

Diante dessas informações é possível perceber que o SACI é uma ferramenta tecnológica que permite o gerenciamento de informações e produtos de comunicação produzidos em uma universidade, facilitando o trabalho dos profissionais da área que atuam nas instituições e melhorando o contato entre a organização e seus públicos (alunos,

professores, comunidade e veículos). Por isso é recomendável que as universidades federais estudem a implantação desse sistema no intuito de otimizar seus processos comunicacionais.

Atualmente, segundo Rodrigo Francisco, o sistema SACI é utilizado em quatro divisões da UFSCar, cujos produtos são configurados dentro de unidades independentes no *software*. Essas quatro divisões são: a AECR - Assessoria Especial de Comunicação da Reitoria, a CCS - Coordenadoria de Comunicação Social, a FAI.UFSCar - Fundação de Apoio Institucional ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico, e a Rádio UFSCar (FRANCISCO, 2014).

Conforme explica Rodrigo Francisco, o SACI foi configurado para que os profissionais internos utilizem senhas para organizarem seus trabalhos de produção midiática ou de notícias. O sistema também disponibiliza alguns serviços, por exemplo: “[...] no site da CCS e na Rádio UFSCar, nos quais usuários externos podem cadastrar-se em *mailing*, registrar demandas de informações e por divulgação e acessar banco de imagens e clippings.” (FRANCISCO, 2014).

Outra possibilidade do sistema, citada por Rodrigo Francisco, é que são possíveis interações através da visualização de matérias do Portal UFSCar, no *Twitter* da instituição e nos sites dos campi Araras e Sorocaba, além disso, todos são configurados para que automaticamente sejam atualizados pelo SACI. “Esta conjuntura de configuração permite que os profissionais de comunicação tenham um único sistema, onde por um lado centralizam o ambiente de gestão e por outro, descentralizam as possibilidades de utilização de sistemas.” (FRANCISCO, 2014).

Mariana Pezzo, corrobora a informação repassada por Rodrigo Francisco informando que o SACI atualmente está implantado na UFSCar em diferentes unidades e seu uso é variado em cada uma delas. Mariana Pezzo acrescentou às unidades mencionadas por Rodrigo Francisco, o LABi - Laboratório Aberto de Interatividade para a Disseminação do Conhecimento Científico e Tecnológico.

Conforme relata Mariana Pezzo na AECR - Assessoria Especial de Comunicação da Reitoria e no LABi - Laboratório Aberto de Interatividade para a Disseminação do Conhecimento Científico e Tecnológico, “[...] que desempenham tarefas diferentes daquelas que são típicas de uma assessoria de comunicação, a utilização é menos intensa, e o sistema acaba tendo mais um papel de envio das informações do que de gestão propriamente dita.” (PEZZO, 2014).

Já na CCS - Coordenadoria de Comunicação Social, o volume processado de informação diariamente é imenso e a equipe de profissionais é maior, por isso praticamente

todos os processos de trabalhos são gerenciamentos através da utilização do SACI (PEZZO, 2014).

Esses são apenas alguns exemplos de como o SACI é utilizado atualmente na UFSCar, pois o sistema possibilita inúmeras funcionalidades que permitem o gerenciamento das informações, tais como: registro de atendimento à imprensa e *clipping*, envio de *releases* e *newsletter*, integração entre diferentes veículos, registro de fotos, gestão da produção gráfica, dentre outros.

No entendimento de Rodrigo Francisco, em relação ao gerenciamento da universidade com o SACI:

O principal benefício está relacionado à transparência na gestão das informações encaminhadas para divulgação para as unidades que produzem conteúdos midiáticos, no caso da UFSCar a CCS, a Rádio UFSCar, a FAI.UFSCar, a Assessoria Especial de Comunicação da Reitoria e a SEaD. (FRANCISCO, 2014).

Rodrigo Francisco ainda complementa afirmando que o SACI possibilitou a colaboração e a troca de informações entre as unidades supramencionadas para atender as necessidades dos públicos com os quais se relacionam.

De acordo com a Mariana Pezzo, os benefícios e as transformações do SACI são imensos, pois antes do sistema, recebiam solicitações de divulgação através de e-mail e também pessoalmente, o registro era feito manualmente, não havia o acompanhamento do processamento das informações e o envio de mensagens não era automático. Consequentemente, havia uma grande chance de perder informação, a transparência era bem menor, visto que o solicitante sabia do resultado de sua solicitação somente se a visse publicada, os servidores de comunicação despendiam muito tempo realizando tarefas que atualmente o sistema desempenha automaticamente, o que possibilitou o aproveitamento das capacidades e habilidades dos profissionais.

Para Mariana Pezzo não houve malefícios no gerenciamento de informação da universidade com a implantação do SACI. Nesse sentido, complementa relatando que:

Alguém poderia afirmar que houve alguma perda de flexibilidade, mas eu atribuo a impossibilidade – quando presente – de considerar especificidades de uma determinada situação mais aos profissionais que utilizam (ou venham a utilizar) o SACI do que ao sistema em si. Também já houve queixas, em momentos passados, de que os profissionais se sentiam “vigiados” pelo sistema, já que os resultados de sua prática profissional

podem ser acompanhados em tempo real pelos gestores; eu, no entanto, vejo essa possibilidade de acompanhamento como um grande ganho, e não como um problema. Mais uma vez, creio que o que é feito dessa possibilidade de acompanhamento depende muito mais do gestor do que da ferramenta de gestão. (PEZZO, 2014).

Em relação a como os profissionais de comunicação da UFSCar trabalhavam antes do SACI, Rodrigo Francisco informou que antes do sistema, os servidores usavam um conjunto de vários *softwares* e estratégias para realizar troca de arquivos entre eles com o intuito de editar e revisar os textos, enviar para a imprensa os *releases*, registrar as demandas e o contato com a imprensa, diagramação, dentre outros. Além disso, não existiam *backup*, requisitos de segurança e tudo que era produzido ficava nas máquinas dos próprios profissionais. Desse modo, havia o risco de perderem dados caso acontecesse alguma falha nos computadores. Cada profissional guardava e organizava os trabalhos que produzia de maneira personalista, a partir de critérios particulares, e em geral não existiam protocolos de trabalhos comuns, conforme esclareceu Rodrigo Francisco (2014).

Sobre como os profissionais de comunicação da UFSCar trabalham depois do SACI Rodrigo Francisco (2014) explicou que:

O SACI permitiu organizar workflow, papéis, responsabilidades e segurança em relação ao trabalho da equipe, que passou a ter um local para organizar seus conteúdos e seus fluxos de produção. De uma forma geral, ao passo que o SACI promoveu essa organização, também permitiu liberar o tempo do jornalista para o trabalho intelectual, uma vez que ele deixou de gastar seu tempo com tarefas que puderam ser automatizadas.

Complementando, de acordo com Mariana Pezzo (2014): “Com o SACI, uma grande parte do tempo de trabalho de cada profissional é empregado em tarefas no SACI – redação, revisão, edição.” Mas, segundo a jornalista, ainda existem atividades relacionadas à assessoria de comunicação que não são realizadas com o *software*, por exemplo: conversa com as fontes, reuniões, pesquisas de conteúdo, dentre outras.

Quando questionado acerca de como os profissionais da UFSCar, alteraram a maneira de trabalhar a comunicação em decorrência das inovações na tecnologia de informação proporcionada pelo SACI, Rodrigo Francisco (2014) respondeu que a equipe ganhou algumas características de planejamento de comunicação conquistando atitudes de comunicação colaborativa e integrada. Nesse cenário a organização das informações possibilitou que vários processos jornalísticos como edição, pauta, redação e revisão pudessem ser melhor

controlados no que se refere à orientação das pautas, cumprimento de prazos, e na transparência da relação entre a universidade e as solicitações de divulgações recebidas da comunidade.

Mariana Pezzo informou que grande parte dos servidores da UFSCar começou a trabalhar na instituição após a implantação do sistema, e que para ela e o Rodrigo Francisco, o SACI refletiu o que já era pretendido na maneira de se trabalhar a comunicação. Nesse sentido:

Talvez a maior transformação diga respeito aos usuários do sistema em geral – ou seja, não aos profissionais da área de Comunicação –, uma vez que, com o Sistema, este público pode acompanhar mais de perto os processos que vão desde uma solicitação de divulgação até a publicação das informações e, com isso, compreender melhor esses processos e utilizar as ferramentas, processos e produtos de comunicação mais adequadamente.

Diante das repostas dos dois entrevistados é possível perceber e confirmar que ocorreram transformações positivas no trabalho dos profissionais da comunicação da UFSCar e também na ligação entre a instituição e a comunidade.

Em relação a como o SACI possibilita a integração da UFSCar com redes sociais, Rodrigo Francisco esclarece que o SACI provê informação para outros sistemas, mídias sociais e CMS - *Content Management System*, através de uma prévia configuração que o conecta com esses outros sistemas, por isso tudo que é produzido no SACI é distribuído simultaneamente para plataformas distintas.

Complementando esse assunto, Mariana Pezzo explica que, como o SACI dissemina informação automaticamente para outros sites, como por exemplo: o Portal UFSCar e *Twitter*, os profissionais não têm mais as responsabilidades de formatação e publicação, assim podem aproveitar melhor seu tempo em outras atividades exercendo suas melhores e maiores habilidades de modo pleno.

Diante disso, é possível notar a facilidade que o SACI propicia à UFSCar através da distribuição automática de informações para diferentes plataformas e sistemas, tornando a universidade e seus projetos mais amplamente divulgados, o que é essencial para a comunicação organizacional e institucional, além de permitir o aproveitamento do tempo dos profissionais de comunicação.

Em relação às alterações que aconteceram em relação à divulgação da ciência na UFSCar, em decorrência da utilização do SACI Rodrigo Francisco informou que a

universidade antes do SACI trabalhava na publicação da Univerciência, uma revista impressa direcionada à divulgação científica. Esse projeto posteriormente inspirou o LABi que começou a editar a ClickCiência, uma revista eletrônica gerenciada pelo SACI que visa a divulgação científica. A produção da assessoria (releases, pautas para a imprensa e sugestões) começou a ser gerenciada no SACI, o que resultou na melhora da gestão dos *mailings* dando maior visibilidade ao material gerado. Segundo ele:

Para além disso, uma iniciativa importante no âmbito do SACI tem sido os estudos realizados visando utilizar o SACI na criação de uma agência de notícias de Ciência e Tecnologia. Já há vários trabalhos acadêmicos produzidos nesse sentido. A referência abaixo possui um relato sobre este contexto, que envolve dois trabalhos de especialização e um de desenvolvimento tecnológico: BOTELHO-FRANCISCO, Rodrigo. Por uma comunicação pública da Ciência e Tecnologia: bases propositivas para uma agência de notícias das Instituições Federais de Ensino Superior. In: XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2014, Foz do Iguaçu. Anais do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. São Paulo: Intercom, 2014.

Mariana Pezzo (2014) vê como alteração na divulgação da ciência na UFSCar “[...] o aumento na capacidade de produção de matérias.”, e como um potencial ainda não explorado e uma possibilidade vislumbrada pelos profissionais que trabalham com o SACI é o desenvolvimento “de redes de comunicação científica, por exemplo, entre as assessorias de comunicação das universidades federais brasileiras.” (PEZZO, 2014).

A questão número 11, do questionário enviado à Mariana Pezzo e Rodrigo Francisco, buscava saber se a comunicação através do SACI melhorou o relacionamento da UFSCar com os veículos de comunicação, estudantes, os servidores da instituição e empresas parceiras. No entendimento de Mariana Pezzo (2014): “Sem dúvidas houve imensas melhorias, pela transparência, possibilidade de acompanhamento, aumento da capacidade de produção, possibilidade de elaboração de indicadores de desempenho e de eficácia etc.”.

Sobre esse assunto Rodrigo Francisco (2014) informou que aconteceu uma melhora muito grande em relação à transparência: “No caso da comunidade interna, cada estudante ou servidor docente ou técnico-administrativo que encaminha alguma demanda por divulgação pelo SACI consegue acompanhar todo o seu processo de produção e veiculação.” (FRANCISCO, 2014). Segundo o entrevistado, também houve benefícios através da capacidade do sistema de enviar informações automaticamente contendo os resultados das atividades e trabalhos dos profissionais da equipe de comunicação. “Em relação à Imprensa,

também foi promovido um grande processo de transparência e unicidade de discursos, uma vez que informações repassadas para estes profissionais ficam registradas no SACI ao mesmo tempo que enviadas para eles por e-mail.” (FRANCISCO, 2014). Em relação ao público em geral, para Rodrigo Francisco, ganhou-se agilidade no processo de produção e distribuição de informações, notícias e diferentes conteúdos gerados no SACI. Ou seja, o SACI trouxe diferentes benefícios para a relação da UFSCar com todos os seus públicos, ajudando na imagem institucional, na divulgação dos projetos, e no gerenciamento do fluxo de informação e produtos produzidos na universidade.

Rodrigo Francisco acredita que o SACI tem papel importante na comunicação institucional da UFSCar, tendo em vista que divulga informações sobre a universidade para seus públicos internos e externos, inclusive:

Ao organizar fluxos informacionais institucionais e ampliar a disseminação desse tipo de conteúdo para diferentes públicos e por meio de diferentes produtos, o Sistema colabora para atender as expectativas e necessidades informacionais de cada público. (FRANCISCO, 2014).

Mariana Pezzo concorda com a visão de Rodrigo Francisco, pois acredita, sem sombra de dúvidas, que o SACI tem papel importante para a comunicação institucional da UFSCar, “Sinceramente, hoje em dia não consigo nem imaginar como seria a nossa atuação, o nosso cotidiano, sem o SACI.” (PEZZO, 2014).

No que se refere à comunicação pública na UFSCar, de acordo com Rodrigo Francisco o SACI auxilia na sistematização e organização do gerenciamento de produtos midiáticos, e é responsabilidade das unidades utilizar o *software* na produção de pautas, outros conteúdos e projetos que contemplem o interesse público, atendendo aos princípios de transparência e cidadania, por exemplo.

Na visão da Mariana Pezzo (2014) “Assim como para o caso da divulgação científica, não há uma especificidade no que diz respeito à divulgação de informações de interesse público.” Além disso, a jornalista acredita que toda e qualquer informação transmitida por uma universidade federal é de interesse público.

Talvez possa registrar aqui um ponto que não destaquei anteriormente, que é o fato de, no SACI, para rejeitarmos uma solicitação de divulgação, precisarmos enviar ao solicitante uma justificativa da rejeição. Do meu ponto de vista, isto é um ponto importante no aprimoramento da comunicação pública, já que somos confrontados com a necessidade de justificar nossas ações e, especificamente, o motivo pelo qual, em um determinado momento,

julgamos que não é necessário, importante e/ou apropriado divulgar uma determinada informação. (PEZZO, 2014).

Diante das respostas das questões que abordaram o relacionamento entre a UFSCar e seus diversos públicos, a comunicação pública e institucional na universidade, é possível perceber que o SACI trouxe à universidade e aos seus profissionais de comunicação grande melhoria nos processos comunicacionais, ganhando mais agilidade e transparência.

As questões 14, 15, 16, 17, 18 e 19 do questionário enviado ao Rodrigo Francisco não foram enviadas para Mariana Pezzo por se tratarem de características e informações específicas do *software*. Sendo assim, conforme já explanado, a questão 14 do questionário da Mariana Pezzo corresponde à questão 20 do formulário de pesquisa enviado ao Rodrigo Francisco, ou seja, os questionários são finalizados com a mesma pergunta, como é possível averiguar nos apêndices 2 e 3 deste trabalho.

A 14ª questão do questionário enviado ao Rodrigo Francisco diz respeito a porque e quando a definição da sigla SACI foi alterada, passando de SACI - Sistema de Apoio ao Controle de Informação para SACI - Sistema de Apoio à Comunicação Integrada. Quais mudanças aconteceram no sistema em decorrência dessa alteração? Rodrigo Francisco esclareceu que a primeira versão do sistema foi resultado do TCC desenvolvido no curso na Pós-Graduação Lato-Sensu em Computação. Naquele início, a equipe do trabalho criou a primeira terminologia, que foi alterada posteriormente quando a utilização do SACI, inserido no contexto real, necessitava de conceitos de comunicação colaborativa e integrada, e não de definições de controle, ou seja, “[...] a proposta do sistema foi evoluindo ao longo do tempo não para uma plataforma burocrática de cadastros, mas para um ambiente dinâmico e sintonizado com demandas contemporâneas da comunicação.” (FRANCISCO, 2014).

No que se refere à geração automática de vários relatórios através do SACI, Rodrigo Francisco explicou que:

Por trás do funcionamento do SACI há um banco de dados implementado em MySQL de forma que é possível organizar as informações de forma a gerar estatísticas de uso do Sistema. Elas normalmente estão voltadas para os tipos de tarefa que o SACI dá suporte, como solicitações de divulgação, pautas, matérias, clippings, coberturas fotográficas, fotografias e produtos gráficos. Todos eles são quantificáveis em relação a parâmetros como período e outras tipificações próprias de cada tipo de tarefa. Os relatórios, no entanto, são visíveis apenas internamente, exceto alguns poucos dados que são exibidos num placar na tela inicial do Sistema, em cada instalação.

Quando questionado sobre a razão das dependências não serem abrangidas pela a licença do *software*, como consta no site do SACI, Rodrigo Francisco (2014) explicou que: “O SACI é regido pela licença GNU GPL 3 e sua utilização é orientada por essa lógica de *software* livre. As dependências, por sua vez, estão relacionadas a tecnologias, ferramentas e outras implementações que convergem para este ambiente de desenvolvimento open-source.”

Ainda segundo Rodrigo Francisco, como o SACI é um *software* livre e encontra-se disponível para a utilização, a UFSCar não possui um controle rigoroso a cerca das organizações que o baixaram e instalaram.

No entanto, é possível estimar que ele está em uso em aproximadamente 10 universidades federais, na Fundação Araucária, na Secretaria de Comunicação da Presidência da República e em 30 superintendências regionais e na sede do Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária – INCRA. (FRANCISCO, 2014)

Como exemplo Rodrigo Francisco (2014) ainda informa que é possível visualizar o SACI funcionando nos seguintes endereços: “[...] www.saci.ufscar.br, www.saci3.ufpr.br, www.saci2.ufop.br e <http://sacihomolog.incra.gov.br>.”

Sobre como é feita a instalação do SACI nas universidades, Rodrigo Francisco (2014) informou que: “O SACI possui um site onde está disponível o seu código-fonte para que seja baixado e instalado por qualquer pessoa que tenha conhecimentos básicos de manutenção de servidores e sistemas voltados para web.” Além disso, segundo Francisco (2014), as universidades, ou qualquer organização, podem ser beneficiadas pela disponibilidade das informações necessárias para a instalação do sistema. O site do SACI possui, inclusive, um manual contendo explicações sobre a instalação e outros dados sobre o projeto.

Quando questionado se cada instituição pública de ensino superior pode adaptar o SACI de acordo com suas necessidades de uso, Rodrigo Francisco (2014) explicou que qualquer organização, pública ou privada pode ser beneficiada por se tratar de um *software* livre e assim também é possível auxiliar e contribuir com o aprimoramento do sistema.

Neste caso será importante que a instituição que fez as mudanças no sistema mantenha um contato próximo com a equipe de desenvolvimento da UFSCar para que aquilo que for desenvolvido seja incorporado ao código-fonte master do sistema, de forma que possa ser compartilhado com todos os usuários que possuem uma versão do sistema. É um modelo de negócios diferenciado e que depende da interação dos colaboradores. (FRANCISCO, 2014).

A última pergunta da entrevista enviada ao Rodrigo Francisco e à Mariana Pezzo, foi sobre o entendimento do papel do SACI enquanto ferramenta da tecnologia da informação e de acesso ao conhecimento para os usuários do sistema e a sociedade em geral. Rodrigo Francisco (2014) respondeu que: “O SACI cumpre um papel social importante ao passo que se tornou uma solução em software livre disponível para a comunidade em geral em relação ao domínio da gestão da comunicação. Os profissionais que atuam no desenvolvimento do SACI não conhecem outro *software* similar que atenda às necessidades do gerenciamento de comunicação dentro de um ambiente integrado e colaborativo, propiciando variadas funcionalidades em um mesmo sistema interligado com outras plataformas de transmissão de conteúdo. Do ponto de vista social, o SACI também contribui ao colocar para a sociedade, de forma gratuita e com qualidade, um conhecimento gerado e aprimorado por uma instituição pública.” (FRANCISCO, 2014).

Já Mariana Pezzo (2014) respondeu que: “O SACI é uma ferramenta de suma importância, que trouxe muitos ganhos tanto para os profissionais de comunicação envolvidos, quanto para a comunidade universitária e para a sociedade que tem acesso às informações divulgadas pela Universidade. Porém, enquanto ferramenta é necessário destacar, que a maneira do sistema ser utilizado depende das pessoas que o usam.” (PEZZO, 2014).

Ou seja, para mim, é muito claro que a “cara” da comunicação institucional, da comunicação pública, da comunicação da Ciência que são praticadas na UFSCar (e em quaisquer outras instituições que utilizem o SACI) é definida pelos gestores e profissionais da área, e não pela ferramenta utilizada para tanto. (PEZZO, 2014).

Diante das repostas, foi possível compreender ainda mais os benefícios que o gerenciamento de comunicação na UFSCar obteve após a instalação do SACI. Benefícios esses que deveriam ser aproveitados por outras IES, como a UFU, pois é um *software* livre que somente trará transparência e agilidade aos processos comunicacionais da instituição.

É possível concluir que o SACI poderia alterar de maneira positiva o gerenciamento da informação na UFU, como aconteceu na UFSCar. Para tanto é necessário a realização de um diagnóstico sobre a atual situação da comunicação na instituição, pesquisa que já está sendo realizada com o levantamento de dados por outra mestrandia junto ao Curso de Mestrado Profissional Interdisciplinar em Tecnologias, Comunicação e Educação.

É necessário o planejamento de todas as atividades que deveriam acontecer para a implantação e utilização correta do *software* na UFU. Para tanto é imprescindível a

participação do reitor e dos gestores dos setores que atuam com comunicação na instituição. Nesse momento é vital que todos os envolvidos conheçam e realmente façam adesão a esse projeto. Para isso a presente dissertação proporciona conhecimento para que todos possam compreender o funcionamento desse sistema. É importante também ressaltar, junto aos servidores da universidade, o motivo e a importância de se adotar o SACI como ferramenta de gerenciamento de informação devido aos vários benefícios que serão agregados à organização com a implantação desse sistema.

Sugere-se que seriam necessárias, antes da implantação, algumas visitas técnicas dos servidores da UFU na UFSCar, com o intuito de assistir pessoalmente à utilização do sistema. Após as visitas e reuniões seria preciso descobrir os procedimentos necessários e então preparar a infraestrutura tecnológica necessária para o funcionamento do SACI.

Após a instalação e antes de iniciar definitivamente o uso do SACI, deve-se realizar o treinamento dos servidores que trabalharão diretamente com o *software*, para que possam adquirir os conhecimentos necessários à execução de suas atividades diárias. Seria preciso ainda, informar toda a comunidade acadêmica acerca das mudanças que aconteceriam na comunicação da universidade, assim, o processo de inicialização do sistema aconteceria de modo natural e sem problemas significativos.

Vale ressaltar que a modernização do gerenciamento da informação na UFU acarretaria em alterações nos procedimentos e hábitos administrativos, que deveriam ser acompanhados e alinhados pelos gestores dos setores de comunicação.

Conclui-se que o SACI traz vários pontos positivos para o gerenciamento de comunicação nas instituições de ensino superior. Desse modo sugere-se a implantação do sistema na Universidade Federal de Uberlândia – UFU.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A comunicação é essencial na vida dos indivíduos em todas as suas etapas, na infância, adolescência, na vida adulta e durante o seu envelhecimento. Além disso, tem um papel fundamental em todos os setores: na escola, nos relacionamentos pessoais, no trabalho e nas atividades durante a aposentadoria. Por isso é imprescindível estudar, analisar e tentar compreender como acontece a comunicação no intuito de aproveitar seus benefícios, visto que ela é vital para a sobrevivência das pessoas e instituições.

Vários estudiosos e pesquisadores definiram o que é comunicação, porém com o passar do tempo, os conceitos, e até mesmo a própria comunicação, mudaram devido à inserção de ferramentas tecnológicas no cotidiano das pessoas.

A inserção contínua de ferramentas tecnológicas no dia-a-dia dos indivíduos ocasionou mudanças no modo de comunicar entre as pessoas, órgãos governamentais e a população, empresas/instituições e seus públicos, etc. Também aconteceram grandes mudanças nos hábitos da sociedade, foram alterados costumes culturais, questões econômicas, relações de trabalho, sistemas de ensino, comportamentos, atividades de lazer e até mesmo a maneira de se relacionar na vida familiar e pessoal. Nesse novo ambiente as novas tecnologias se transformaram no cerne do sistema de comunicação, tornando-se indispensáveis em nossas vidas.

Essas mudanças criaram nos profissionais de comunicação a necessidade de adequação a um novo cenário, que se mostra dinâmico e com uma velocidade na transmissão de informações jamais vista anteriormente.

Como a tecnologia dinamizou o contato entre as pessoas e instituições, aconteceram também alterações na maneira de se relacionar dos alunos, professores, pesquisadores, comunidade em geral, entidades de fomento e empresas, com as IES mudando substancialmente o processo de gerenciamento de comunicação nas universidades.

Nesse contexto encontra-se o SACI, um sistema e/ou *software* gerado a partir de novas tecnologias, que auxilia a Coordenadoria de Comunicação Social (CCS) da UFSCar no gerenciamento de comunicação da universidade, na medida em que possibilita a captação de informação, a elaboração e distribuição de notícias, organização dos dados, utilização das mensagens de acordo com a necessidade da instituição, além de permitir o arquivo e a recuperação das informações quando necessário.

Isso foi possível porque, apesar das dificuldades organizacionais e burocráticas, as IES estão se modificando na tentativa de acompanhar as mudanças que estão sendo impostas pelas novas tecnologias da comunicação.

Por isso, diante desse cenário envolvendo informação e tecnologia, o objeto de pesquisa desse trabalho foi o SACI, um *software* de gerenciamento de comunicação que, quando instalado em um computador, possibilita, dentre outras coisas, a emissão, recepção e transmissão de mensagens.

A gestão da comunicação é essencial para a sobrevivência e o bom andamento das instituições e organizações inseridas em um cenário competitivo e conectadas em rede. Em uma IES existem diferentes e variados tipos de comunicação, todos com muita importância e os gestores das instituições precisam estar atentos às especificidades de cada um para conseguir aproveitar as possibilidades que a comunicação oferece às universidades.

A comunicação pública, por exemplo, está presente em várias das IES do Brasil, porém os pesquisadores ainda não chegaram a um conceito único para ela. O que eles têm entendimento em comum é a presença do interesse público nas mensagens. Nesse sentido, é possível considerar que a comunicação pública é diretamente relacionada à divulgação de mensagens importantes que abordem temas essenciais para a sociedade (trabalho, governo, saúde e educação), que tenham relevância social, sejam de interesse coletivo e estimulem a cidadania, independente se a entidade emissora da informação for pública ou privada.

A comunicação pública que existe nas universidades é imprescindível, pois possibilita a transmissão de conhecimento aos estudantes e à sociedade em geral, contribuindo, conseqüentemente, com o diálogo, debates e a formação de cidadãos. Desse modo a comunicação pública é entendida como uma ponte que auxilia a construção e o exercício da cidadania, podendo ser auxiliada pelo SACI que permite o gerenciamento e envio de mensagens e informações a diferentes veículos e pessoas.

Além da comunicação pública nas IES, existe também a comunicação organizacional, cuja realidade enfrenta muitos obstáculos tais como: a insatisfação dos públicos, falta de estruturação da comunicação interna entre a organização e seus funcionários, ausência de planejamento na comunicação externa, burocracia, etc. Para mudar esse cenário é essencial que todos da instituição compreendam a relevância da comunicação e entendam como processos comunicacionais bem desenvolvidos e estruturados podem auxiliar na conquista das estratégias e objetivos organizacionais.

Para conquistar os objetivos das instituições, a comunicação organizacional precisa ser entendida como sendo de vital importância para o desenvolvimento do planejamento de

comunicação. Contudo, para realizar esse planejamento é preciso estar atento à cultura da organização que é específica e característica de cada instituição.

Atentando-se a esse detalhe, a comunicação organizacional auxiliará na construção de uma imagem positiva da universidade, instigando o estudante a escolhê-la para fazer seu curso de graduação, pós ou extensão. Isso porque algumas instituições públicas já entenderam que é preciso criar e manter um relacionamento forte e proveitoso com seus diversos públicos (alunos, professores, empresas parceiras, entidades de fomento e a comunidade externa).

O SACI, nesse ponto, auxilia as IES no desenvolvimento de um relacionamento positivo com seu público, pois permite que as informações da instituição sejam enviadas para os públicos internos e externos mediante o cadastro deles no sistema. Na UFSCar, por exemplo, por meio do SACI é feito diariamente o envio de um *newsletter* respeitando as particularidades de segmentação do público (alunos de graduação, pós, professores, servidores técnicos administrativos), ou seja, o sistema automaticamente monta o boletim com as informações de interesse de cada receptor da mensagem com base no seu perfil.

Outra comunicação que existe em toda instituição de ensino é a institucional, presente mesmo se os gestores da organização não aproveitarem seus benefícios. A comunicação institucional, assim como a organizacional, objetiva a criação e a manutenção de uma boa imagem para a universidade. Aqui o SACI também é fundamental, pois permite o envio de matérias e informações aos jornalistas e veículos de comunicação contribuindo com a divulgação da imagem da universidade, de seus projetos e pesquisas desenvolvidas.

O gerenciamento da comunicação institucional, nessa era da informação, implica atentar-se para a maior proximidade do público com as informações sobre as instituições em decorrência das novas ferramentas da tecnologia, visto que as pessoas possuem cada vez mais acesso aos dados e notícias.

Atualmente é preciso adotar uma visão integradora para que as mensagens transmitidas pela instituição passem “uma linguagem similar”, ou seja, que tenha um discurso único. Para isso, é imprescindível trabalhar com uma comunicação integrada, na qual estarão unidas as diferentes características e benefícios de todos os tipos de comunicação existentes em uma instituição.

Nessa perspectiva, é fundamental a utilização das novas tecnologias, pois elas proporcionam uma nova maneira da instituição se relacionar com seus públicos. A tecnologia auxilia na transmissão de mensagens consistentes, coerentes e objetivas, independente do tipo de comunicação utilizada.

A comunicação integrada, inserida nessa realidade de constantes e rápidas mudanças, adquiriu muita importância para as organizações, tornando-se uma vantagem estratégica que pode impulsionar positivamente o desempenho e o desenvolvimento de uma instituição. Principalmente, porque as necessidades e demandas das organizações atualmente não podem e nem conseguem mais serem atendidas e solucionadas por áreas de comunicação isoladas.

Em uma instituição a comunicação integrada sugere junção, harmonia e sinergia entre os tipos e ferramentas de comunicação. Desse modo o SACI é um grande aliado dos profissionais que trabalham com a comunicação integrada, pois, através das suas possibilidades e várias funcionalidades, permite a integração e o gerenciamento das informações oriundas das diferentes áreas e departamentos da universidade. Porém, para que realmente exista uma comunicação integrada é necessário que todas as áreas e setores da instituição trabalhem em conjunto, no intuito de construir uma linguagem coerente capaz de abranger as particularidades de todos os departamentos envolvidos.

As organizações estão adotando, cada vez mais, a comunicação integrada devido às inovações tecnológicas e as possibilidades surgidas através dos novos meios e ferramentas de comunicação, como por exemplo, o SACI. Esses novos meios aproximam as instituições dos seus públicos e possibilitam o alcance das metas e estratégias organizacionais através de um gerenciamento adequado e coeso da comunicação.

Toda essa tecnologia fez com que o acesso aos dados, ao conhecimento e às mensagens se tornasse mais simples, fácil e rápido. Assim a informática e a computação, com seus *hardwares*, *softwares*, sistemas e ferramentas, se mostram decisivos na transmissão e divulgação de informações e conhecimento.

Um desses *softwares* essenciais para a difusão de notícias, informações e conhecimentos produzidos nas universidades é o SACI, que possibilita o gerenciamento da comunicação, a divulgação de matérias com temas de relevância para a sociedade (tais como: pesquisas e estudos sobre saúde, economia, questões sociais, artes, etc.), além de possibilitar o envio de notícias para a comunidade acadêmica e veículos de comunicação cadastrados no sistema, podendo assim se tornar pauta.

O SACI possui inúmeras características e funcionalidades que permitem o tratamento de diferentes tipos de comunicação. Além disso, pode ser instalado e utilizado em qualquer IES como uma ferramenta que possibilita a comunicação integrada. Nesse intuito, poderá ajudar a instituição a gerenciar as informações e o fluxo de comunicação recebidos e gerados em todos os departamentos, alcançando desse modo os objetivos estratégicos organizacionais.

O SACI também possibilita interatividade entre a universidade e os usuários do sistema, pois esses podem intervir no conteúdo das notícias e nas informações divulgadas através do *software*, a partir de campos específicos, como por exemplo: solicitação de divulgação.

Como vimos, o SACI, objeto de estudo dessa pesquisa, é um *software* que possibilita a realização do gerenciamento de informações, veículos de comunicação (imprensa local, regional e nacional) e conteúdos (produção de matérias para *Internet*, rádio, boletins e revistas impressas) dentro de uma universidade, além disso, estabelece e mantém contato entre os jornalistas e profissionais da CCS com a comunidade acadêmica da UFSCar.

O SACI foi pensado, planejado e desenvolvido em um contexto onde instituições públicas e privadas estavam disponibilizando constantemente serviços e aplicações pela *Internet*, a partir da utilização da tecnologia e de seus inovadores equipamentos.

Desde a criação, o desenvolvimento e a implantação do SACI, o sistema já trazia as seguintes funcionalidades: a - permitia o cadastro de usuário no sistema; b - possibilitava o cadastro de categorias, sendo que interno designava os servidores e externo para os demais leitores; c - o usuário já poderia solicitar informações e sugerir pautas; d - admitia a inclusão de eventos e solicitações com anexos junto aos atributos do solicitante; e - controle de *status* de todas as solicitações (recebida, analisada, não aceita e encaminhada); f - acompanhamento e controle da produção jornalística; g - inserção e alteração de qualquer produto jornalístico, que pode ser visual, áudio ou audiovisual; h - inclusão e alteração de *clipping*; i - *deadline* para os produtores visualizarem os prazos para a criação dos produtos jornalísticos; j - definição do local de publicação de todo produto jornalístico; k - preenchimento de alguns atributos para a publicação dos produtos; l - cadastro de veículo de comunicação; m - controle de estoque das publicações, a partir do preenchimento do cadastro daquelas que forem impressas; n - inserção, alteração e remoção dos assinantes de veículos; o - capacidade de distribuir as notícias de acordo com a categoria anteriormente cadastrada por cada assinante; p - permitir consultas, buscas e pesquisas sobre notícias nos sites relacionados conforme configurações previamente estabelecidas; q - acompanhar do nível de satisfação dos leitores, a partir de notas que variam entre 0 e 10, e da quantidades de votos que cada publicação recebeu, além disso, o SACI registra quantos acessos cada produto teve o que permite a construção do *ranking* dos textos e produtos mais acessados; r - o sistema possibilita a geração de um jornal eletrônico com os produtos jornalísticos produzidos, considerando o índice de satisfação dos usuários.

Porém, após a utilização do sistema pela UFSCar, foi percebida a necessidade de melhorias, por isso o *software* foi aprimorado adquirindo mais funcionalidades e, conseqüentemente, propiciando novas possibilidades e facilidades para os servidores da CCS realizarem a gestão da informação na universidade. Entre essas novas funcionalidades estão: arquivos de fotos e *clipping*, acesso ao sistema via *Internet*, envio de *newsletter* e *releases*, a integração do SACI com veículos de comunicação, conexão com as redes sociais, gerenciamento da produção gráfica e registros dos atendimentos feitos à imprensa.

Somado a essas várias funcionalidades, o SACI ainda possibilita que sejam gerados vários relatórios e efetuadas diversas consultas. Em relação à confiabilidade do sistema, o SACI é capaz de recuperar informações em caso de falhas, de gerar cópias de segurança das informações dos arquivos e banco de dados, de criar diferentes permissões para acesso de diversos grupos de usuários, de registrar todas as operações efetuadas por cada usuário arquivando no histórico o código da operação e do usuário, a operação realizada, a data e hora em que a operação aconteceu. Além disso, as *interfaces* do sistema são práticas e agradáveis compostas por diferentes telas que permitem a interação com os usuários, e em relação à segurança do sistema, é realizado o *backup* diário dos arquivos que estão na base de dados do servidor. Esse processo pode ser acionado sem o prévio estabelecimento do administrador do *software*.

A utilidade do SACI para a CCS da UFSCar reside no gerenciamento de comunicação relacionado: às atividades que acontecem na universidade; à produção e divulgação de conhecimento; a tornar disponível música, filmes e fotos; a permitir o controle do recebimento de informações e sugestões de pauta; à administração das produções de textos, itens visuais, de áudio e audiovisuais; à difusão e arquivo de informações; e à interatividade com os leitores.

O SACI atende às demandas de gerenciamento de informações das instituições federais de ensino superior e de seus departamentos e assessorias de comunicação, TVs e rádios universitárias. Também auxilia na resolução de alguns problemas enfrentados pelas universidades, dentre os quais podemos citar: a falta de integração entre os projetos de comunicação (*Internet*, TV, rádio, *e-mail*, redes sociais, materiais impressos e acervos), falhas na gestão dos processos e pessoas, informações dispersas, ferramentas inadequadas para o gerenciamento das agendas e *e-mails*, pouca segurança para a troca de informações, complicado acesso do público à instituição, ausência de produtividade e quadro reduzido de servidores.

O SACI foi desenvolvido visando à automatização para evitar o acúmulo de várias funções por um mesmo servidor, e para trabalhar a comunicação de modo integrado com a utilização de redes colaborativas, proporcionando visão gerencial, controle das atividades de trabalho e gestão de conteúdo.

O trabalho demonstra como o SACI é acessado e utilizado pela UFSCar e seus públicos, através de figuras que mostram a atual aplicação do site na universidade. Como é possível perceber pelas imagens, o sistema consegue de modo simples e prático realizar as funcionalidades às quais se propõem e os leitores facilmente têm acesso às informações e conhecimentos divulgados além de poder contatar a instituição com comodidade.

A partir da página inicial da UFSCar, é possível acessar os departamentos de comunicação da UFSCar e as diversas funcionalidades do SACI através das seguintes telas: 1- da CCS – Coordenadoria de Comunicação Social por meio do *link* de acesso à página da ACS - Assessoria de Comunicação Social, que está na página inicial da UFSCar; 2 - mapa do site; 3 – acessibilidade; 4 – formulário de contato; 5 – *releases*; 6 – *mailing*; 7 – atendimento à imprensa; 8 – *clipping*; 9 - solicitação de divulgação; 10 – a CCS; 11 – equipe; 12 – política de comunicação; 13 – produtos; 14 – relatórios e publicações; 15 – SACI; 16 – banco de imagens; 17 – dados da UFSCar; 18 – logotipo UFSCar; e 19 – vídeo institucional. Algumas dessas páginas contêm *links* que levam o usuário a mais telas e funcionalidades.

O uso do SACI obteve muitos resultados positivos, tais como: o aumento considerável na quantidade de *clippings* registrados, de *releases* enviados e de *clippings* ligados aos *releases*, o número de atendimentos à imprensa subiu 24% no período entre 2007 e 2010, as pautas publicadas passaram de 885 em 2007 para 2924 em 2010 (crescimento de 230%), a UFSCar teve 1521 solicitações recebidas em 2010, um acréscimo de 95,75% quando comparado ao ano de 2007.

Através dos questionários enviados para o Rodrigo Francisco e Mariana Pezzo, percebe-se que a comunicação nas universidades possui uma função estratégica importante nos âmbitos organizacional e institucional, visto que possibilita interação entre a instituição e seus públicos, a transmissão de conhecimento, divulga uma imagem positiva da organização, e democratiza o acesso da sociedade as IFES e ao saber. A divulgação da ciência também foi beneficiada pelo uso do SACI, pois o sistema gerencia a revista eletrônica ClickCiência, criada e editada pelo LABi.

Em relação à comunicação pública na UFSCar, o SACI trouxe muitos benefícios como: mais transparência na condução e gestão das informações, apoio na formação de cidadãos, divulgação da produção de conhecimento, dentre outros. Além desses itens o

sistema proporcionou integração entre diferentes veículos e plataformas, gestão da produção gráfica, envio de *releases* e *newsletter*, registro de atendimento à imprensa, *clipping* e fotos, etc.

O SACI, conforme explicaram os entrevistados é um sistema, uma ferramenta tecnológica que propicia a gestão da informação, dos processos de trabalhos e dos produtos de comunicação que são produzidos dentro das universidades, além disso, facilita o trabalho dos profissionais de comunicação das instituições, pode ser instalado em diferentes unidades e departamentos dentro de uma mesma organização, alimenta com informação diferentes portais, sites e até mesmo redes sociais como o *Twitter*, e melhora o relacionamento da IFES com docentes, discentes, sociedade, entidades parceiras e veículos de comunicação.

Por ser um software livre, o SACI está disponível para a utilização em qualquer instituição sendo possível adaptá-lo para as necessidades da organização.

Diante de todo o exposto, é possível concluir que o SACI, devido às suas inúmeras funcionalidades, pode ser adaptado às necessidades comunicacionais de qualquer IES para auxiliar o gerenciamento de informações e o fluxo de trabalho das assessorias, melhorando desse modo as comunicações institucional, pública, organizacional e integrada da universidade, auxiliando então o cumprimento das metas e objetivos institucionais. Assim, é importante que todas as universidades estejam atentas às possibilidades que o SACI significa para uma instituição de ensino superior.

Conclui-se sugerindo que as possibilidades de uso do SACI em outras instituições de ensino superior são muitas e suas funcionalidades, importantes e positivas, possibilitando melhoria no gerenciamento de informação da universidade. Por isso, a exemplo da UFOP, da UFTM e de outras instituições, sugere-se que a Universidade Federal de Uberlândia implante o sistema para auxiliar a gestão da informação na organização.

REFERÊNCIAS

- AGUIAR, A. et al. A prática da Comunicação Integrada nas organizações. In: **Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom**, 4º. Disponível em: <<http://ricardocampos.files.wordpress.com/2007/06/a-pratica-da-comunicacao-integrada-nas-organizacoes.pdf>>. Acesso em: 24, abr., 2006.
- ALMEIDA, A. L. C. Identidade, imagem e reputação organizacional: conceitos e dimensões da práxis. In: KUNSCH, Margarida M. Krohling (Org.). **Comunicação Organizacional: Linguagem, gestão e perspectivas**. V. 2. São Paulo: Saraiva, 2009. 216 – 242 p.
- BELA, R. E. et al. **Sistema de apoio ao controle de informação – SACI**. 2005. Monografia - Universidade Federal de São Carlos. Curso de Pós-Graduação “Lato-Sensu” em Computação “Desenvolvimento de Software para Web”. 100 p. São Carlos, 2005.
- BORDENAVE, J. E. D.. **Além dos Meios e Mensagens**: introdução à comunicação como processo, tecnologia, sistema e ciência. 10ª ed. Petrópolis: Editora Vozes, 2002. 119 p.
- BORTOLI, J. **A importância da comunicação integrada para o sucesso da organização**. 2012. Disponível em: <<http://www.joeldebortoli.com/2012/02/importancia-da-comunicacao-integrada.html>>. Acesso em: 24 de abr., 2014.
- CRUZ, C. M. L. Comunicação organizacional e pressupostos da comunicação integrada: a experiência em uma universidade na implementação/reestruturação do jornal institucional. In.: **Revista Conexão - Comunicação e Cultura**. Vol. 6, Nº 11, 2007. Pág.: 193 – 206. Disponível em: <<http://www.ucs.br/etc/revistas/index.php/conexao/article/viewFile/199/190>>. Acesso em: 24 de abri., 2014.
- DUARTE, J. A. M. Os desafios da comunicação pública. In: PAULINO, F. (Org.). **Lusocomum**: transparência, governança, accountability e comunicação pública. 1ed. Brasília: Casa das Musas, 2009, v. 1, p. 51-59. Disponível em: <http://redeescoladegoverno.fdrh.rs.gov.br/upload/1367323906_Jorge%20Duarte.pdf>. Acesso em: 24 de abr., 2014.
- DUARTE, J. **Comunicação Pública**. JForni, Brasília, 2010. Disponível em: <<http://www.jforni.jor.br/forni/files/ComPúblicaJDuartevf.pdf>> Acesso em: 20 de abr., 2014.
- DUARTE, J.; MONTEIRO, G. Potencializando a comunicação nas organizações. In: KUNSCH, M. M. K. (Org.). **Comunicação Organizacional: Linguagem, gestão e perspectivas**. Volume 2. São Paulo: Saraiva, 2009. 332 – 359 p.
- ENDO, A. C. B. A gestão da comunicação integrada em instituições de ensino confessionais sem fins lucrativos. In: **Revista de Educação do Cogeime**. Ano 12, nº 23, 2003. Disponível em: <http://www.cogeime.org.br/revista/cap0923.pdf>. Acesso em: 24 de abr., 2014.
- FOSSÁ, M. I. T; KEGLER, B. Comunicação pública digital: reflexões teóricas para a análise de portais governamentais. In: **Cadernos de Comunicação (UFSM)**, v. 16, p. 01-15, 2012.
- FRANCISCO, R. E. B.. **Apresentação de slides**: Sobre o Saci. 2012. Trabalho apresentado na visita da UNILA a São Carlos. São Carlos, 2012.

FRANCISCO, R. E. B. **Respostas do Primeiro Questionário**. Mensagem recebida por adrianeavv@gmail.com em 12, abr., 2014.

FRANCISCO, R. E. B. **Respostas do Segundo Questionário**. Mensagem recebida por adrianeavv@gmail.com em 09, dez., 2014.

GHISLENI, T.S.; LIMA, G. M.; RIBEIRO, A. D. A importância da comunicação integrada nas empresas. In: **Disc. Scientia**. Série: Artes, Letras e Comunicação, S. Maria, v. 7, n. 1, p. 97-106, 2006. Disponível em: <http://sites.unifra.br/Portals/36/ALC/2006/Aimportancia.pdf>. Acesso em: 24,abr.,2014.

GODÓI, E.; RIBEIRO, A. A contribuição das ciências da linguagem para o estudo da comunicação organizacional. In: KUNSCH, M. M. K. (Org.). **Comunicação Organizacional: Linguagem, gestão e perspectivas**. Volume 2. São Paulo: Saraiva, 2009. 159 - 188 p.

LAKATOS, E. M. MARCONI, M. A. **Fundamentos de metodologia científica**. 5ª Edição. São Paulo: Atlas, 2003. 311 p.

MAINIERI O.T. ; RIBEIRO, E. M. A comunicação pública como processo para o exercício da cidadania: o papel das mídias sociais na sociedade democrática. In: **Organicom** (USP), v. 1, p. 49-61, 2011. Disponível em: <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:dQW276hL8ogJ:revistaorganicom.org.br/sistema/index.php/organicom/article/download/339/380+&cd=1&hl=pt-BR&ct=clnk&gl=br>. Acesso em: 15,fev., 2014.

PEZZO, M. R. **Respostas do Segundo Questionário**. Mensagem recebida por adrianeavv@gmail.com em 06, dez. , 2014.

PRADO, M. Comunicação pública: mais para teoria do que para prática. In: **Universitas: Archit. e Comun. Social**, Brasília, v. 5n. 1/2, p. 77-83, jan./dez. 2008. Disponível em: <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:iwTRlTyxzlkJ:www.publicacoesacademicas.uniceub.br/index.php/arqcom/article/download/660/710+&cd=2&hl=pt-BR&ct=clnk&gl=br>. Acesso em: 20, mar., 2014.

RedeIFES – Rede entre as Instituições Federais de Ensino Superior. Desenvolvido por UFG – Universidade Federal de Goiás. Última atualização: 2014-11-19. Disponível em: <https://redeifes.ascom.ufg.br/p/2005-quem-somos>. Acesso em: fevereiro, 2015.

REGO, F. G. T. **Comunicação empresarial**: comunicação institucional: conceitos, estratégias, sistemas, estrutura, planejamento e técnicas. São Paulo: Summus, 1986. 179 p.

ROMAN, A. R. Organizações: um universo de discursos bem-ditos, mal-ditos e não ditos. In: KUNSCH, M. M. K. (Org.). **Comunicação Organizacional: Linguagem, gestão e perspectivas**. Volume 2. São Paulo: Saraiva, 2009. 125 - 157 p.

ROSSO, G. **Processos comunicativos na perspectiva da comunicação pública**: o caso do Ministério Público do Trabalho no Paraná. 2012. Dissertação (Mestrado em Comunicação) Universidade Federal do Paraná. Curitiba. 2012.

ROSSO, G. SILVESTRIN, C. B. Comunicação pública como prática de responsabilidade social das organizações públicas. In.: **Revista Organicom**. Ano 10. Nº 18. 2013. Disponível em:

<file:///F:/Documents%20and%20Settings/Adriane/Os%20meus%20documentos/Downloads/585-1581-1-PB.pdf>. Acesso em: 20, mar., 2014.

SACI - SISTEMA DE APOIO AO CONTROLE DE INFORMAÇÃO. Desenvolvido por UFSCar. Última atualização: 2014-04-02. Disponível em: <<http://www.saci-devel.ufscar.br/>>. Acesso em: maio, 2014.

SILVA, Bento (2001). A tecnologia é uma estratégia. In: Paulo Dias & Varela de Freitas (org.). **Actas da II Conferência Internacional Desafios 2001**. Braga: Centro de Competência da Universidade do Minho do Projecto Nónio, pp. 839-859. 2001. (ISBN: 972-98456-1-1).

SCHIAVONI, J. E. Mídia: o papel das novas tecnologias na sociedade do conhecimento. In: **Fórum da diversidade e igualdade: cultura, educação e mídia**. 2007. Bauru. Diversidade e igualdade na comunicação - coletânea de textos, 2007. Disponível em: <<http://www4.faac.unesp.br/publicacoes/anais-comunicacao/textos/01.pdf>>. Acesso em: 24, mar., 2014.

TAKAHASHI, T. (Org.). **Sociedade da informação no Brasil: livro verde**. Brasília: Ministério da Ciência e Tecnologia, 2000.

TARGINO, M. G. Novas tecnologias de comunicação: mitos, ritos ou ditos? In: **Ciência da Informação**. Vol. 24, N. 2, 1995. Disponível em: <http://revista.ibict.br/cienciadainformacao/index.php/ciinf/article/view/553/502>. Acesso em: 24, mar., 2014.

TAVARES, M. **Comunicação Empresarial e planos de comunicação: integrando teoria e prática**. 3. ed. rev. e ampl. São Paulo: Atlas, 2010. 243 p.

TORQUATO, Ga. **Tratado de Comunicação organizacional e política**. 2ed. São Paulo: Cengage Learning, 2011. 303 p.

TREVISAN, N. M. O mito da comunicação integrada. In.: Revista **Comunicação & Inovação**. V. 3, nº. 6, 2003. Pág. 47 – 57. Disponível em: <http://seer.uscs.edu.br/index.php/revista_comunicacao_inovacao/article/view/559>. Acesso em: 24, abr. 2014.

UFSCar - UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS. Desenvolvido por UFSCar. Disponível em: <http://www2.ufscar.br/interface_frames/index.php?link=http://www.comunicacao.ufscar.br>. Acesso em: maio, 2014.

UFSCar - UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS. Coordenadoria de Comunicação Social. **Relatório Anual de Atividades 2010**. São Carlos, 2010. 52 p.

WERTHEIN, J. Novas Tecnologias e a Comunicação Democratizando a Informação. In: **Observatório da Sociedade da Informação, de responsabilidade do Setor de**

Comunicação e Informação da UNESCO no Brasil. 2004. Disponível em:
<<http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001540/154071por.pdf>>. Acesso em: 24,mar., 2014.
8 p.

APÊNDICES

Apêndice 1: Primeiro questionário enviado ao diretor da CCS Rodrigo Francisco

Questionário 01

1. Foi elaborado um o diagnóstico sobre os processos comunicacionais na UFSCar antes da criação do SACI? Se sim, qual foi o resultado desse diagnóstico? Se não, de onde surgiu a necessidade de criação do SACI na UFSCar?
2. Quais as questões de comunicação organizacional que foram, na sua visão, solucionadas pelo SACI, por exemplo entre o relacionamento da UFSCar com empresas, entidades de notícias, fornecedores, alunos e público interno?
3. E em relação aos problemas e dilemas da comunicação interna, quais foram os benefícios do SACI para essa área?
4. O SACI auxilia no gerenciamento de comunicação tanto para o ambiente interno quanto para o externo? Se sim, como é feita a seleção sobre qual assunto direciona para o público interno e qual é voltado para o externo?
5. O navegador que acessar o SACI poderá ter acesso as informações direcionadas ao público externo, interno ou ambos?
6. Qual o pensamento que você tinha em relação ao possível alcance das informações que eram divulgadas pelo SACI? Por exemplo: alcance em todo o país, internacional, público mais universitários, professores, etc.
7. Eram pretendidas parcerias para o desenvolvimento de pesquisas junto a entidades de fomento, empresas e organizações?

8. No seu entendimento, o SACI é um instrumento que ressalta a função informativa que a comunicação possui e sua aptidão para transmitir informação? Se sim, por quê? Se não, por quê?
9. Como foi decidida a implantação do SACI na UFSCar?
10. Houve resistência diante da a implantação do SACI na UFSCar? Se sim, quais, de quais departamentos e em relação a que se dava a resistência?
11. Quando iniciaram o projeto de conclusão de curso que resultou no SACI, a equipe já possuía a pretensão de instalar o *software* na universidade?
12. De quem partiu a ideia e sugestão da implantação do programa na UFSCar?
13. Quais foram os maiores defensores do projeto e implantação na universidade?
14. Quais foram as pessoas que mais rejeitaram o projeto e sua implantação na universidade, e na sua opinião quais eram as razões e motivos que fundamentavam a objeção por parte deles?

Obrigada pela participação!

Apêndice 2: Segundo questionário enviado ao Diretor da CCS Rodrigo Francisco**Questionário 02**
Pesquisa sobre o SACI na UFSCar

1. Na sua opinião qual é o papel da comunicação na universidade?
2. Qual a perspectiva da universidade por meio da comunicação pública?
3. Explique, em poucas palavras, o que é o SACI?
4. Como o SACI é utilizado atualmente na UFSCar?
5. Quais os benefícios, malefícios e mudanças que aconteceram no gerenciamento de informação da universidade com o SACI?
6. Como os profissionais de comunicação da UFSCar trabalhavam antes do SACI?
7. Como os profissionais de comunicação da UFSCar trabalham depois do SACI?
8. Descreva como os profissionais da UFSCar - Universidade Federal de São Carlos, alteraram a maneira de trabalhar a comunicação em decorrência das inovações na tecnologia de informação proporcionada pelo SACI – Sistema de Apoio à Comunicação Integrada?
9. De qual maneira o SACI possibilita a integração da UFSCar com redes sociais e outros sites?
10. Quais alterações aconteceram em relação à divulgação da ciência na UFSCar - Universidade Federal de São Carlos, em decorrência da utilização do SACI?
11. A comunicação através do SACI melhorou o relacionamento da UFSCar com os veículos de comunicação, estudantes, os servidores da instituição e empresas

parceiras? Se sim, em quais pontos houveram melhorias? Se não, porque na sua opinião, não houve melhoria?

12. Você acredita que o SACI auxilia a comunicação institucional da UFSCar, tendo em vista que divulga informações sobre a Universidade para seus públicos internos e externos?
13. Em relação à comunicação pública na UFSCar, como o SACI atua na divulgação das informações consideradas de interesse público? Quais alterações na Comunicação Pública aconteceram com a implantação do *software*?
14. Porque e quando a definição da sigla SACI foi alterada, passando de SACI - Sistema de Apoio ao Controle de Informação para SACI - Sistema de Apoio à Comunicação Integrada. Quais mudanças aconteceram no sistema em decorrência dessa alteração?
15. Como o SACI possibilita que sejam gerados automaticamente vários relatórios? Que relatórios são esses e quais informações estão contidas neles?
16. Porque as dependências não são abrangidas pela a licença do *software* como consta no site do SACI? Explique?
17. Quais instituições utilizam o Saci atualmente?
18. Como é feita a instalação do SACI nas universidades? É preciso um especialista em tecnologia da informação ou qualquer pessoa com conhecimento mínimo em instalação de *software* consegue fazer?
19. Cada instituição pública de ensino superior pode adaptar o SACI de acordo com suas necessidades de uso? Se sim, como é realizada essa adaptação do sistema?
20. No seu entendimento, qual o papel do SACI enquanto ferramenta da tecnologia da informação e de acesso ao conhecimento para os usuários do sistema e para a sociedade em geral?

Obrigada pela sua participação! Ela é muito importante!

Apêndice 3: Questionário enviado a Jornalista Mariana Pezzo**Questionário 03**
Pesquisa sobre o SACI na UFSCar

1. Na sua opinião, qual é o papel da comunicação na universidade?
2. Qual a perspectiva da universidade por meio da comunicação pública?
3. Explique, em poucas palavras, o que é o SACI?
4. Como o SACI é utilizado atualmente na UFSCar?
5. Quais os benefícios, malefícios e mudanças que aconteceram no gerenciamento de informação da universidade com o SACI?
6. Como os profissionais de comunicação da UFSCar trabalhavam antes do SACI?
7. Como os profissionais de comunicação da UFSCar trabalham depois do SACI?
8. Descreva como os profissionais da UFSCar - Universidade Federal de São Carlos, alteraram a maneira de trabalhar a comunicação em decorrência das inovações na tecnologia de informação proporcionada pelo SACI – Sistema de Apoio à Comunicação Integrada?
9. De qual maneira o SACI possibilita a integração da UFSCar com redes sociais e outros sites?
10. Quais alterações aconteceram em relação à divulgação da ciência na UFSCar - Universidade Federal de São Carlos, em decorrência da utilização do SACI?
11. A comunicação através do SACI melhorou o relacionamento da UFSCar com os veículos de comunicação, estudantes, os servidores da instituição e empresas

parceiras? Se sim, em quais pontos houveram melhorias? Se não, porque na sua opinião não houve melhoria?

12. Você acredita que o SACI auxilia a comunicação institucional da UFSCar, tendo em vista que divulga informações sobre a Universidade para seus públicos internos e externos?
13. Em relação à comunicação pública na UFSCar, como o SACI atua na divulgação das informações consideradas interesse público? Quais alterações na Comunicação Pública aconteceram com a implantação do *software*?
14. No seu entendimento qual o papel do SACI enquanto ferramenta da tecnologia da informação e de acesso ao conhecimento para os usuários do sistema e para a sociedade em geral?

Obrigada pela sua participação! Ela é muito importante!