

RESUMO

A chegada do novo século vem desenhando um contexto de transformações expressivas nos diversos setores da vida humana. As organizações, especificamente, vivem momentos de incertezas e indefinições, num ambiente de exigências, de maior competitividade e de necessidade da adoção de novas posturas diante de uma sociedade cada vez mais exigente. Essas mudanças têm levado os administradores das organizações a repensar seus modelos de gestão, a inovar as práticas gerenciais e produtivas e a investir em novas tecnologias. As instituições do setor educacional, como qualquer organização, percebem cada vez mais a necessidade de se adequar às demandas impostas pela nova ordem ao buscarem estabelecer uma outra forma de relacionamento e de identificação com os seus diversos públicos. Ao considerar-se que a construção da imagem organizacional faz parte desse novo cenário da administração das organizações, definiu-se pela realização deste estudo que tem o intuito de conhecer os principais processos de construção dessa imagem. A realização deste trabalho analisou inicialmente a educação superior no Brasil, com enfoque na Universidade Católica. Para conhecer o processo de construção da imagem organizacional, foi estudada a forma em que se dá o estabelecimento da cultura e, conseqüentemente, da identidade de uma organização, ao considerar-se que esses são itens fundamentais na definição da imagem de uma instituição. Tomando-se a Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais como objeto de estudo, utilizou-se como estratégia para este estudo de caso a pesquisa qualitativa, com a análise de discursos. A primeira fase foi constituída de entrevistas com os gestores da imagem da Universidade e de análise dos documentos produzidos pela instituição. Na segunda etapa, foi realizada pesquisa de campo com alguns dos principais públicos da Universidade. Foram entrevistados alunos e professores do ensino médio, gerentes de setores de Recursos Humanos de empresas mineiras e alunos da PUC Minas, numa amostragem previamente definida. Os principais resultados obtidos mostram que a imagem desejada pela Universidade estudada tem origem na própria gestão da entidade, nos diversos setores da instituição. A percepção das múltiplas imagens da instituição pelos públicos pesquisados confirma o valor deste trabalho, que proporciona a possibilidade de realização de outros estudos com maior profundidade, uma vez que, enquanto uma instituição permanece viva e dinâmica, sua imagem estará em constante mutação.

ABSTRACT

Since beginning the century has been drawing a new context of expressive transformations in many different sectors of human life. Specifically the organizations pass now through moments of uncertainties and indefinitions, in a environment of demands where increasing competitiveness and the necessity of adopting a new behavior in face of a demanding society are present. These changes have taken the organization administrators to evaluate their management models, innovate their management and productive practices and invest in new technologies. The educational institutions, as any organization, more and more notice the necessity of adapting themselves to the demands which are imposed by the new order when they seek to establish another kind of relationship and identification with their different publics. Considering that the construction of the organizational image is part of this new organization administration scenario, it was defined by this study which has the purpose of knowing the main process of image construction. In order to make this work I initially analyzed the superior education in Brazil, with a focus on the Catholic University. To know the process of organizacional image construction, it was studied the way culture is established and, consequently, how the organizational identity is constructed, considering that these are basic itens in the definition of institutional image. Taking the Pontifical University Catholic of Minas Gerais as my object of study, a qualitative research was used as a strategy for this case study together with the analysis of speeches. The first phase was constituted of interviews with the managers of the University image and of analysis of documents produced by the institution. In the second stage, it was realized a field research with some of the main publics of the University. High school pupils and professors, managers of Human resources from Minas Gerais companies and pupils from PUC Minas were interviewed, in a previously defined sampling. The main results show that the image desired by the studied University has its origin in the entity management, in the diverse sectors of the institution. The perception of the multiple institucional images by the inquired public confirms the value of this work, that provides the possibility of realizing other deeper studies since the institutions remain alive and dynamic, and its image passes though constant mutation.