



A Unicruz no orkut. ¹ O uso do ciberespaço na construção da imagem institucional.

Veronice Mastella da Silva², Marcela Guimarães e Silva³, Lucas Padilha Góis⁴

Universidade de Cruz Alta (Unicruz)

Resumo

Este artigo apresenta resultados parciais de uma pesquisa que investiga como a Universidade de Cruz Alta está tendo a sua imagem refletida e/ou construída no *Orkut*, maior *site* de relacionamento do Brasil. O presente estudo centra o seu foco em três objetivos principais: identificar as comunidades relacionadas à Unicruz ou que fazem alguma alusão ao nome Unicruz; verificar que elementos estão mais presentes nos conteúdos dessas comunidades e que identificam os seus respectivos membros; investigar como a imagem da instituição está sendo refletida por essas comunidades; elaborar um relatório com o perfil dessas comunidades para que a instituição possa usar essas informações como uma nova possibilidade de interação com seus públicos, melhorando seus canais de comunicação e a própria imagem institucional.

Palavras-chave

Imagem institucional; *Orkut*; Comunicação; Cultura

Introdução

Na cultura midiática contemporânea “ver” e “ser visto” é praticamente uma premissa de existência. Mediante o avanço das novas tecnologias as relações sociais, a cada dia, conquistam novos contornos na medida que a comunicação torna-se cada vez mais complexa. Azevedo entende comunicação como "condutora do processo social" (1970, p. 11), o que nos remete à idéia de que sem ela não seria possível o processo de interação social. Os atos de comunicação são importantes, imprescindíveis porque, na verdade, significam a própria vida social. Sem comunicação o homem não

¹ Trabalho apresentado ao Intercom Sul, na Divisão Temática de Comunicação Multimídia, do X Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul.

² Mestre em Teoria e Ensino da Comunicação Social pela UEMESP, Especialista em Docência no Ensino Superior (Unicruz), Graduada em Comunicação Social – Hab. Jornalismo pela UFSM. Coordenadora e docente do curso de Comunicação Social da Unicruz. E-mail: vmastella@brturbo.com.br

³ Mestre em Extensão Rural pela UFSM, Especialista em Comunicação Midiática pela UFSM, Graduada em Relações Públicas pela UNIJUÍ. Docente do Curso de Comunicação Social da UNICRUZ. E-mail: rpmarcela@gmail.com

⁴ Acadêmico do curso de Comunicação Social – Habilitação Jornalismo da Unicruz, bolsista PIBIC/Unicruz



poderia trabalhar em conjunto, produzir em cooperação, avançar seu domínio no mundo físico. As invenções e descobertas são, quase sempre, resultado do acúmulo de informações. É a comunicação que permite ao homem compartilhar informações, conhecimentos, sentimentos e idéias. O desenvolvimento gradual do conhecimento humano e o domínio de novas tecnologias, portanto, não seria possível sem a comunicação.

Thompson (1998, p. 25) ajuda-nos a definir melhor a palavra comunicação, caracterizando-a como “um tipo distinto de atividade social que envolve a produção, transmissão e recepção de formas simbólicas e implica a utilização de recursos de vários tipos”. Esses recursos de vários tipos que Thompson refere-se tanto podem ser aqueles inerentes à própria anatomia humana (gestos, fala, expressão facial, as mãos...) quanto meios técnicos, ou seja, “o substrato material de formas simbólicas, isto é, o elemento material com que, ou por meio do qual, a informação ou o conteúdo simbólico é fixado e transmitido do produtor para o receptor” (THOMPSON, 1998, p. 26). A esses “meios técnicos” ou “substrato material” aos quais Thompson refere-se, também iremos chamar de “suporte”, isto é, aquele elemento que carrega em seu bojo um conteúdo simbólico e que tanto pode ser um gesto, um texto impresso, uma imagem ou um programa de televisão, uma mensagem disponibilizada na Internet.

A comunicação é condição *sine qua non* para que se estabeleça qualquer processo de interação social e, portanto, imprescindível para o surgimento, desenvolvimento e preservação da cultura. Raymond Williams em sua obra *Cultura e Sociedade 1780 – 1960* estudou minuciosamente as transformações sofridas pela palavra “cultura” refazendo o caminho intelectual anteriormente percorrido por pensadores e escritores, desde o final do século 18 até meados do século 20. Todos, em diferentes tempos e, em especial Williams, dedicaram-se à tarefa, nem sempre fácil, de descrever e entender a vida, a organização social e humana. Em seus estudos sobre as transformações ocorridas no uso do vocábulo “cultura” Williams observa que as mais significativa alterações ocorreram no século 19.

Anteriormente significara, primordialmente “tendência de crescimento natural” e depois, por uma analogia, um processo de treinamento humano. Mas este último emprego, que implicava, habitualmente, cultura de alguma coisa, alterou-se no século 19, no sentido de cultura como tal, bastante por si mesma. Veio a significar, de começo, um “estado geral ou disposição de espírito” em relação estreita com a idéia de perfeição humana. Depois (...) a “estado geral de desenvolvimento intelectual no conjunto da sociedade”. Mais tarde,



correspondeu a “corpo geral das artes” (...) ao final do século veio a indicar “todo um sistema de vida, no seu aspecto material, intelectual e espiritual” (...) agora todo um modo de vida (1969, p. 18-20).

Assim, tendo como base os estudos de Williams, cultura, deve ser entendida como a soma de conhecimentos, produtos, valores, tradições, habilidades e crenças que são compartilhadas por um povo e repassadas de geração a geração. Portanto cultura e vivência cotidiana são indissociáveis. Hoje assistimos e vivenciamos o surgimento de uma nova forma de cultura, a cibercultura.

A partir das idéias defendidas, principalmente por Levy (1999) podemos entender por cibercultura as novas técnicas e métodos que a sociedade usufrui para trocas de informação e de dados, uma decorrência do grande avanço tecnológico que ocorreu a partir dos anos 70 do século 20. O desenvolvimento da informática mudou completamente a forma de interação entre os indivíduos. Apesar de a cibercultura depender de meios virtuais para ser estabelecida, ela não deve ser interpretada como uma cultura movida somente pela tecnologia.

Levy (1999), estabelece como cibercultura o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), práticas e atitudes que se desenvolvem com o crescimento do ciberespaço. E o ciberespaço é onde se desenvolvem as interações sociais e se criam as comunidades virtuais, componentes da cibercultura. A Internet é o principal exemplo, onde se utiliza o veículo on-line para estabelecer contato com pessoas e permite a interação e a comunicação, em tempo real ou não, entre elas. Outros exemplos de meios digitais que promovem e facilitam as ações do cotidiano urbano, são os aparelhos celulares, cartões de crédito, voto eletrônico, preenchimento de cadastros on-line, entre outros.

A cibercultura está presente em grande parte dos hábitos contemporâneos, através do ciberespaço.

O ciberespaço oferece objetos que rolam entre os grupos, memórias compartilhadas, hipertextos comunitários para a constituição de coletivos inteligentes. Deve-se distingui-lo, em primeiro lugar, da televisão, que não cessa de designar poderosos ou vítimas a massas de indivíduos separados e impotentes. (LÉVY, 1995, p. 129)

Podemos observar que a liberdade de expressão no ciberespaço, dependendo da ferramenta virtual utilizada, é maior. O usuário de Internet, por exemplo, não é um mero prisioneiro passivo do espaço mais tradicional destinado à comunicação. A televisão, o rádio e os meios impressos não apresentam alternativas de interação imediatas entre o



público e a imprensa, por exemplo. Já, o internauta adquire a possibilidade de expor ideologias de uma forma que jamais poderia ser explorada em outras mídias. Além de receptor de informações, também se posiciona como transmissor delas. Neste caso, a nulidade de censura na comunicação entre os indivíduos é evidente e a privacidade torna a situação confortável.

Félix (1998, p.42) observa que “não é o físico ou territorial que permite a existência do grupo, e, sim a dimensão do pertencimento social”. Assim, entendemos como oportuno, relevante e necessário, o constante refletir sobre a as relações do homem e a sua cultura, bem como se constrói e se reflete nesse contexto a identidade e a imagem das organizações e/ou instituições.

Imagem corporativa ou institucional muitas vezes é entendida como identidade corporativa, porém, embora os conceitos estejam diretamente relacionados podemos afirmar que um complementa o outro, pois a imagem institucional resulta da ação conjunta de três fatores institucionais: identidade, realidade e processo comunicativo. A imagem institucional, de acordo com Kunsch (2003, p. 170), é:

como a organização é percebida pelas pessoas, e os seus elementos têm origem a partir da identidade que resulta da realidade da organização e de como esta é trabalhada pelo processo comunicativo. Imagem tem a ver com o imaginário das pessoas, com as percepções. É uma visão intangível, abstrata das coisas, uma visão subjetiva de determinada realidade.

Desta forma, a imagem institucional irá resultar da própria ação das organizações e de que modo as mesmas são trabalhadas para serem percebidas pelos diferentes públicos através da comunicação interna, mercadológica e institucional para assim formar o conceito da organização conforme desejado. De acordo com Bueno (2008, p. 347) “é possível construir uma imagem da organização, a partir do gerenciamento de sua identidade. Na prática, gerenciar a identidade é, quase sempre, e fundamentalmente gerenciar o processo de comunicação de uma organização”.

Assim, a investigar como a Universidade de Cruz Alta está tendo a sua imagem refletida e/ou construída no *Orkut*, maior site de relacionamento do Brasil torna-se relevante, na medida que, as interações sociais por meio da Internet hoje já fazem parte do cotidiano de um número cada vez maior de pessoas. Pertencente ao grupo *Google*, o *Orkut* foi criado em 22 de janeiro de 2004, com o objetivo declarado de ajudar seus membros a criar novas amizades e manter relacionamentos. Em abril de 2005, ganhou versão brasileira. Telles (2006) observa que um levantamento feito em 2006 apontou



que o Brasil é o país com o maior número de usuários cadastrados, superando, inclusive os Estados Unidos.

Diante deste contexto, foram traçados como objetivos centrais deste estudo identificar as comunidades relacionadas à Unicruz ou que de algum modo fazem alguma alusão ao nome Unicruz, a fim de verificar que elementos estão mais presentes nos conteúdos dessas comunidades e que de alguma forma identificam os seus respectivos membros. A pesquisa busca também investigar como a imagem da instituição está sendo refletida e/ou construída por essas comunidades com o intuito de elaborar um relatório com o perfil dessas comunidades para que a instituição possa usar essas informações como uma nova possibilidade de interação com seus públicos, melhorando seus canais de comunicação e a própria imagem institucional.

Aspectos metodológicos

Tendo como marco teórico a linha de Estudos Culturais e, com base em seus objetivos, esta pesquisa situa-se como um estudo exploratório-descritivo. É pertinente salientar que os Estudos Culturais em síntese privilegiam “o uso que o público faz dos objetos de comunicação e de cultura de massa” como observa Lima (2003, p.32). Considerando o modelo conceitual e operativo da pesquisa, ou seja, com base nos procedimentos técnicos utilizados o estudo está sendo desenvolvido em duas etapas principais: pesquisa bibliográfica e um estudo de campo, mediante um rastreamento das comunidades relacionadas à Unicruz no *Orkut*, tendo como idéia norteadora a premissa de que as novas possibilidades de construção da identidade se potencializam com as novas formas de comunicação, neste caso, a Internet.

Hoje, a idéia de que o *Orkut* é apenas um site relacionamento beira a ingenuidade. O sistema já está sendo usado em diferentes situações, como seleção de recursos humanos para as empresas, em serviços de atendimento ao consumidor (SAC) e até em estratégias de marketing pessoal e institucional.

Mapeamento das Comunidades

O rastreamento apontou que até março de 2008, 131 comunidades do *Orkut* que levam “Unicruz” no nome. O número de membros varia entre 1.244 e 800 membros. Destas, selecionamos inicialmente 25 para uma análise preliminar. Dentre as atividades



e tópicos contidos nas comunidades, grande parte são compostos de convites para festas e boas-vindas aos calouros da Universidade.

Vale lembrar que a pesquisa ainda está em fase de qualificação e coleta de dados, portanto os resultados e discussões não podem ser totalmente avaliados no momento.

[Unicruz \(1244 membros\)](#)

Criada em: 16 de junho de 2004

Maior comunidade da Unicruz do Orkut. Grande parte do fórum é composto por tópicos com apenas uma postagem (a do próprio criados do tópico). Entre os tópicos mas discutidos, estão a procura por moradia (provavelmente por estudantes que vêm de outras cidades), a busca por ex-alunos da instituição e críticas a respeito dos preços e serviços das lanchonetes do CCU.

[Unicruz \(644 membros\)](#)

Criada em: 22 de julho de 2004

De 39 tópicos, apenas seis deles foram respondidos. A postagem anônima está ativada nesta comunidade, permitindo com que os criadores dos tópicos não sejam identificados, se preferirem. Com isso, surgiram tópicos com fortes críticas aos representantes da Fundação, além de reclamações quanto à mensalidade e ao uso do dinheiro para outras finalidades. O maior tópico está por conta do questionamento “Que curso você faz?”. É uma forma de interação.

[Buzão pro Campus Unicruz \(596 membros\)](#)

Criada em: 18 de setembro de 2005

As respostas nos tópicos desta comunidade também estão ausentes. A última postagem é de um jovem procurando pessoas interessadas em dividir moradia. O tópico com mais respostas é um “joguinho”: Você já viu a pessoa acima no ônibus pro Campus?

[Medicina Veterinária – Unicruz \(414 membros\)](#)

Criada em: 27 de dezembro de 2004

Apenas oito tópicos criados, nenhum com resposta dos outros membros da comunidade. Fórum inativo.



[CCU –Unicruz \(305 membros\)](#)

Criada em: 13 de abril de 2005

Como diz a descrição da comunidade, “o lugar mais sociável da Universidade” é o Centro de Convivência Universitário. Poucos tópicos, mas estes com mais respostas que as demais comunidades. O auge deste fórum parece ter sido em 2006. Entre os assuntos, está a reivindicação de venda de cigarros e bebidas alcoólicas no Campus. Um fato interessante é que alguns colaboradores (provavelmente integrantes do DCE daquela época) criaram uma série de tópicos perguntando ao pessoal sobre alguns projetos, como a instalação de um telão com shows, clipes, partidas de futebol, etc.

[Farmácia – Unicruz \(268 membros\)](#)

Criada em: 2 de maio de 2005

A comunidade parece uma página de classificados. São apenas seis tópicos, sem respostas, com informações de congressos, empregos para farmacêuticos e venda de farmácias.

[Administração Unicruz \(264 membros\)](#)

Criada em: 25 de março de 2005

Comunidade um pouco mais ativa a partir de 2007. O fórum é anônimo, então algumas discussões são de assuntos mais ousados, como a beleza feminina das estudantes. Entre outros tópicos, estão as boas vindas aos bixos de 2007 e anúncios de eventos relacionados com a área de Administração.

[FEFCA – Unicruz – Ed. Física \(239 membros\)](#)

Criada em: 26 de junho de 2005

Destaca-se a procura por formandos dos anos de 88, onde um membro da comunidade tenta resgatar antigos colegas e professores. Outro tópico movimentado foi o da apresentação dos bixos de Educação Física em 2007.

[Fisioterapia Unicruz \(234 membros\)](#)

Criada em: 15 de abril de 2005

Um grande número de tópicos, mas poucos com respostas. Entre os tópicos, destacam-se uma nota de repúdio ao Congresso Internacional de Fisioterapia, informações sobre a formatura dos integrantes da comunidade e a reconstrução de turmas antigas.



[Agronomia Unicruz \(231 membros\)](#)

Criada em: 14 de março de 2005

A comunidade é pouco movimentada. Um tópico é sobre troca de MSN entre os participantes da comunidade, mas conta com apenas quatro postagens. Um acadêmico da PUCRS pede informações sobre o curso de Agronomia da Unicruz, alegando que ele e mais cinco colegas estavam planejando a transferência para cá (o tópico foi criado em 2006), mas não teve resposta.

[Ciência da Computação – Unicruz \(216 membros\)](#)

Criada em: 5 de setembro de 2004

Um fórum mediano. Muitos tópicos, mas poucas postagens. Entre os tópicos mais comentados, estão os preparativos para o trote de 2005, uma votação para saber o melhor professor do curso e a tentativa de integração por meio de uma partida de futebol entre Bixos 2008 x Veteranos.

[Arquitetura – Unicruz \(171 membros\)](#)

Criada em: 6 de julho de 2005

Fórum bastante movimentado, em comparação aos outros. Os principais assuntos são: a festa dos bixos 2008 e uma festa particular à fantasia. Um grande tópico foi criado com informações e regulamento de um Concurso Fotográfico, e o criador do tópico inclusive comentou que a circulação da comunidade estava baixa: “mas tá fraco o pessoal...” O mesmo também criou outros tópicos com fotos do trote 2008 e a programação da Semana Acadêmica. Uma boa iniciativa de movimentar a comunidade.

[Enfermagem – Unicruz \(158 membros\)](#)

Criada em: 12 de agosto de 2005

Comunidade pouco movimentada. Apenas dois tópicos foram respondidos. Um deles destinava uma homenagem à então Coordenadora do curso de Enfermagem que morrera recentemente em um acidente na rodovia que dá acesso ao Campus.

[Educação Física – Unicruz \(126 membros\)](#)

Criada em: 21 de maio de 2005

Fórum totalmente inativo. O único tópico existente é um *spam*.



[Medicina Veterinária – Unicruz \(124 membros\)](#)

Criada em: 23 de janeiro de 2007

Fórum também ausente. Quatro tópicos, todos com informações e convites para congressos e cursos, não foram respondidos.

[Farmácia Unicruz \(120 membros\)](#)

Criada em 13 de abril de 2005

Apenas três tópicos. Um spam, um anúncio de farmácia a venda e uma vaga de emprego para farmacêutico. Todos com apenas uma postagem.

[Ciências Biológicas Unicruz \(123 membros\)](#)

Criada em: 28 de abril de 2005

Foram postados 10 tópicos e nenhuma resposta. Assuntos diversos, como festas e ventos relacionados com Biologia. O interessante é que um membro, revoltado com a gestão de Evandro Kruehl, postou fotos do antigo reitor em um evento no município de Tupanciretã. O mesmo integrante também criou uma comunidade em homenagem a uma professora: [Profª Carmen Voltou!](#)

[Biomedicina Unicruz](#)

Criada em: 23 de março de 2005

Comunidade quase abandonada. A última postagem foi em agosto de 2008. O tópico com mais postagens é o joguinho “Jogo das três palavras”, onde os integrantes criam uma história e os participantes continuam o conto podendo usar apenas três palavras.

[Hospital Veterinário – Unicruz \(111 membros\)](#)

Criada em: 3 de abril de 2007

Comunidade com apenas um tópico. Existe também uma enquete questionando qual é o melhor professor de Medicina Veterinária.

[Nutrição da Unicruz é 10 \(100 membros\)](#)

Criada em: 2 de maio de 2008

Poucos tópicos, mas com boas respostas. Principalmente o tópico “Por onde andam?”, que a professora de Nutrição Simone Liebold tenta encontrar seus ex-alunos. Outro tópico é a escolha da foto da comunidade.



Nutrição Unicruz (97 membros)

Criada em: 28 de abril de 2005

Comunidade abandonada, provavelmente devido ao sucesso da outra. Cinco tópicos. Apenas um foi respondido, onde o criador do tópico procura ex-alunos da instituição.

Unicruz TV (80 membros)

Criada em: 6 de junho de 2006

Apenas cinco tópicos, mas três deles com respostas. A maioria dos assuntos trata de piadas internas da Unicruz TV, como os apelidos da equipe.

A imagem da Unicruz no *Orkut* – uma análise preliminar

Por constituir-se numa espécie de rede social, o *Orkut* permite várias funções de interação entre seus usuários. A principal delas é a comunicação on-line e em tempo real, através da página de recados e dos fóruns das comunidades. Os interesses mais procurados pelos internautas do *Orkut* são, em geral, os relacionamentos conjugais, esportes e compartilhamento de mídias virtuais (músicas, filmes, fotografias). Isso se deve à ausência de censura que existe em muitas comunidades, onde os usuários têm total liberdade para discutirem assuntos polêmicos e exporem suas opiniões de uma forma pública e sem conseqüências (devido à falta de monitoração por parte dos moderadores das comunidades). A troca de materiais impróprios ou ilegais, como conteúdos pornográficos e músicas sem registro oficial, também atrai a atenção cada vez mais dos usuários desta rede de relacionamentos. Assuntos mais sérios são somente debatidos por um grupo mais selecionado de pessoas, ou seja, a circulação de informações sobre política, por exemplo, é mais escassa. A existência de tópicos sobre a Universidade de Cruz Alta segue nesta mesma linha, onde apenas comunidades de interesse estadual, regional e municipal possuem algum conteúdo.

Na maior comunidade da Unicruz, por exemplo, vestibulandos buscam informações sobre o andamento da universidade (Link do tópico), que na época estava com a imagem abalada. Outra comunidade, denominada “Prendam os Ladrões da Unicruz”, demonstra a revolta em torno do fato que ocorreu em 2005, quando um grupo influente na universidade (inclusive com a participação do então reitor) foi acusado dos crimes de formação de quadrilha, estelionato, apropriação indébita, lavagem de



dinheiro, fraudes contábeis, falsidade ideológica e crimes contra a ordem tributária. Em outra comunidade, chamada “Ijuí é melhor que Cruz Alta”, criada devido a rivalidade das duas cidades vizinhas, um dos principais argumentos contra os cruz-altenses é o escândalo da Unicruz. Inclusive, o episódio já se tornou piada em comunidades algumas comunidades. Na Grêmio-VIP um aviso sobre a troca dos moderadores (três deles nasceram em Cruz Alta) um usuário faz a seguinte observação: “*Se Cruz Alta dominar a VIP teremos algum moderador corrupto(reitor da Unicruz)*”.

Mas as comunidades não refletem apenas fatos negativos. O cotidiano dos estudantes da Unicruz é o que predomina nas comunidades existentes. Isso pode ser observado em comunidades específicas dos diferentes cursos e outras que procuram falar sobre o lazer no Campus. Dois dos principais exemplos são as comunidades “Buzão pro Campus Unicruz” e “CCU – Unicruz”. Juntas, elas totalizam 900 membros que debatem sobre o cotidiano nos ambientes de lazer e descontração existente na universidade.

Apesar de, em 2008, os acadêmicos terem realizado um protesto contra a superlotação dos ônibus que ligam o Campus Universitário ao Centro de Cruz Alta, os tópicos da comunidade se centralizam na interatividade entre os usuários do transporte coletivo. Joguinhos, como o “Jogo: Eu já vi essa pessoa no ônibus” procuram exclusivamente a união entre os diferentes cursos. Isso demonstra que as comunidades relacionadas à Unicruz promovem também a integração entre as pessoas através das rotinas existentes no ciclo que envolve o meio acadêmico. Já na CCU - Unicruz a intenção é abordar os principais assuntos envolvendo o Centro de Convivência Universitário. Como a própria descrição da comunidade diz, “*Lindas garotas, belos rapazes, e muita conversa jogada fora. Isso você só encontra aqui!*”. Outro atrativo que pode ser conferido nas comunidades da Unicruz são os convites e comentários sobre as festas universitárias, organizadas pelos próprios acadêmicos. São noites de boas-vindas aos bixos, comemorações de formatura, ou uma simples “junção” entre colegas. Tudo registrado na rede social on-line. Como exemplo, a comunidade “Arquitetura – Unicruz”, onde os tópicos sobre festas são bastante comentados.

O curso de Relações Públicas da Unicruz explorou as ferramentas do *Orkut* para divulgar aos internautas as atividades do curso. Durante a III Feira das Profissões (evento institucional de divulgação dos cursos) um grupo de acadêmicos montou um estande, tendo no cenário os populares *BuddyPokes*. Nas réplicas de quase dois metros



dos bonecos virtuais, os visitantes – a maioria estudantes do Ensino Médio - podiam ser fotografados. As fotografias foram disponibilizadas no perfil exclusivo dos acadêmicos, obtendo grande repercussão entre os jovens.

Mas, as comunidades estão se revelando um espaço de encontros e reencontros. Na maior comunidade, um tópico chama bastante atenção: o “Ex-alunos Unicruz!” foi criado para o resgate de antigos universitários. Ex-acadêmicos, formados há mais de 20 anos postaram comentários no tópico e mantiveram contato com outros colegas da mesma época. Oportunidades de integração no ciberespaço disponibilizada por meio do *Orkut* estão conquistando a adesão de atuais e ex-freqüentadores da Universidade.

Aparentemente resultados positivos estão sendo computados em benefício da construção/reconstrução da imagem institucional da Unicruz. Apesar de referências em algumas comunidades a respeito dos episódios de 2005 que marcaram a imagem da Unicruz como uma universidade não confiável e com administradores corruptos, predominam comunidades e tópicos que estimulam a integração e a valorização das relações sociais (virtuais ou não) em torno dessa instituição. Percebe-se assim, que o ciberespaço onde acontecem novas formas de interação social é um ambiente que pode/deve ser mais explorado pela instituição na reconstrução de imagem. Articular estratégias voltadas à essa nova ambiência é certamente o próximo passo e um grande desafio.

Referências bibliográficas

AZEVEDO, M.C.d'. **Comunicação Linguagem Automação**. Porto Alegre: Comissão Central de Publicações UFRGS.1970.

DUARTE, Jorge & BARROS, Antônio. (org). **Métodos e técnicas de Pesquisa em Comunicação**. 2ed. São Paulo: Atlas, 2008.

FÉLIX, Loiva Otero. **História e memória: a problemática da pesquisa**. Passo Fundo: Ediupf, 1998.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo:Atlas,2002.



KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada**. São Paulo: Summus, 2003.

LEVY, Pierre. *A inteligência coletiva – Por uma antropologia do Ciberespaço*. São Paulo: Loyola, 1999.

_____ *O que é virtual*. São Paulo: Renes, 1998.

LIMA, Venício A. *Mídia poderosa, comunicação...nem tanto: pistas teóricas para o comunicador profissional*. In: **Comunicare**. Vol. 3, nº 2. São Paulo: Faculdade de Comunicação Cásper Líbero, 2003.

MCLUHAN, Marshal. *Visão, Som e Fúria*. In: LIMA, Luiz Costa. **Teoria da Cultura de Massa**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1990.

TELLES, André. **Orkut.Com. Como você e sua empresa podem tirar proveito do maior site de relacionamentos**. Lnadscape, 2006.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. Petrópolis: Vozes, 1998.

WILLIAMS, Raymond. **Cultura e Sociedade_ 1780-1950**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1969.