

DIRETRIZES GERAIS DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL DA DIRETORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL (DIRCO/UFU)

Instituída pela portaria SEI REITO Nº 557, de 25 de junho de 2018

1 APRESENTAÇÃO

Estabelecer diretrizes de comunicação institucional para uma Universidade Pública implica reunir conhecimentos teóricos e práticos – construídos pelo fio do tempo, durante nossos exercícios profissionais diários. Em suas poucas décadas de existência, a Universidade Federal de Uberlândia (UFU) contou com alguns destes projetos, elaborados pelas equipes da Diretoria de Comunicação Social (Dirco). Foram iniciativas que buscaram orientar as atividades realizadas por servidores, colaboradores e estagiários de cursos de graduação.

Um dos desafios constantes da Dirco é avaliar e reavaliar permanentemente o conteúdo deste documento e, assim, analisar se o trabalho desenvolvido está em consonância com as demandas e expectativas dos públicos estratégicos internos e da sociedade. É importante, dessa forma, examinar se o que propomos está em sintonia com as transformações do universo da comunicação. São mudanças que sinalizam para o surgimento/desaparecimento de alguns artefatos. No início de 2017, saiu de cena, por exemplo, o jornal impresso, que cedeu espaço para novas plataformas. O jornal em versão digital, em constantes renovações, procura aumentar o dinamismo e a velocidade da informação. A linha editorial, também alterada no início de 2017, apresenta como proposta aprofundar a discussão de temas que despertem a atenção da comunidade acadêmica – mas sempre com a preocupação de manter a pluralidade de ideias e de opiniões.

Comunicação é movimento. É uma janela aberta para o mundo. São muitas as possibilidades de interação, de reinvenção, de parcerias. Este documento traduz, portanto, valores e diretrizes que norteiam nossa área de atuação. No entanto, salientamos que o presente texto deverá sistematicamente

ser aperfeiçoado para que se torne, de fato, um instrumento fundamental e estratégico de trabalho.

2 PRINCÍPIOS, AÇÕES E DIRETRIZES DA COMUNICAÇÃO PÚBLICA NA UFU

2.1 Objetivos da Comunicação Pública

2.1.1 Geral

Criar e manter fluxos de informação e de influência entre a universidade e seus diversos públicos de interesse ou estratégicos (*stakeholders*), tornando transparente sua atuação no cenário regional e nacional, de modo a viabilizar o cumprimento de sua missão e garantir a efetivação e o respeito à sua marca.

2.1.2 Específicos

2.1.2.1 No âmbito interno:

- Consolidar a comunicação como ponto estratégico da instituição, na promoção da interação entre a gestão da UFU e os seus demais segmentos, estimulando a participação de todos os seus servidores, com vistas a potencializar sua realização profissional;
- Conscientizar o público interno, em todos os níveis, para o fato de que a imagem da instituição se consolida também a partir das posturas e dos comportamentos individuais, tendo cada servidor a responsabilidade de contribuir para a boa imagem da UFU perante a sociedade;
- Internalizar a ideia de que interação com os públicos estratégicos, interno e externo, é vital para o reconhecimento e a sustentabilidade institucional, tendo como pressupostos a ética e o profissionalismo jornalístico.

2.1.2.2 No âmbito externo

- Consolidar a relação da instituição com o seu público externo, também estratégico, de modo que as ações e as atividades realizadas no âmbito interno sejam reconhecidas pela sociedade, inclusive, a fim de viabilizar possíveis parcerias;
- Fortalecer a interação da instituição com a sociedade por meio do esforço dos seus setores de comunicação, com a incorporação das diversas inovações tecnológicas que possibilitam informações e serviços ágeis e atuais;
- Tornar transparentes para os distintos públicos de interesse a missão institucional da UFU e sua proposta de interação com a sociedade, por meio dos resultados da produção do conhecimento, das inovações e tecnologias que têm contribuído para a melhoria da qualidade de vida e dos critérios de sustentabilidade dos cidadãos.

3 VALORES DA COMUNICAÇÃO PÚBLICA NA UFU

- **Ética e responsabilidade social:** A ação da comunicação deve caracterizar-se pelo compromisso ético e pelo exercício pleno da democracia e da responsabilidade social da instituição. Para tanto, a comunicação deve pautar-se pela verdade, pela defesa da diversidade cultural e pelo respeito aos direitos dos cidadãos.
- **Profissionalismo:** Os servidores da Diretoria de Comunicação da UFU devem assegurar aos seus públicos interno e externo que a sua ação será pautada pelo profissionalismo, que é inerente à sua função, priorizando os direitos e a expectativa daqueles que necessitam de informações primordiais da instituição.

- **Participação:** Privilegiar a participação de todos os servidores que trabalham nos diversos setores da Diretoria de Comunicação da UFU e de seus parceiros na tomada de decisões desse órgão administrativo da Reitoria. Esse comprometimento é fundamental para legitimar as ações e atividades ali desenvolvidas.

- **Credibilidade:** Todas as ações desenvolvidas pela comunicação devem ter como pressupostos preservar e ampliar a credibilidade da instituição perante a sociedade, pois, pelo seu compromisso com o ensino, a pesquisa e a extensão de qualidade, a UFU é referência acadêmica regional, nacional e internacional.

- **Qualidade:** A ação da UFU em sua prática de comunicação deve caracterizar-se pela qualidade, mediada pelos conceitos de eficácia, eficiência e adequação às demandas dos seus públicos de interesse e da própria sociedade.

- **Transparência:** A instituição pública tem por dever dar visibilidade a todas as suas ações e atividades para a sociedade na qual se insere, compartilhando seus resultados. Essa transparência deve, no entanto, respeitar o referencial jurídico que protege a gestão de propriedade intelectual dos projetos e pesquisas desenvolvidos pela UFU, especialmente no que concerne à legislação de patentes e marcas, proteção dos direitos autorais e similares.

- **Atualidade:** A atualização permanente do sistema de comunicação da instituição é imprescindível para que ela se aproprie dos recursos viabilizados pelas novas tecnologias e aplicativos digitais e se mantenha em nível de igualdade com os seus parceiros e públicos interno e externo.

- **Proatividade e agilidade:** Numa economia internacionalizada é fundamental que o sistema de comunicação seja proativo, antecipando-se na identificação das necessidades de seus públicos de interesse. Nesse sentido, deve acompanhar o avanço acelerado das tecnologias para se tornar ágil o suficiente para atender com presteza às demandas da sociedade brasileira.

4 PÚBLICOS ESTRATÉGICOS DA COMUNICAÇÃO PÚBLICA NA UFU

São considerados públicos estratégicos aqueles que, direta ou indiretamente, têm direitos, interesses e relações com a instituição e que, pelas suas ações ou reações, podem causar impacto ou ser afetados pelas políticas públicas sociais. Esses públicos estratégicos não se resumem àqueles que compõem os segmentos internos – docentes, discentes e técnicos administrativos –, mas também incorporam outros que dispõem de um significativo poder de influência junto à UFU, demais setores públicos e à sociedade em geral.

Para tanto, faz-se imprescindível alimentar uma rede de informação entre as mais diversas instâncias públicas e de caráter político-social, perpassada por valores éticos, democráticos e que contemplem o desenvolvimento sustentável.

4.1 Comunidade interna

- **Gestores de Unidades Acadêmicas e Unidades Especiais de Ensino:** diretores de unidades acadêmicas e administrativas, coordenadores dos cursos de graduação e pós-graduação, de centros de pesquisas, de núcleos e de laboratórios;
- **Gestores de setores de prestação de serviços:** diretores e coordenadores de museus, bibliotecas, gráfica, editora/livrarias, hospitais, assistência jurídica, ambulatórios, oficina da vida, entre outros;
- **Servidores:** professores efetivos e substitutos e técnicos administrativos; incluem-se aqui também os servidores aposentados da UFU;
- **Discentes:** estudantes de graduação e pós-graduação presenciais e a distância, incluindo os de intercâmbios, estagiários, monitores e bolsistas. Além disso, os alunos da Escola de Educação Básica (Eseba) e da Escola Técnica de Saúde (Estes).

- **Colaboradores Terceirizados:** profissionais de empresas terceirizadas que cooperam nas diversas atividades de apoio à UFU.

- **Colaboradores de Fundações de Apoio:** profissionais das fundações de apoio da UFU.

4.2 Comunidade externa

- Sindicatos e entidades de classe;
 - Discentes egressos;
 - Familiares de alunos e servidores;
 - Cursos preparatórios;
 - Prefeituras e Câmaras Municipais dos municípios do entorno regional da UFU;
 - Terceiro setor e movimentos sociais;
 - Agências de fomento (CNPq, Capes, Fapemig e outras);
 - Órgãos de controle, fiscalização e credenciamento (MEC, TCU, órgãos judiciais, entre outros);
 - Fornecedores;
 - Imprensa: escrita, televisiva, rádio e novas mídias sociais;
 - Comunidade acadêmica e científica de outras instituições.
- É de fundamental importância para o relacionamento com os distintos públicos dispor de cadastros e *mailings* que favoreçam essa interação. Dessa forma, é possível manter um elo com esses públicos prioritários relevantes e de interesse da UFU por meio de canais de relacionamento específicos, que podem ser criados quando de sua conveniência e em função de uma necessidade concreta.

5 DIRETRIZES DA COMUNICAÇÃO PÚBLICA NA UFU

As diretrizes da comunicação social pública são fundamentais para projetar a competência interna e apontar caminhos de excelência a serem seguidos.

▪ **Fortalecimento e defesa da marca UFU:** Cabe à comunicação consolidar a marca UFU, de grande valor institucional e social. Nesse sentido, é vital a conscientização de todos os servidores e discentes a respeito da importância dessa marca como patrimônio cultural da Universidade.

▪ **Unicidade do discurso:** Embora a Universidade seja o espaço da multiplicidade e pluralidade de ideias, é necessário buscar a coerência de um discurso institucional que se apresente íntegro para seus distintos públicos de interesse.

▪ **Interação com a sociedade:** Como instituição pública, a UFU deve priorizar sua interação com a sociedade na qual se insere, criando espaços de comunicação para realizar interface com os diversos segmentos sociais. Suas ações políticas, técnico-científicas e de comunicação devem alcançar também o público leigo, despertando vocações e interesses em relação às atividades desenvolvidas pela UFU. Essa é também uma prestação de serviços e de extensão à comunidade, uma forma de inclusão social e de defesa da sustentabilidade.

▪ **Participação interna:** Estimular a participação dos servidores de qualquer nível funcional ou hierárquico, criando um ambiente favorável à circulação de ideias e à criatividade, fomentando, assim, a satisfação em trabalhar nos diversos setores, de forma ágil e enriquecedora das relações profissionais e dos diversos produtos elaborados.

▪ **Parceria:** Reconhecer a necessidade que a UFU e a Dirco têm em estabelecer parcerias com outras instituições públicas ou privadas, desde que pautada pela

convergência de objetivos e pela complementaridade de esforços para um melhor atendimento a seus públicos estratégicos.

6 ÁREAS DE ATUAÇÃO DA DIRETORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL (DIRCO/UFU)

▪ **Jornal da UFU:** em formato multimídia, o *Jornal da UFU* passou a apresentar uma linha editorial diferenciada, aprofundando a discussão de um determinado tema em cada edição. Publicado nos portais UFU e Comunica, também pode ser acessado pelo *Facebook*. Além disso, o jornal é enviado a públicos específicos via *newsletter*.

▪ **Portal Comunica e Portal de Eventos:** os portais de notícias e de eventos são atualizados diariamente pela equipe de jornalistas, fotógrafos e estagiários. É realizada a cobertura jornalística de temas de interesse da Universidade, como ensino, pesquisa, extensão e gestão. No próprio portal, a comunidade acadêmica pode solicitar a divulgação de notícias e/ou cobertura fotográfica.

▪ **Boletins Comunica/ Universitária FM:** produção diária de 8 (oito) boletins informativos relacionados à UFU. Distribuídos durante a grade de programação da Rádio Universitária FM (107,5), os boletins *Comunica* procuram manter os públicos interno e externo informados sobre o que acontece na instituição, com foco na popularização da produção científica.

▪ **Atendimento à imprensa:** além da produção de *releases* para a imprensa local, regional e nacional, a Dirco tem como uma das atividades básicas a indicação de pesquisadores e especialistas da Universidade para a abordagem de temas de interesse da sociedade. Por meio da equipe de profissionais e estagiários, é feita a intermediação para a marcação de entrevistas.

- **Mídias sociais:** a Dirco administra diariamente as redes sociais oficiais da UFU, como *Facebook* e *Twitter*. A proposta é possibilitar a interação com os públicos, por meio de linguagem e imagens adequadas. As mídias sociais, quando utilizadas de maneira eficiente, possibilitam a comunicação e aumentam a troca de informações, ajudando a dar relevância à marca institucional.

- **Fotografia:** a cobertura fotográfica de eventos pode ser conferida em *UFU em Imagens*, disponível no *Portal Comunica*.

- **Clipping:** o serviço de clipagem é realizado diariamente pela Dirco. As notícias e informações que circulam sobre a Universidade estão disponíveis no portal da instituição, por meio do *UFU na Mídia*.

- Integração à **Rede Mineira de Comunicação Científica**, formada a partir da necessidade de fortalecer os esforços relacionados à popularização da ciência no Estado, envolvendo representantes de universidades, centros de pesquisa e da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais (Fapemig).

Uberlândia, 25 de junho de 2018

Renata Maria de Oliveira Neiva
Diretora de Comunicação Social

Valder Steffen Junior
Reitor