

O PROCESSO DE CONSTRUÇÃO DE UMA POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO PARA A UFJF

Introdução

Em 2022, a Diretoria de Imagem Institucional deu início ao processo de elaboração de uma política de comunicação para a UFJF considerando a necessidade da instituição ter um conjunto de diretrizes, posturas, estratégias e ações capazes de orientar o relacionamento da universidade com seus públicos estratégicos.

Segundo o Glossário de Comunicação Pública (Duarte, Nassar e Maia, 2020), uma política global de comunicação é algo fundamental, que deve direcionar toda a comunicação de uma instituição. Com a era digital e todas as suas implicações tecnológicas, a comunicação nas organizações mudou substancialmente e, hoje, representa uma área estratégica nas instituições.

É preciso considerar, ainda, que “a Política de Comunicação não é apenas uma intenção que se manifesta, mas um compromisso que se assume e ela não vigora apenas no discurso, mas pressupõe um trabalho sério, de construção coletiva” (Bueno, 2015). Por construção coletiva entende-se que a comunicação tem que ser vista de modo mais abrangente, mais democrática e presente em todos os níveis da instituição.

“Uma Política de Comunicação exige, para ser construída, um esforço conjunto, um diálogo franco entre os vários setores, um compromisso em nome da excelência do processo de relacionamento com os diversos públicos e não pode resumir-se a um texto bonito que irá depois virar um documento, certamente bem impresso, mas cujos princípios e valores não serão internalizados, não serão assumidos por ninguém” (Bueno, 2015).

A estruturação da Política de Comunicação não deve ser traçada levando-se em conta um ponto de vista meramente linear.

“É preciso levar em conta os aspectos relacionais, os contextos, os condicionamentos internos e externos, bem como a complexidade que permeia todo o processo comunicativo. Daí a necessidade de ultrapassarmos a visão meramente mecanicista da comunicação para uma visão mais interpretativa e crítica” (Kunsch, 2006).

A política de comunicação deve ser abordada de maneira integrada, considerando os aspectos institucional, mercadológico, administrativo, interno, externo e que interajam harmonicamente. Além disso, tal política deve ter, como objetivo, garantir a inserção da comunicação institucional em um novo cenário da comunicação organizacional, caracterizado pelo protagonismo das mídias sociais como canais prioritários de relacionamento com determinados públicos estratégicos e com os cidadãos de maneira geral. Deve também reconhecer a complexidade da gestão da comunicação, tendo em vista a incorporação contínua e intensa de novos recursos, como as plataformas digitais, os podcasts, os sistemas de transmissão e recepção de mensagens, ao mesmo tempo que mantém e reforça o vínculo com uma proposta de comunicação que se define como pública, integrada e estratégica.

A complexidade da gestão e a estrutura da UFJF, com seus dois campi e uma diversidade de equipamentos acadêmicos, administrativos e culturais têm exigido, cada vez mais, a articulação entre a área da comunicação institucional e os demais setores, e indicam a

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
DIRETORIA DE IMAGEM INSTITUCIONAL

necessidade imperiosa de incorporação de novos profissionais à estrutura de comunicação e a capacitação permanente dos atuais comunicadores.

Por fim, uma política de comunicação deve assegurar respostas ágeis e competentes aos novos desafios, como a legitimação das políticas afirmativas, o conhecimento e a aplicação de sistemas e processos, como a governança corporativa, o *compliance* e a gestão da diversidade corporativa, dentre outros. Ela deve estar também, comprometida com a manutenção de fluxos informativos qualificados para fazer frente à desinformação e para potencializar a implementação de uma comunicação inclusiva e acessível.

Histórico

Neste processo de elaboração da política de comunicação a primeira ação da IMAGEM foi incluir, entre as ações/ metas do PDI 2022-2027, o processo de construção da Política de Comunicação da UFJF.

Em seguida, em outubro de 2022, foi aplicado um questionário - à equipe de comunicação que atua em Juiz de Fora e em Gov. Valadares - um questionário com 64 questões a fim de obtermos um diagnóstico do GRAU DE INTEGRAÇÃO DA COMUNICAÇÃO (GIC). 27 membros da equipe responderam ao questionário e nos permitiu ter uma visão completa de como a própria equipe compreende o trabalho da comunicação institucional.

Em novembro, um segundo questionário foi aplicado entre os servidores que atuam nas demais unidades administrativas.

Em seguida, foi constituída uma comissão interna para elaborar um documento norteador para a elaboração de uma proposta de minuta e que é apresentado a seguir.

Documento orientador para uma Política de Comunicação

Para elaboração deste documento inicial, a equipe considerou que:

- A comunicação deve ser um vetor para potencializar a abertura ao diálogo e à participação da sociedade na Universidade, bem como para facilitar o acesso a informações, oportunidades e serviços oferecidos pela Instituição;
- A criação da Política de Comunicação é uma das ações previstas pelo Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) 2022-2027;
- A comunicação da UFJF deve envolver todos os tipos de públicos relacionados à Instituição, entre eles, a comunidade acadêmica (servidores e estudantes); egressos; terceirizados; entidades de classe; parceiros externos; futuros ingressantes; sociedade civil e seus representantes; instituições e veículos de mídias convencionais e alternativas; governo federal e autoridades públicas, podendo contemplar ações específicas de cada grupo;
- Devem ser entendidos como agentes institucionais: os servidores do quadro efetivo da UFJF – docentes, técnico-administrativos em Educação (TAEs), pesquisadores e ocupantes de cargos eletivos ou comissionados –; funcionários terceirizados; discentes de graduação e pós-graduação; extensionistas, unidades administrativas e acadêmicas, assessorias de setores específicos (Campus Avançado de Governador Valadares, Colégio de Aplicação João XXIII, Critt, Hospital Universitário e afins);

1. princípios gerais:

- A ética;
- a transparência;
- o interesse público;
- a responsabilidade social;

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
DIRETORIA DE IMAGEM INSTITUCIONAL

- o respeito à pluralidade,
- diversidade e acessibilidade;
- a difusão e democratização do conhecimento;
- a impessoalidade;
- a legalidade e integridade institucionais;
- o direito à educação e à cultura;
- a transversalidade da comunicação;
- as práticas voltadas para inovação, informação, interação, intercâmbio e integração;

2. objetivos:

- Nortear as ações de comunicação a serem adotadas *por todos os agentes institucionais*, atendendo às demandas de publicização das atividades administrativas, acadêmicas e sociais da Universidade;
- Subsidiar a adoção de critérios técnico-especializados para as estratégias de comunicação institucional, jornalística, científica, social e cultural, de informações relacionadas à Universidade;
- Gerenciar a interlocução entre Universidade, agentes públicos e sociedade civil;
- Promover a divulgação da ciência, com ênfase no bem-estar coletivo, na inovação, na inclusão e na democratização do conhecimento;
- Incentivar o acesso da população ao ensino público, gratuito e de qualidade.

3. Diretrizes fundamentais:

- Defender os valores da educação e da universidade pública, sua excelência e seu potencial socioeconômico transformador, contribuindo para o fortalecimento de sua imagem e reputação junto à sociedade.
- Dar transparência e visibilidade às ações de interesse público relacionadas à missão da Universidade.
- Incentivar e fortalecer o diálogo intersetorial com a Administração Superior e entre as unidades administrativas e acadêmicas da UFJF.

3.1. Diretrizes para o ensino, extensão e cultura:

- Promover a ampla divulgação dos meios de ingresso na Universidade e das formas de permanência na Instituição, em consonância com os objetivos institucionais de democratização do acesso ao ensino superior.
- Dar visibilidade às ações desenvolvidas nos cursos de graduação e pós-graduação e pelos integrantes da comunidade acadêmica da UFJF, que possam colaborar para sua missão, reputação e imagem institucional.
- Estabelecer diálogo com as representações estudantis e de classe no desenvolvimento de ações de divulgação, campanhas e produtos de comunicação voltados para discentes e servidores.
- Utilizar linguagem objetiva, acessível e de acordo com os públicos de interesse, contribuindo tanto para o processo de desburocratização da Instituição, quanto para o efetivo diálogo com a comunidade.
- Fomentar e dar visibilidade às discussões que envolvem a educação, suas práticas pedagógicas, atualizações curriculares e inovações tecnológicas.
- Combater a pseudociência e a disseminação de informações falsas e que possam gerar alarde social, contribuindo para o letramento científico e buscando o respaldo ético e responsável de parâmetros técnico-científicos.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
DIRETORIA DE IMAGEM INSTITUCIONAL

- Democratizar o conhecimento técnico-científico para os diferentes públicos, dando subsídios para qualificar a tomada de decisões dos cidadãos com base em evidências, desmistificando os processos científicos e minimizando visões deturpadas sobre a ciência.
- Contribuir para a equidade e visibilidade das diferentes áreas do conhecimento e suas vertentes metodológicas, de modo a contextualizar e promover a defesa da ciência a partir de uma perspectiva crítica e reflexiva.
- Priorizar a divulgação de pesquisas alinhadas aos objetivos e metas estipuladas pela Organização das Nações Unidas (ONU), assim como às áreas prioritárias dos contextos nacional, regional e local.
- Destacar a interdisciplinaridade do ensino e da pesquisa, as parcerias, as colaborações institucionais e as iniciativas de internacionalização.
- Atuar junto às redes de divulgadores científicos e de comunicação pública, participando de discussões relacionadas aos desafios destas áreas nos âmbitos global, nacional e regional.
- Incentivar a formação de pesquisadores nas suas habilidades comunicacionais, considerando o compromisso social na divulgação dos resultados científicos, para além dos pares, contribuindo, assim, para ampliar a multiplicidade de vozes no campo acadêmico.
- Estabelecer e consolidar o diálogo com estudantes da Educação Básica, sobretudo da rede pública de ensino, de modo a aproximá-los da Universidade, contribuindo para o ingresso no Ensino Superior e para a democratização do conhecimento acadêmico e técnico-científico.
- Reconhecer os saberes populares, sobretudo dos povos originários, diluindo a concepção dicotômica e quebrando estereótipos, preconceitos e barreiras sociolinguísticas.
- Divulgar os programas e projetos de ensino, pesquisa, extensão e cultura, como resultados do investimento na educação pública.
- Buscar uma relação comunicativa horizontal, a fim de promover trocas, tornar o processo de produção de conteúdos participativo e socializar conhecimentos e saberes, compreendendo as necessidades das comunidades e dos públicos.
- Dar visibilidade aos beneficiários dos projetos de extensão, potencializando a sua divulgação e a importância da colaboração da Universidade com a sociedade na promoção da cidadania, da democracia e dos direitos humanos.
- Apresentar práticas extensionistas como forma de interação e integração com a sociedade, em especial, com as comunidades atendidas e/ou participantes destas iniciativas; e também como oportunidades de aprendizado teórico-prático para alunos, bolsistas e estagiários.
- Divulgar campanhas, ações, pesquisas e realizações desenvolvidas nas unidades do Hospital Universitário (HU-UFJF-Ebserh), destacando seu papel social para a cidade de Juiz de Fora e região da Zona da Mata Mineira.
- Apresentar à sociedade os instrumentos de formação, participação e desenvolvimento cultural, de esporte e lazer da Universidade, aproximando a comunidade dos espaços e eventos culturais e/ou desportivos da Instituição, destacando o caráter democrático e plural da UFJF.
- Divulgar eventos e iniciativas desenvolvidas nos equipamentos culturais da Universidade ou em parceria com a Instituição, promovendo os artistas e as diversas formas de manifestações da cultura, nos campos erudito e popular.
- Incentivar parcerias entre os agentes institucionais ligados aos setores culturais e a outros espaços de arte, no intuito de alinhar demandas e desenvolver campanhas e estratégias de divulgação.

3.2. Diversidade, Acessibilidade e Inclusão

- Combater o preconceito de qualquer natureza por meio de ações, campanhas e materiais informativos relacionados aos temas de inclusão de pessoas com deficiência; de identidade de gênero e sexualidade; dos direitos das mulheres e das pessoas LGBTQIAPN+; de diversidade étnico-raciais; de culturas afro-brasileira e indígena; e outros reivindicados por demais grupos historicamente excluídos.
- Garantir a pluralidade das fontes de informação, considerando os corpos docente, técnico-administrativo e discente na construção de conteúdos jornalísticos, campanhas institucionais e demais ações de comunicação, com atenção à diversidade étnico-racial, sexual e de gênero, e à inclusão de pessoas com deficiência e de temas e grupos historicamente invisibilizados no ambiente acadêmico e na sociedade em geral.
- Estabelecer diálogo permanente com representantes de grupos e setores institucionais que atuam com temas relacionados à diversidade étnico-racial, sexual, e de gênero, pessoas com deficiência e demais grupos historicamente excluídos, assim como nas relações institucionais e interpessoais de combate ao assédio e outras violências.
- Orientar para que os conteúdos institucionais garantam o respeito à diferença, à diversidade e à igualdade no acesso e no tratamento, por meio de linguagem inclusiva, neutra e não capacitista.
- Priorizar a comunicação inclusiva e democrática, que integre a sociedade ao debate científico, aproximando o conhecimento acadêmico das realidades sócio-econômicas e culturais brasileiras.
- Considerar a diversidade de formas de manifestações culturais e suas interações com a diversidade étnico-racial, sexual e de gênero, e pessoas com deficiência, nas iniciativas artísticas no âmbito da Universidade.

3.3. Gestão e Transparência

- Atender às instruções, prazos, normas e restrições de legislações de órgãos de controle dos poderes Executivo, Legislativo e Judiciário, para a publicização de dados, serviços, atividades e informações administrativas e orçamentárias da Instituição.
- Divulgar o Serviço de Informações ao Cidadão (SIC), e iniciativas similares de atendimento, bem como licitações, editais de concursos públicos para provimento de cargos, realização de audiências e consultas públicas ou outras formas de incentivo à participação popular em iniciativas da Universidade.
- Desenvolver uma comunicação institucional pró-ativa na área de governança, que, além de atender às determinações dos órgãos de controle, antecipe ações voltadas para a transparência da administração pública.

3.3. Diretrizes específicas para a comunicação institucional

Além de seguir as diretrizes gerais estabelecidas neste documento, a área da comunicação Institucional deve:

- Orientar, acompanhar e supervisionar a aplicação das diretrizes da Política de Comunicação em ações desenvolvidas por agentes institucionais.
- Produzir conteúdo, gerenciar as rotinas e os processos estratégicos *dos canais de comunicação oficiais* da UFJF, nas diversas plataformas, incluindo TV, Rádio, Internet e Impressos, e em outros que, pela natureza, finalidade e alcance da atividade, sejam a ela vinculados.
- Oferecer suporte e orientação aos setores administrativos e unidades acadêmicas, incluindo coordenações, núcleos, projetos e outras iniciativas, que desejem se comunicar diretamente com seus públicos de interesse e/ou realizar eventos.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
DIRETORIA DE IMAGEM INSTITUCIONAL

- Respeitar os prazos e a exequibilidade das ações de comunicação, considerando as especificidades de formatos e a adequação aos públicos.
- Estabelecer relacionamento direto, permanente e equitativo, com veículos de imprensa locais, regionais e nacionais, convencionais e alternativos, e com jornalistas e canais de comunicação, em todas as suas esferas, de forma pró-ativa e no atendimento a demandas jornalísticas, com foco no interesse público, na transparência administrativa e na responsabilidade social.
- Indicar fontes institucionais e intermediar o relacionamento destas com a imprensa em geral, fornecendo, sempre que necessário, subsídios de dados e informações oficiais.
- Atuar em situações de crise que impactam a imagem institucional e/ou o funcionamento dos fluxos de comunicação, propondo junto aos setores e agentes envolvidos planos de ação e enfrentamento condizentes com as diretrizes gerais da Política de Comunicação da UFJF.
- Instituir a política de gestão da identidade visual da Universidade, buscando preservar a integridade da comunicação gráfica institucional e consolidar a forma como a UFJF e todas as suas instâncias se apresentam aos seus públicos.
- Preservar o cumprimento dos protocolos cerimoniais dentro da Instituição, no entendimento de que os eventos são parte da missão da Universidade e da construção de sua imagem e reputação.
- Assessorar a Reitoria na participação de eventos externos e, sempre que necessário, para o devido cumprimento dos protocolos cerimoniais e para a preservação da imagem institucional.
- Criar, coordenar e/ou convocar comitês, conselhos e/ou grupos de trabalho, sempre que verificar a necessidade de discussões específicas para a aplicação/adequação das diretrizes da Política de Comunicação em determinada ação, produto, projeto e/ou circunstância.

4. Por fim, recomenda-se que:

- Cabe aos agentes institucionais seguir as diretrizes estabelecidas pela Política de Comunicação da UFJF, bem como as orientações da Diretoria de Imagem Institucional no que diz respeito à comunicação com todos os seus públicos.
- Em consonância com a Política de Comunicação, instrumentos complementares podem ser adotados para nortear as ações institucionais, entre eles, manuais, instruções normativas e outros critérios relacionados à comunicação.
- A política de comunicação não deve ser um documento estático, mas revisado e atualizado nas instâncias competentes, sempre que for constatada a necessidade de acompanhar a evolução das demandas sociais e políticas, e das inovações e atualizações da área.