

*****Documento elaborado pelos membros da Comissão da Política de Comunicação da UFG (Portaria nº4506/2016) e submetido à consulta pública da comunidade universitária entre 14.07. 2017 e 13.10. 2017.

POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO UFG SUMÁRIO INICIAL

A Universidade Federal de Goiás - Missão, Valores e Princípios
A estrutura de comunicação na Universidade Federal de Goiás (Rádio Universitária, Assessoria de Comunicação e TV UFG)
As Assessorias de Comunicação das Regionais: Jataí, Catalão e Goiás
A Faculdade de Informação e Comunicação
A UFG e a Política de Comunicação
A Política de comunicação UFG: uma construção coletiva (História e Metodologia)
Objetivos, princípios e condições administrativas
Conceitos (Comunicação Pública, Organizacional e Institucional)
Públicos e formas de relacionamento
Temas

1. Marca UFG
2. Comunicação Interna
 - 2.1 Agente de Comunicação
3. Organização de eventos institucionais, científicos, culturais e de extensão
4. Divulgação das atividades institucionais, científicas, culturais e de extensão
 - 4.1 Formas de divulgação
 - 4.2 Periódicos Científicos
5. Relacionamento com os veículos de comunicação
 - 5.1 Atendimento às demandas dos veículos de comunicação
 - 5.2 Produção e envio de sugestões de pauta
 - 5.3 Clipping de notícias sobre a UFG e relatórios de Auditoria de Imagem
 - 5.4 Banco de Fontes e Capacitação
6. Comunicação em situação de crise
7. Veículos de Comunicação
 - 7.1 Radiodifusão na UFG: regras, princípios e diretrizes
 - 7.2 Jornal UFG
 - 7.3 Portal UFG e sites
 - 7.4 A UFG nas redes sociais
8. Ouvidoria: interação com a comunidade universitária
 - 8.1 Ouvidoria Hospital das Clínicas UFG - Ebserh
 - 8.2 Ouvidoria e radiodifusão
9. Gestão, preservação e acesso a documentos arquivísticos e memória e acervo institucional
10. Comunicação e Saúde
11. Comunicação e Tecnologia da Informação
12. Comunicação e Produção Gráfica
13. Sistema de Bibliotecas e política de comunicação
14. Gestão da Comunicação
15. Referências

REITORIA DA UFG**REITOR**

Prof. Orlando Afonso Valle do Amaral

VICE-REITOR

Prof. Manoel Rodrigues Chaves

PRÓ-REITORA DE GRADUAÇÃO

Prof.^a Gisele Araújo Prateado Gusmão

PRÓ-REITOR DE PÓS-GRADUAÇÃO

Prof. Jesiel Freitas Carvalho

PRÓ-REITORA DE EXTENSÃO E CULTURA

Prof.^a Gisele Ferreira Ottoni Cândido

PRÓ-REITORA DE PESQUISA E INOVAÇÃO

Prof.^a Maria Clorinda Soares Fioravanti

PRÓ-REITOR DE ADMINISTRAÇÃO E FINANÇAS

Prof. Carlito Lariucci

**PRÓ-REITOR DE DESENVOLVIMENTO INSTITUCIONAL E RECURSOS
HUMANOS**

Prof. Geci José Pereira da Silva

PRÓ-REITOR DE ASSUNTOS DA COMUNIDADE UNIVERSITÁRIA

Elson Ferreira de Moraes

ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO

Coordenador de Jornalismo - Luiz Felipe Fernandes

Coordenador de Publicidade Institucional: Leandro Pinho Rodrigues

Coordenadora de Relações Públicas: Profª Daiana Stasiak

RÁDIO UNIVERSITÁRIA

Diretora - Márcia Boaratti

Vice-Diretor - Roberto Pereira Nunes

TV UFG

Diretor Geral - Michael Alessandro Figueira Valim

Diretora de Produção e Conteúdo - Vanessa Bandeira Moreira

FACULDADE DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO

Profª Angelita Pereira de Lima - Diretora

Profª Andréa Pereira dos Santos - Vice-Diretora

Comissão da Política de Comunicação da UFG
Portaria nº4506 - 19 de agosto de 2016

Prof^a Daiana Stasiak - Coordenadora Geral (FIC-Ascom UFG)

Suzy Meiry Silva - Coordenadora Executiva (Ascom UFG)

Luiz Felipe Fernandes Neves (Ascom UFG)

Leandro Pinho Rodrigues (Ascom UFG)

Nayara Letícia de Sousa Alves (Ascom UFG)

Amanda Alves Mota (FIC- Ascom UFG)

Michael Alessandro Figueira Valim (TV UFG)

Vanessa Bandeira Moreira (TV UFG)

Silvânia de Cássia Lima (Ascom/Rádio Universitária)

Márcia Boaratti (Rádio Universitária)

Ana Flávia Pereira dos Santos (Rádio Universitária)

Roberto Pereira Nunes (Rádio Universitária)

Lilian Mariano Alves (Rádio Universitária)

Weberson Ferreira Dias (Ascom- Regional Goiás)

Estael de Lima Gonçalves (Ascom- Regional Jataí)

Prof. Antonio Corbacho Quintela (Cegraf)

Prof. Cedric Luiz de Carvalho (Cercomp)

Prof. Leonardo Barra Santana de Souza (Ciar)

Heloísa Esser dos Reis (Cidarq)

Prof^a Angela Teixeira de Moraes (FIC)

Prof^a Letícia Segurado Côrtes (FIC)

Prof^a Gardene Leão de Castro (FIC)

Thalízia Ferreira de Souza Cruvinel (Ascom Hospital das Clínicas)

Denise Barbosa Ribeiro de Castro (Ouvidoria)

Rose Mendes da Silva (Sibi)

Márcio Medeiros Oliveira (DDRH)

1^a Edição - 2017 - Dezembro - Goiânia - GO

1^a Impressão (2017)

Avenida Esperança s/n,

Campus Samambaia - Prédio da Reitoria.

CEP 74690-900, Goiânia - Goiás – Brasil

www.politicadecomunicacao.ufg.br

A Universidade Federal de Goiás - Missão, Valores e Princípios

A Universidade Federal de Goiás (UFG), criada pela Lei nº 3.834C, de 14 de dezembro de 1960, é uma instituição pública federal de educação superior que desenvolve atividades de ensino, pesquisa e extensão de forma indissociável, conforme estabelece o Art. 207 da Constituição Federal de 1988. Possui sede em Goiânia, capital do Estado de Goiás e, Regionais implantadas, em Goiânia, Catalão, Goiás e Jataí.

De acordo com o seu Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) a UFG é uma instituição comprometida com a justiça social, os valores democráticos e o desenvolvimento sustentável e, consoante a sua missão, tem por finalidade produzir, sistematizar e transmitir conhecimentos, ampliando e aprofundando a formação humanística, profissional, crítica e reflexiva, conforme estabelece o Art. 6º de seu Estatuto. Além disso, considerando-se a sua inserção social, o papel regional, a história e as tradições da instituição espera-se que ela possa contribuir para o País enfrentar com êxito os desafios presentes na sociedade.

Mesmo com muitos anos de existência e conquistas no cenário regional, estadual e nacional, entre os anos de 2006 e 2012, dois programas de expansão do ensino superior, trouxeram mudanças na Universidade. O primeiro, iniciado em 2006, expandiu as atividades nas regiões do interior, enquanto o segundo, iniciado em 2008 e denominado Programa de Reestruturação e Expansão das Universidades Federais (REUNI), foi responsável por uma grande expansão da instituição. Neste sentido, a UFG foi reconfigurada tanto na parte acadêmica quanto na cultural, política e geográfica, decorrendo daí uma série de problemas e desafios que provocaram a necessidade de uma urgente atualização estatutária para que a Universidade pudesse melhor desenvolver suas atividades indissociáveis de ensino, pesquisa e extensão. (UFG, PDI, 2017, p.9-12).

O movimento de grande expansão fortaleceu a Universidade e, ao mesmo tempo, demandou uma reformulação administrativa que foi estabelecida em novos documentos de Estatuto e Regimento Organizacionais. (Disponíveis em: <https://www.ufg.br/p/6383-estatuto-e-regimento>).

A UFG possui, em 30 de abril de 2017, cerca de 24.000 estudantes efetivamente matriculados nos cursos de Graduação presencial, cerca de 4.000 estudantes matriculados em cursos de Pós-Graduação, 2.450 Técnicos-administrativos, 2.809 professores em atividade, incluindo os substitutos.

No contexto de desenvolvimento da Política de Comunicação institucional, é

importante ressaltar que, em seu capítulo dois, o Estatuto da UFG, estabelece como princípios:

I - laicidade; II - indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão; III - gratuidade do ensino, cuja manutenção é responsabilidade da União; IV - respeito à liberdade, à diversidade e ao pluralismo de ideias, sem discriminação de qualquer natureza; V - universalidade do conhecimento e fomento à interdisciplinaridade; VI - defesa da qualidade de ensino, com orientação humanística e preparação para o exercício pleno da cidadania; VII - defesa da democratização da educação – no que concerne à qualidade, à gestão, à igualdade de oportunidade de acesso e condição para a permanência – e com a socialização de seus benefícios; VIII - defesa da democracia, estímulo à cultura, à arte e ao desenvolvimento científico, tecnológico, socioeconômico e político do País; IX - defesa da paz, dos direitos humanos e do meio ambiente; X - diálogo e cooperação entre as regionais da UFG.

Da mesma forma, em seu capítulo três, o Estatuto da UFG, prevê que para a consecução de suas finalidades, a UFG: I - promoverá, por meio do ensino, da pesquisa e da extensão, todas as formas de conhecimento; II - promoverá o ensino superior público com vistas à formação de cidadãos capacitados ao exercício do magistério e da investigação, bem como para os diferentes campos do trabalho e das atividades culturais, políticas e sociais; III - manterá ampla e diversificada interação com a sociedade por meio da articulação entre os diversos setores da Universidade e outras instituições públicas e privadas; IV - constituir-se-á em fator de valorização e de divulgação da cultura nacional, em suas diferentes manifestações; V - cooperará com os poderes públicos, com universidades e com outras instituições científicas, culturais e educacionais brasileiras e estrangeiras; e VI - desempenhará outras atividades na área de sua competência.

A estrutura de comunicação da Universidade Federal de Goiás

A criação da Universidade Federal de Goiás (UFG) deu-se em um cenário favorável à expansão do ensino superior público no Brasil. Das universidades, esperava-se um impacto positivo no desenvolvimento das regiões e do país. À época da criação de Brasília, o contexto histórico era de impulso ao desenvolvimento do Centro-Oeste.

A preocupação com a comunicação institucional foi expressa desde a fundação da UFG. A Imprensa Universitária, atual Centro Gráfico e Editorial (Cegraf), foi estruturada, com a aquisição de equipamentos e oferta de treinamento aos técnicos pela equipe da recém-criada Faculdade de Jornalismo.

Em 1962, foi inaugurada a Rádio Universitária, primeira emissora do sistema educativo ligada a uma universidade no país. A Assessoria de Comunicação (Ascom) tem sua formação inicial na década de 1980 com as áreas de Relações Públicas e Imprensa e, em 2009 cria a área de Publicidade Institucional e consolida-se como Ascom Integrada. Por sua vez, a TV UFG é inaugurada em 14 de dezembro de 2009 e transmitir o sinal para toda a Região Metropolitana de Goiânia, em maio de 2017, o canal passou a operar em sinal digital e em alta definição.

Rádio Universitária

A trajetória da UFG no setor de radiodifusão brasileiro inicia-se em 1962 quando a instituição solicitou ao Poder Executivo Federal uma concessão de rádio e outras de televisão, ambos de caráter educativo, no município de Goiânia. Três anos depois, em 16 de setembro de 1965, a frequência de radiodifusão sonora AM 870khz, de caráter exclusivamente educativo, foi concedida à UFG. Nascia a Rádio Universitária de Goiânia.

Além da frequência 870 AM, a emissora pode ser acessada pela internet, por meio do site www.radio.ufg.br, pelo aplicativo APP “Minha UFG” e pelo Facebook (radioufg). Atualmente, a Universidade vem empreendendo esforços institucionais para a migração da concessão da Rádio Universitária da faixa do AM (amplitude Modular) para o FM (Frequência Modular), conforme o Decreto nº 8.139/2013.

Desde o princípio, a emissora manteve-se instalada em prédio próprio. A primeira sede foi na Alameda Botafogo, onde começou a operar com 1 KW de potência, na frequência modulada 870 AM. Em 1979, a sede da emissora foi transferida para o Lago das Rosas, Setor Oeste, onde permanece operando, atualmente com 20 KW. Os transmissores estão instalados no Câmpus Samambaia da UFG.

No final dos anos 80, a emissora passou a integrar o Sistema Nacional de Radiodifusão Educativa (Sinred). Nesse período, a RU consolidou sua política acadêmica firmando-se como laboratório do curso de Jornalismo da UFG e, posteriormente, como laboratório para cursos de outras áreas do conhecimento como: Música, Engenharia, Informática e outros.

A Assessoria de Comunicação

Parte importante das atribuições hoje destinadas à Assessoria de Comunicação foi

dada, primeiramente, à Imprensa Universitária, instruída para produzir materiais de divulgação “com ênfase no povo”. Durante os primeiros mandatos da Administração Superior, ao assessor de Relações Públicas cabia assessorar os dirigentes em suas ações. Seguindo essa tendência, na década de 1980, a Assessoria de Relações Públicas (ARP) da UFG, ainda estava mais dedicada aos feitos da Reitoria, atuando na realização de solenidades, no atendimento à imprensa, em coberturas solenes, no registro fotográfico de fatos e eventos.

A relação com a mídia era mais voltada para o atendimento às poucas demandas dos veículos locais de comunicação. Os chamamentos da ARP à imprensa eram motivados, geralmente, pelo factuel de cunho administrativo ou solene, como a entrega de títulos acadêmicos, inaugurações, assinatura de convênios, eventos em geral e eventuais anúncios de interesse da comunidade.

No reitorado da professora Maria do Rosário Cassimiro (1982-1985), a ARP recebeu nova nomenclatura: Assessoria de Comunicação Social (ACS) e já gozava de algum prestígio, sendo que o assessor de comunicação era citado como membro do corpo hierárquico institucional nas publicações da Reitoria.

No ano seguinte, a UFG empossava o primeiro reitor, aprovado em consulta extra oficial à comunidade acadêmica. Considerado o reitor da abertura, o despojamento do professor Joel Pimentel Ulhôa (1986-1989) logo foi percebido. Em sua gestão, na ACS foram criados o *Jornal Mural*, voltado para o público interno, o boletim *Informativo UFG*, buscando atingir também o público externo, e depois o *Jornal da Universidade*, mais robusto, com o encarte Caderno de Ciência, editado em parceria com a Universidade de Brasília (UnB).

Iniciava-se aí, de forma mais objetiva, na UFG, a preocupação com a divulgação científica da UFG e o estímulo ao debate de ideias, por meio da discussão crítica de temas de interesse da comunidade universitária e da sociedade, bem como a valorização da interação entre as Instituições Federais de Ensino Superior (Ifes) pela comunicação.

No reitorado que se seguiu, tendo à frente como reitor o professor Ricardo Freua Bufaiçal (1990-1993), a Assessoria de Comunicação, já como Ascom, contava com uma equipe pequena fato que limitou as formas de atuação da área. O mesmo ritmo foi seguido na área durante o reitorado do professor Ary Monteiro do Espírito Santo (1994-1998), marcado ainda por uma sucessão de assessores de comunicação.

O Portal UFG foi lançado em dezembro de 1995, assim como alguns sites de unidades acadêmicas, mas sem a participação efetiva da Ascom. Até 2007, o *Portal UFG*

permaneceu sob a responsabilidade, técnica e de conteúdo, da equipe do Centro de Recursos Computacionais (Cercomp).

No reitorado da professora Milca Severino Pereira, que cumpriu dois mandatos na Reitoria da UFG (1998-2005), a Ascom continuou a destacar-se nas cerimônias solenes por meio dos profissionais de relações públicas. Com equipe reduzida, dois relações públicas, um auxiliar de cerimonial e eventos, o assessor de imprensa, a secretária administrativa e um estagiário, a UFG vivenciou a descontinuidade de alguns projetos. O *Jornal UFG*, com periodicidade trimestral era terceirizado.

O professor Edward Madureira Brasil (2006-2011), trouxe mudanças significativas para a Ascom durante o seu reitorado, a criação da coordenadoria de Publicidade Institucional, em 2009, foi a principal. Assim passou-se a denominação Ascom Integrada configurada com as três coordenações reunidas no mesmo espaço físico, Jornalismo, Relações Públicas e Publicidade Institucional.

O destaque neste período se deu pela maior inserção no meio digital, com a adesão às redes sociais para atingir um público cada vez maior e diversificado. O *Jornal UFG* passou a contar com a versão *on line*. O *Portal UFG* passou a ter uma dinamicidade diária, com atualizações e novas inserções de notícias. Em 2012, o relacionamento da UFG com novas faixas de público se deu com a sua inserção nas redes sociais, especialmente o *Facebook* e o *Twitter*.

A aprovação da Resolução de Colação de Grau foi de suma importância para padronizar os procedimentos nas cerimônias, dando maior suporte a eventos. Da mesma forma, a normatização e o zelo do uso da marca institucional, a busca pelo fortalecimento da sua identidade institucional e a oferta de serviços de publicidade – entre eles, três *outdoors* no Câmpus Samambaia – à comunidade foram novidades de impactos positivos na UFG.

Dando sequência a esses progressos da comunicação na universidade, a gestão do professor Orlando Afonso Valle do Amaral (2014-2017) deu continuidade aos projetos e ações de êxito na Ascom. Merece destaque a criação do projeto Visibilidade, que ampliou o espaço ocupado pela UFG na imprensa goiana principalmente pelo viés da divulgação científica. Assim como a consecução da integração entre as estruturas de comunicação (Rádio Universitária, Ascom e TV UFG) e a constituição da Comissão de elaboração da Política de Comunicação.

As Assessorias de Comunicação das Regionais

Regional Catalão

A Assessoria de Comunicação da Regional Catalão iniciou suas atividades em 2009 com a nomenclatura Setor de Comunicação e Eventos. A partir de 2011, a direção da Regional transforma o setor em Assessoria de Comunicação nos moldes da Regional Goiânia. A Ascom é definida como órgão de apoio e assessoramento da Direção nas diferentes ações de comunicação, a fim de manter a comunidade - interna e externa - informada quanto às atividades desenvolvidas pela instituição em termos do ensino, pesquisa e extensão, além dos eventos de relevância educativa, cultural e empresarial.

Entre suas responsabilidades estão: Coordenação da política de comunicação na Regional Catalão, para os públicos interno e externo, em todas as etapas: planejamento e definição de estratégias, ações, execução, atividades de monitoramento e avaliação. Coordenação das atividades de produção e divulgação de notícias sobre a Universidade para a comunidade acadêmica, por meio do site institucional e redes sociais, além de relacionamento com veículos de comunicação externos. Registros fotográficos de reuniões e eventos, supervisão da publicidade da Regional Catalão nos veículos externos e realização das colações de grau da Regional.

Regional Goiás

A Assessoria de Comunicação da Regional Goiás da UFG foi criada em novembro de 2015, subordinada à Direção da Regional Goiás da UFG. Tem a função de planejar, executar e coordenar todas as atividades de comunicação da Regional, fortalecendo a imagem institucional e o elo com a comunidade. Dentre suas atividades, o departamento é responsável pela elaboração de notícias institucionais veiculadas no Portal Institucional e na Fanpage.

A Assessoria de Comunicação contribui com conteúdos para o Portal e o Jornal UFG. Além disso, intermedia as relações entre a Universidade e a imprensa. Já no nível interno participa da organização de eventos e de ações de comunicação interna para servidores, estudantes e terceirizados.

Regional Jataí

A Assessoria de Comunicação da Regional Jataí da UFG tem sua origem provável no ano de 2009 quando começa a realizar algumas atividades da área. Todavia, o setor consolida-se a partir de 2011, quando assume novas atividades e passa a contar com uma equipe melhor estruturada. Dentre as atividades realizadas encontram-se a produção de Boletim informativo, a normatização do uso dos murais, administração de redes sociais. Atualmente a ASCOM realiza atividades relacionadas a relações públicas, publicidade institucional e jornalismo. O setor realiza desde a gestão dos sites institucionais até as refeições de grau.

A TV UFG

A TV UFG é uma concessão de serviço público de radiodifusão de sons e imagens de caráter exclusivamente educativo e cultural da faixa de frequência do canal 15 UHF do município de Goiânia. O canal foi outorgado à Fundação Rádio e Televisão Educativa e Cultural (FRTVE), entidade sem fins lucrativos de apoio à UFG nas áreas da radiodifusão, comunicação, educação e cultura, pelo Ministério das Comunicações no ano de 2004.

Em 14 de dezembro de 2009, a emissora entrou em operações e desde então transmite o seu sinal aberto para uma área de cobertura de 40km de raio a partir do Morro do Mendanha, região noroeste da cidade de Goiânia, o que abrange praticamente toda a região metropolitana da capital do estado de Goiás. Além do sinal aberto no canal 15 UHF (15.1), a TV UFG pode ser também assistida pelo canal 21 da operadora de TV a cabo NET Goiânia, pelo sítio www.tvufg.org.br e pelas mídias sociais oficiais da emissora no Facebook e no Youtube.

A TV UFG faz parte da Rede Nacional de Comunicação Pública (RNCP/TV) e transmite parte da programação da TV BRASIL da Empresa Brasileira de Comunicação. A emissora conta ainda com parceira de intercâmbio de conteúdos com o Canal Futura, a TVT, a TV ESCOLA, a RedeIFES e a TAL e produz localmente 5 programas: Conexões, Viver Ciência, Se Liga na UFG, Enredo Cultural e Momento Brasil.

A Faculdade de Informação e Comunicação (FIC) e o desenvolvimento da comunicação na UFG

A Faculdade de Informação e Comunicação da UFG tem participado ativamente dos debates em torno da política de comunicação da Universidade de Federal de Goiás. Sobretudo nos últimos doze anos, ela tem atuado na estruturação dos serviços e na elaboração de projetos. Desde a sua criação, a UFG compreendeu a importância da informação e da comunicação e demonstrou seu interesse nessa área. Tanto que a criação da Rádio Universitária, do curso de Jornalismo, do parque gráfico e do jornal o 4º Poder, ocorreu na década de 1960. Todos surgiram praticamente junto com a própria universidade.

Com a criação da então Facomb (Faculdade de Comunicação e Biblioteconomia), hoje FIC, em meados da década de 1990, houve uma melhor definição do campo comunicacional na formação profissional, na pesquisa, na extensão e aumentou o nível de articulação dos diferentes conhecimentos e procedimentos que o envolve. Atualmente, a FIC oferta cinco cursos de graduação: Jornalismo, Publicidade e Propaganda e Relações Públicas, na área da comunicação, Biblioteconomia e Gestão da Informação, na área da informação. E, ainda, oferta pós-graduação lato e stricto sensu: Mestrado em Comunicação, Especialização em Assessoria de comunicação e Marketing, em Letramento Informacional EAD, envolvendo mais de mil pessoas entre professores/as, técnicos/as e estudantes. Dessa forma, ela tem atraído para seu universo um pensamento diversificado, potente e criativo.

Esses aspectos são geradores de novas diretrizes para a formação profissional, produção do conhecimento, mas também, impacta a comunicação na própria UFG. A elaboração de uma política de comunicação, focada na comunicação pública, no fortalecimento da democracia e na integração dos diferentes organismos de comunicação para dar respostas às demandas interna e externa, é um processo que conta com os talentos, as habilidades, os laboratórios e o conhecimento gerados na FIC. Envolve professores/as e estudantes-estagiários/as e técnicos/as administrativos na produção e veiculação da informação, na elaboração da política e no desenvolvimento de projetos comunicacionais. No entanto, ainda, há um vasto campo do conhecimento a ser incorporado a esse processo como o da gestão da informação, do jornalismo de dados, do letramento informacional e das mídias sociais.

A FIC tem priorizado a UFG como campo de estágio para todas as profissões que envolvem a comunicação e a informação. Tem capitaneado projetos de extensão e pesquisa e, aposta na produção coletiva e compartilhada de comunicação como forma de enfrentar os desafios postos pela conjuntura paradigmática a partir da crise do modelo empresarial midiático e da entrada em cena das mídias sociais. Nesse sentido, mais do que colaboradora e parceira, a FIC tem se comprometido em figurar como um dos pilares articuladores dessa política que deverá avançar para uma prática espelhada nos princípios da comunicação pública e democrática, envolvendo as experiências na Rádio Universitária, na TV UFG e na Assessoria de Comunicação, bem como nos laboratórios de mídia que tem gestado novas linguagens e novos empoderamentos de atores sociais, nos processos de comunicação.

A UFG e a Política de Comunicação

Como toda organização, a UFG desenvolve diariamente uma série de processos e procedimentos ligados à informação e à comunicação que perpassam as atividades de ensino, pesquisa, extensão e administração da instituição e dos quais participam todos os membros da comunidade universitária.

Desafios institucionais de complexa solução quando se considera que a UFG possui uma comunidade universitária extensa e diversificada. Formada por pessoas de diferentes origens e lugares que se encontram espalhadas pelos cinco municípios do Estado de Goiás, onde a instituição mantém sedes regionais e câmpus, além de muitos outros lugares do Estado, do Brasil e do mundo, graças ao intercâmbio acadêmico de alunos e professores com instituições nacionais e estrangeiras e à atuação da instituição na Educação à Distância.

Contudo, para a superação de tais desafios, a UFG conta com profissionais e estruturas específicas e aptas a realizarem uma gestão eficiente e eficaz da comunicação na instituição. Neste sentido, a Política de Comunicação busca uma definição clara de princípios, objetivos, metas e procedimentos para a comunicação, em sentido amplo e em seus mais variados aspectos, na Universidade. Em suma, define-se que para a UFG;

Política de Comunicação é um conjunto articulado de valores, princípios, diretrizes e posturas, com o objetivo de nortear o planejamento, a execução e a avaliação de estratégias, ações, produtos e serviços que promovam uma cultura de comunicação baseada no diálogo permanente com os públicos, fundamentada na comunicação pública e cidadã (COMISSÃO PC, UFG, 2016).

É imprescindível o entendimento por parte da comunidade universitária como um todo e de cada um de seus membros em particular de que comunicação é uma responsabilidade permanente de todos e de cada um em especial. Entendimento que pode e deve auxiliar a Universidade a devolver para a sociedade, na forma de informações de interesse de seus públicos e de conhecimentos e saberes que impactam a vida das pessoas e das comunidades, os investimentos públicos realizados pela mesma na instituição. E com isso, auxiliar a UFG no cumprimento de sua missão institucional.

Diante do exposto e pelos motivos apresentados, a Comissão para a Política de Comunicação da UFG apresenta sua metodologia e os temas desenvolvidos para a apreciação da comunidade universitária, esta proposta objetiva estabelecer princípios,

diretrizes e parâmetros norteadores para a comunicação da instituição com seus diversos públicos.

A Política de comunicação UFG: uma construção coletiva

No ano de 2007, com o apoio da gestão da Universidade, profissionais de comunicação que estavam à frente da Ascom, Rádio Universitária e Faculdade de Comunicação e Biblioteconomia (FACOMB) iniciaram discussões e encaminhamentos para a criação do Centro de Comunicação da UFG – Cecom, vinculando os órgãos citados. No entanto, a dificuldade de conciliar a rotina de trabalho com o desenvolvimento do projeto fez com que a ideia avançasse lentamente.

Em 2014, um novo grupo de trabalho foi formado, com profissionais da Ascom, Rádio Universitária e TV UFG. Antes de retomar encaminhamentos para a criação de um órgão, o grupo optou por concentrar esforços na elaboração da política de comunicação da instituição, como forma de facilitar a integração de suas atividades, otimizar esforços e trabalhar a imagem da instituição de forma coesa.

Metodologia

A elaboração da Política de Comunicação decorre de pesquisa bibliográfica, levantamento de experiências, reuniões, seminários, encontros temáticos, pesquisas de opinião e esforços de integração da área de comunicação da UFG e de outros órgãos que trabalham com informação e comunicação na instituição. O trabalho tem a característica de construção coletiva e contou com a participação da comunidade universitária durante os meses de julho a outubro em que o documento foi disponibilizado para consulta pública e contribuições, além disso, a audiência pública foi realizada, contemplando todas as regionais, assim como a proposta foi apresentada para Pró-reitorias, Conselhos Gestores de todas as Regionais, Unidades de Ensino, órgãos e departamentos. Por fim, após estes processos a proposta de Resolução foi enviada ao Conselho Universitário em forma de Resolução e aprovado em 24 de novembro de 2017.

Bibliografia e experiências

A principal referência bibliográfica é o trabalho do professor, pesquisador e consultor Wilson Bueno que, no livro Comunicação Empresarial, Políticas e Estratégias

(2013), descreve a experiência da Embrapa na elaboração de sua política de comunicação. O autor também foi consultor do Instituto Federal de Santa Catarina - IFSC e da Universidade Estadual de Santa Catarina - UDESC na elaboração de seus documentos de política de comunicação.

O trabalho realizado nas instituições federais de ensino superior foi registrado por meio de vídeos, fotos e notícias que foram disponibilizados em sites criados para divulgação e acompanhamento dos processos.

A dissertação de mestrado da jornalista Marcela Lin (2014), com o título “Política de comunicação em instituições de ensino profissional, científica e tecnológica: proposta a partir da experiência do IFSC” apresenta em detalhe o processo realizado no Instituto.

Em abril de 2015, o grupo de trabalho teve oportunidade de participar de uma videoconferência com a jornalista mencionada, em que a mesma falou sobre a experiência no IFSC e respondeu perguntas dos participantes.

Reuniões

O material bibliográfico e o relato de experiência foram objeto de estudo por parte do grupo de trabalho da UFG em reuniões semanais, oferecendo subsídios para definição de: conceitos, princípios, diretrizes, pressupostos, públicos e temas de comunicação concernentes à visão da Universidade.

Além das reuniões semanais foram realizadas quatro reuniões com órgãos que trabalham com comunicação e informação na UFG para colher contribuições e identificar atividades/serviços correlatos. Participaram da reunião dirigentes e representantes dos seguintes locais: Centro de Informação e Documentação Arquivística (Cidarq), Centro Integrado de Aprendizagem em rede (CIAR), Sistema de Bibliotecas (Sibi), Centro Editorial e Gráfico (Cegraf), Centro de Recursos Computacionais (Cercomp), Assessoria de Comunicação do Hospital das Clínicas (Ascom-HC), Ouvidoria, Departamento de Recursos Humanos (DDRH) e Faculdade de Informação e Comunicação (FIC).

Para apresentar o trabalho e solicitar o apoio e a contribuição de especialistas da área de comunicação, também foram realizadas duas reuniões na Faculdade de Informação e Comunicação - FIC/UFG, com o Diretor e com o Conselho Diretor da Unidade Acadêmica.

Seminários e Encontros

Ao longo do processo de elaboração da política de comunicação foram realizados três seminários e onze encontros temáticos.

O primeiro seminário foi realizado em agosto de 2015, com o tema “Integração da área de Comunicação da UFG”, com o intuito de integrar os servidores dos órgãos de comunicação e contribuir para a realização de trabalhos conjuntos entre Ascom, Rádio Universitária e TV UFG.

Além disso, foram realizadas duas edições do Seminário Comunicação Pública e Cidadania. Na primeira edição, em 2015, foram discutidos o conceito e experiências em comunicação pública e política de comunicação, com destaque para o lançamento da marca da Política de Comunicação UFG assim como a socialização de experiências de política de comunicação de outras instituições de ensino superior, como do Instituto Federal de Santa Catarina, Instituto Federal de Goiás e Instituto Federal Goiano. Na segunda, em 2016, houve discussões sobre comunicação pública e a gestão da Empresa Brasileira de Comunicação - EBC. Houve, ainda, relato de experiência do consultor Jorge Duarte, que vivenciou o processo de criação da política de comunicação da Embrapa, neste momento também foram revistos os temas propostos e discutidos nos Encontros Temáticos.

Por fim, os Encontros Temáticos aconteceram nos meses de setembro e outubro/2016, na Faculdade de Informação e Comunicação (FIC), num total de 11 encontros, sobre os temas: Comunicação Interna; Publicidade institucional e gestão da marca; Veículos de comunicação: Jornal, Rádio e TV; Organização de eventos institucionais, científicos, culturais e de extensão; Divulgação jornalística das atividades institucionais, científicas, culturais e de extensão; Relacionamento com a mídia e comunicação em situação de crise; Canais de relacionamento na web: portal e redes sociais; Produção audiovisual e economia criativa; Conselhos e ouvidoria: interação UFG e sociedade; Gestão, preservação e acesso de documentos arquivísticos; Memória e acervo institucional. Cada encontro tratou sobre um tema ou temas correlatos, abordados por dois especialistas ou mais, como forma de propiciar a diversidade de pontos de vista e discussões, o público presente nos encontros foi diversificado contando com docentes, estudantes e técnicos-administrativo.

Esforço de integração

Um aspecto que favorece a fluidez do trabalho é a integração, não só de atividades, mas principalmente entre as pessoas que o realizam. A integração proporciona um ambiente colaborativo, o que contribui para um clima organizacional positivo e o alcance de resultados.

Para favorecer a integração as reuniões semanais aconteceram alternadamente na Ascom, Rádio Universitária e TV UFG. O seminário “Integração Comunicação UFG” foi realizado com esse objetivo e contou, no encerramento, com um almoço de confraternização entre os profissionais da área de comunicação. Os Seminários Comunicação Pública e Cidadania e os Encontros Temáticos também constituíram momentos de maior proximidade.

Em dezembro de 2016, a confraternização de fim de anos foi coletiva entre os órgãos de comunicação e a assessoria.

Pesquisas

Foram realizadas três pesquisas com o objetivo de recolher informações a respeito da visão dos gestores da UFG, dos profissionais de comunicação e de toda a comunidade universitária. As pesquisas foram realizadas de forma on-line, utilizando a ferramenta Google docs.

A pesquisa “A comunicação na visão dos gestores da UFG” teve como objetivo identificar as formas de comunicação na UFG nas pró-reitorias, regionais, órgãos, unidades acadêmicas, unidades acadêmicas especiais, coordenações administrativas, coordenações de graduação e de pós-graduação.

A opinião dos profissionais da área de comunicação foi analisada a partir da pesquisa “A Comunicação: Estrutura, Integração e Opinião”. O público da pesquisa foi composto por servidores efetivos, terceirizados, bolsistas e estagiários da Assessoria de Comunicação de todas as regionais, Rádio Universitária e TV UFG.

Toda a comunidade da UFG, professores, estudantes de graduação e pós-graduação, terceirizados tiveram oportunidade de opinar sobre a comunicação da Universidade na pesquisa “Produtos e Serviços de comunicação da UFG”. Houve divulgação da pesquisa no Portal UFG, Facebook UFG e por e-mail marketing. Os resultados e os relatórios completos de cada pesquisa estão disponíveis no site

www.politicadecomunicacao.ufg.br.

Por fim, o documento está sendo disponibilizado para a consulta da comunidade acadêmica entre julho e outubro de 2017. Período em que também ocorrerá uma audiência pública que contemplará todas as regionais e a apresentação da proposta para Pró-reitorias, Conselhos Gestores de todas as Regionais, Conselhos Diretores das Unidades de Ensino, órgãos e departamentos.

Objetivos, princípios e condições administrativas

Para que a política de comunicação possa cumprir com seus propósitos e permita a construção de uma cultura de comunicação destacam-se seus objetivos, princípios e condições administrativas

Objetivos

A política de comunicação é fundamental para que a UFG possa:

- Fortalecer sua identidade e imagem institucional;
- Fortalecer a identidade da área de comunicação da instituição;
- Aprimorar os fluxos de comunicação interna e externa;
- Promover o diálogo permanente com os públicos;
- Promover a comunicação como responsabilidade e compromisso de toda a comunidade universitária;
- Promover uma cultura de comunicação em toda a comunidade universitária.

Princípios

A comunicação da UFG em seus produtos e serviços terá como parâmetro de atuação os seguintes princípios:

- Articulação com o estatuto, o regimento e o Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI).
- Comprometimento com a promoção da cidadania e inclusão;
- Diálogo ético e profissional com os públicos internos e a sociedade;
- Compromisso com a visibilidade da produção acadêmica, científica e cultural;
- Zelo pela imagem institucional;
- Responsabilidade de toda a comunidade universitária;
- Respeito à diversidade

Condições administrativas

Para cumprir suas responsabilidades em consonância com a política de comunicação, é preciso contar com respaldo institucional e com o comprometimento dos profissionais da área. Em síntese, destacam-se as necessidades de:

- Valorização da comunicação como instrumento estratégico de gestão;
- Existência de uma estrutura física e técnica adequada;
- Recursos humanos qualificados na área da comunicação e afins;
- Recursos financeiros;
- Capacitação dos profissionais e agentes de comunicação;
- Atuação integrada entre as áreas da comunicação;
- Planejamento das ações de comunicação;
- Conhecimento detalhado dos públicos de interesse;
- Compromisso de atualização periódica do documento da política de comunicação;

Conceitos

A política de comunicação está pautada em conceitos atuais da área de comunicação, sendo importante explicitá-los para a melhor compreensão das propostas do documento.

Comunicação Pública

A área de comunicação da UFG seguirá os preceitos da comunicação pública, o que significa dizer que estará comprometida com a cidadania, os direitos humanos e a democracia.

A Assessoria de comunicação, na gestão da comunicação organizacional da instituição, acompanhará o que orienta Pierre Zémor (2009), precursor da comunicação pública no Brasil. Será responsável por disponibilizar informações; estabelecer iniciativas de diálogo e relacionamento entre a instituição e seus públicos estratégicos; divulgar os serviços e programas institucionais; dar visibilidade à instituição, tornando-a conhecida por suas realizações; conduzir campanhas educativas e de informação; desenvolver ações de comunicação de interesse geral; promover debates públicos.

Os veículos de comunicação da UFG devem pautar a produção de conteúdos para as rádios e TVs universitárias pela Lei 11.652, de 7 de abril de 2008, que institui os princípios e objetivos dos serviços de radiodifusão pública explorados pelo Poder Executivo ou outorgados a entidades de sua administração indireta. A Lei expressa o entendimento de comunicação pública quando se refere ao compromisso com: acesso à informação, difusão do conhecimento, produção independente de conteúdos, debate público, respeito a preceitos éticos e à diversidade.

Jorge Duarte, um dos estudiosos dessa temática, com experiência profissional na área, propõe que:

Comunicação pública, no Brasil, é uma expressão que não especifica um conjunto de conhecimentos, áreas, profissões e estruturas, estando mais próximo de se caracterizar como um ethos, uma postura de perceber e utilizar a comunicação como instrumento de interesse coletivo para fortalecimento da cidadania. (DUARTE, 2009, p. 60).

Embora sejam recentes os estudos sobre comunicação pública, é possível extrair o seguinte entendimento para pautar a atuação da área de comunicação da UFG: a comunicação pública compreende um conjunto de processos planejados, que tem como finalidade promover uma comunicação participativa, com transparência, comprometida com a cidadania.

Comunicação organizacional

A comunicação organizacional refere-se à gestão integrada de estratégias, ações, produtos e serviços de comunicação, que busca fortalecer a identidade e a imagem institucional, por meio do diálogo permanente com os públicos, internos e externos, e da contribuição nas ações de gestão, ensino, pesquisa e extensão da universidade.

Comunicação institucional

Algumas referências apontam as áreas de comunicação organizacional e institucional como sinônimas, Kunsch (2003) propõe o conceito de comunicação institucional como responsável pela construção da identidade e imagem organizacionais e pela manutenção desses conceitos diante dos públicos de modo que a Instituição seja representada de forma coerente e tenha seus valores reconhecidos por todos.

Em sua essência, a comunicação institucional faz parte do âmago da UFG e, neste

documento, pode ser entendida como a união dos conceitos de comunicação organizacional e comunicação pública. Nesse contexto, a comunicação organizacional é proposta como gestora dos processos, responsável por operacionalizar os valores da comunicação pública.

Públicos e formas de relacionamento

Os públicos pressupõem um agrupamento de pessoas que possuem interesses para a instituição. Para constituir o público, é necessário que haja uma interferência mútua entre as pessoas agrupadas e a Universidade. O estabelecimento destas relações é a base para todos os assuntos que envolvem a UFG, levando em consideração que cada público possui diferentes graus de importância e carrega consigo uma especificidade, que caracteriza o seu relacionamento com a instituição.

A segmentação dos públicos auxilia na compreensão de sua influência e sua essencialidade. Para este processo, utilizou-se a tradicional conceituação que classifica os públicos em: interno, abrangendo as pessoas que possuem uma relação direta com a instituição; externo, composto pelas pessoas que estão mais distantes, mas mesmo assim exercem influências sobre ela e; misto, são os que têm características do público interno e do externo, vivenciando o que se passa na instituição, mas não ocupando seu espaço físico (FRANÇA, 2004; ANDRADE, 2003; GRUNIG; 2009).

Categorização dos Públicos

Públicos Internos

Gestores: Reitor e vice-reitor e demais servidores que ocupam cargos de chefia nas instâncias das Pró-reitorias, Assessorias, Unidades Acadêmicas e Órgãos.

Servidores: docentes e técnico-administrativos, que ocupam ou não cargos de chefia, em condição de substitutos, temporários ou reintegrados.

Terceirizados: profissionais contratados para realizar os diversos serviços que a UFG considera necessários para este tipo de enquadramento.

Estudantes: a UFG oferta cursos de graduação e pós-graduação, além de possuir educação básica em seu Centro de Ensino e Pesquisa Aplicada à Educação (Cepae). Por isso, possui um perfil diversificado de estudantes, que varia em consonância com a idade,

o nível da formação e a área do conhecimento.

Intercambistas: estudantes vindos de programas internacionais para estudar na UFG e os estudantes que saem da universidade com intuito de estudar em outros países.

Estagiários: estudantes da UFG ou de outras instituições, que realizam estágios, curriculares e extracurriculares, na instituição.

Públicos Externos

Imprensa: veículos de comunicação jornalísticos.

Comunidade acadêmica e científica de outras instituições: estudantes e pesquisadores de outras instituições que estejam envolvidos com pesquisas científicas ou programas e ações da UFG.

Entidades de classe: entidades que representam os profissionais de determinada área.

Potenciais alunos: estudantes que almejam ingressar na instituição, em cursos de ensino básico, graduação e pós-graduação.

Instituições de ensino básico: instituições de ensino fundamental e médio, cujos estudantes são potenciais futuros estudantes da UFG.

Familiares de estudantes e servidores: considera os familiares de estudantes e servidores ativos na instituição.

Instituições parceiras: aquelas que realizam ações, parcerias, projetos ou programas em conjunto com a UFG.

Empresas e Setores Produtivos: organizações que compõem o mercado de trabalho e podem estabelecer parcerias com a UFG.

Terceiro setor e movimentos sociais: organizações sem fins lucrativos, que prestam serviços de caráter público.

Agências de Fomento: pessoas jurídicas ou físicas que prestam serviços ou fornecem produtos para a UFG.

Poderes Executivo, Legislativo, Judiciário e Ministério Público: poderes da União, que funcionam de forma independente e harmônica no governo do país.

Sociedade: a comunidade em geral, em nível regional, municipal, estadual e nacional.

Órgãos de controle, fiscalização e credenciamento: órgãos responsáveis pelo controle, fiscalização e credenciamento daquilo que é realizado pela UFG.

Fornecedores: empresas que garantem o fornecimento de materiais e serviços primordiais para o funcionamento da UFG.

Públicos Mistos

Representações estudantis e servidores da UFG: as representações que visam unir e representar as categorias, como os Centros Acadêmicos (CA's), o Diretório Central dos Estudantes (DCE's), a Associação dos Pós-Graduandos (APG), o Sindicato dos Trabalhadores Técnico-Administrativos em Educação das Instituições Federais de Ensino Superior do Estado de Goiás (Sint-Ifes-GO), o Sindicato dos Docentes das Universidades Federais de Goiás (Adufg).

Egressos: estudantes que já concluíram seus estudos na UFG.

Comunidade atendida por serviços: pessoas da comunidade externa que são atendidas por algum tipo de serviço prestado ou projetos de extensão da UFG.

Aposentados: servidores que já se aposentaram.

Prestadores de serviços: empresas que prestam serviços diversos para a instituição.

Empresas incubadas: empresas jovens amparadas para seu desenvolvimento.

Voluntários: pessoas que prestam serviços não remunerados e espontâneos na UFG.

Temas

A diversidade de ações, produtos e serviços de comunicação, planejados estrategicamente para diferentes públicos e veículos exige norteamentos específicos na política de comunicação. Para a elaboração deste documento que balizará as ações de comunicação na UFG foi considerado fundamental a discussão e normatização dos seguintes temas.

1. Marca UFG
2. Comunicação Interna
3. Organização de eventos institucionais, científicos, culturais e de extensão
4. Divulgação das atividades institucionais, científicas, culturais e de extensão
5. Relacionamento com os veículos de comunicação
6. Comunicação em situação de crise
7. Veículos de Comunicação
 - 7.1 Radiodifusão na UFG: regras, princípios e diretrizes
 - 7.2 Jornal UFG
 - 7.3 Portal UFG e sites
 - 7.4 A UFG nas redes sociais
8. Ouvidoria: interação com a comunidade universitária
9. Gestão, preservação e acesso a documentos arquivísticos e memória e acervo institucional

10. Comunicação e Saúde
11. Comunicação e Tecnologia da Informação
12. Comunicação e Produção Gráfica
13. Sistema de Bibliotecas e política de comunicação
14. Gestão da Comunicação

1. Marca UFG

A Universidade Federal de Goiás tem um importante papel na sistematização e socialização do conhecimento e do saber, formando, há mais de 55 anos, profissionais e cidadãos capazes de promover a transformação e o desenvolvimento da sociedade. Neste contexto, a UFG conquistou seu lugar no cenário nacional como instituição pública de ensino superior gratuito e de qualidade, tornando-se referência em ensino, pesquisa e extensão.

Dentre os símbolos que uma instituição sustenta, a marca, reunião de elementos identitários tangíveis e intangíveis, ganha maior relevância, justamente por aportar seus valores. A ideia de marca se consolida pela identidade visual, conjunto de elementos gráficos que singularizam visualmente a instituição. Dentre os principais elementos, encontram-se o símbolo visual e o tipográfico, responsáveis pela identificação gráfica da instituição. A UFG possui uma marca visual composta por um símbolo gráfico e uma inscrição tipográfica.

A marca UFG existe desde o ano de 1966 e representa a missão, os princípios e os valores da instituição. No ano de 2006, a partir de um concurso, a marca visual foi atualizada e, desde então, é composta por seis unidades hexagonais de cor azul (100% Ciano, 40% Magenta), de diferentes dimensões, com distintos espaçamentos entre si, gravitando em torno de um centro hexagonal vazado. A tipografia utilizada é a Myriad Roman Bold, na sigla UFG e no descritor Universidade Federal de Goiás. A orientação para a correta aplicação e as normas técnicas de uso estão disponíveis no **Manual da Marca UFG**, elaborado a partir da identidade visual, e que normaliza seu uso.

A UFG preza pelo respeito às diferenças e a pluralidade de ideias e seu símbolo preserva esses ideários. Um dos principais desafios da política de comunicação é a gestão da marca UFG e, neste sentido, a normalização do uso da marca padroniza os processos de comunicação interna e externa e contribui para seu reconhecimento na comunidade acadêmica e sociedade em geral.

A ausência de uma gestão da marca fragiliza a imagem percebida da instituição, além de desagregar as unidades e cursos. Já o uso correto da marca gera um sentimento de pertencimento institucional, resultando em esforços conjuntos para o fortalecimento da própria marca, em plano geral. Ao gerir modos de apresentação, consolidando a marca

UFG, o interesse que prevalece é o coletivo, corrigindo a dispersão visual nas várias marcas de unidades, órgãos, laboratórios e outros setores acadêmicos e administrativos. Uma marca institucional forte valoriza os diplomas e dá credibilidade aos currículos, além de transparecer para a comunidade a perspectiva de organização e eficiência.

Nas rotinas da Universidade, a marca deve constar em documentos, *sites*, editais, publicações acadêmicas, campanhas institucionais, material publicitário e quaisquer outros meios de divulgação de eventos realizados ou apoiados pela UFG, creditando à UFG todas as ações efetivadas pela instituição.

A área de Publicidade Institucional, componente da Assessoria de Comunicação, é o setor responsável por garantir a aplicação correta da marca nos diversos veículos de comunicação que a instituição utiliza para se comunicar com a comunidade acadêmica e sociedade em geral.

2. Comunicação Interna

A comunicação interna caracteriza-se como “conjunto de ações que a organização coordena com o objetivo de ouvir, informar, mobilizar, educar e manter coesão interna em torno de valores que precisam ser reconhecidos e compartilhados por todos e que podem contribuir para a construção de boa imagem pública” (CURVELLO, 2012, p. 22)

Dentre os diversos públicos que compõem a UFG os públicos internos destacam-se pelo andamento administrativo da Universidade bem como pela produção e circulação de conhecimento nas áreas de ensino, pesquisa, extensão e cultura. Os processos decorrentes da comunicação entre esses públicos constroem a identidade e a cultura organizacionais que caracterizam o ambiente interno e os modos de ser da instituição.

Neste documento são considerados, essencialmente, como públicos internos: servidores (professores; técnicos); servidores gestores (reitor, vice-reitor, pró-reitor, pró-reitor adjunto, assessores, diretores, coordenadores); estudantes (educação básica, graduação, pós-graduação,) terceirizados; intercambistas e estagiários.

A UFG estimula a contribuição e participação de todos os sujeitos como produtores de informação. Desta forma, a comunicação interna da UFG deve prever o diálogo e a interação de forma transparente e ética entre os mais diversos públicos que a compõem e prezar pelos valores da comunicação pública.

As formas de atendimento às pessoas via telefone, e-mail e presencialmente devem ser feitas de maneira clara e informativa e de acordo com o **Manual de atendimento ao público**. Por sua vez, a produção de documentos de cunho administrativo da instituição como memorandos, circulares, convocações, entre outros devem seguir o **manual de redação de documentos oficiais**, elaborado pelo Cidarq.

Quando, em suas formas de divulgação, os públicos internos utilizarem veículos de comunicação como sites, redes sociais, boletins, mural, informativos, jornais internos, vídeos, revistas, entre outros, deverão seguir as orientações dos manuais referentes a cada tipo de veículo e do **manual da Marca UFG** para que seja mantida a identidade institucional. Da mesma forma, ao produzirem e realizarem eventos de qualquer natureza é necessário seguir o **manual de eventos da UFG**.

Indica-se a avaliação constante das ações, produtos, serviços e veículos de comunicação interna por meio de pesquisas para embasar novas estratégias com o intuito de realizar uma comunicação mais efetiva com os públicos internos.

Em casos de situações de crise, referentes a acontecimentos na instituição, sugere-se que informes oficiais da gestão sejam publicizados por todas as unidades e órgãos e que o diálogo seja mantido para a melhor forma de resolução das situações, conforme indicado no **Manual de Gestão de Crises**.

Os estudantes de graduação receberão o **Guia Estudantil** com as principais informações relativas às suas rotinas na instituição, este será elaborado pela Pró-Reitoria de Graduação. Da mesma forma, em parceria com a Departamento de Desenvolvimento de Recursos Humanos será disponibilizado o **Guia do Servidor** para os servidores que ingressarem na UFG.

Em seu viés administrativo, a comunicação interna é composta essencialmente por relações de trabalho entre servidores e, de acordo com o Regimento Geral e Estatuto da instituição, estão previstos cargos de direção e funções gratificadas. Neste sentido, o respeito e o diálogo entre esses agentes públicos devem prevalecer no processo de gestão bem como valores como ética e transparência. Nos processos de rotina, planejamento e tomadas de decisão em que os servidores se reúnem, sugere-se como guia o **Manual de Reuniões de Trabalho**.

Todos os servidores são responsáveis pela qualidade da produção e circulação de informações e a comunidade universitária deve buscar a construção permanente de uma cultura de comunicação que contribua para o reforço da identidade institucional e o cumprimento da missão e visão da UFG.

2.1 Agente de Comunicação

A Política de Comunicação prevê a existência de agentes de comunicação nos locais de trabalho da UFG que estabelecerão o contato direto com a Assessoria de Comunicação, Rádio Universitária e TV UFG.

Esses serão capacitados pela Ascom para contribuírem com a difusão das diretrizes e normativas da Política de Comunicação, bem como nortear as demais pessoas envolvidas em atividades referentes à comunicação com o objetivo de manter a qualidade dos produtos e serviços da área.

Preferencialmente, o agente de comunicação deverá ser um servidor vinculado à direção da unidade ou órgão.

3. Organização de eventos institucionais, científicos, culturais e de extensão

Os eventos caracterizam-se como instrumentos de comunicação dirigida, que é uma forma de comunicação destinada a propiciar maior interação entre pessoas e grupos, o que contribui para um melhor resultado de qualquer comunicação. Caracterizam-se, ainda, por um tipo de comunicação aproximativa pois promovem um contato direto dos públicos com as organizações.

Os eventos são uma forma de comunicação que também contribuem para dar visibilidade às ações da UFG. Além disso, têm a capacidade de gerar no público sentimentos e percepções que agregam valor à marca. Daí a importância de realizar eventos a partir de um planejamento estratégico, de forma a alcançar resultados positivos em relação ao objetivo traçado e contribuir para uma boa imagem da instituição.

Na UFG, de acordo com a finalidade, os eventos são classificados como: institucionais, científicos, culturais e de extensão.

Os eventos institucionais compreendem as posses de reitores e diretores, inaugurações, concessões de títulos honoríficos, colações de grau, formalização de parcerias. Esses têm por finalidade dar publicidade aos atos institucionais e fortalecer o vínculo de públicos específicos com a instituição.

Os congressos, seminários, semanas acadêmicas e palestras têm como finalidade a divulgação e socialização do conhecimento científico entre alunos, professores, pesquisadores de outras instituições e o público em geral.

Os eventos culturais como shows, apresentações musicais, de teatro, dança, poesia, entre outros contribuem para o desenvolvimento da área de artes e cultura.

Por sua vez, os eventos de extensão têm por finalidade estreitar a relação da universidade com a sociedade e disponibilizar os conhecimentos científicos por meio de experiências práticas.

Neste contexto, para auxiliar os organizadores de eventos na UFG, a Assessoria de Comunicação disponibiliza o **Manual de Eventos** e realiza treinamentos para a comunidade universitária. Para os grandes eventos promovidos periodicamente pela instituição, como por exemplo: Espaço das Profissões, Conpeex, sugere-se o mapeamento dos processos desenvolvidos e a criação de um **documento orientador** para criar uma memória dos acontecimentos e conseqüentemente auxiliar a organização dos eventos posteriores.

Além disso, qualquer que seja o evento da instituição, é importante que o organizador dê visibilidade à marca da UFG , de acordo com o **Manual da Marca**, dispondo-a de maneira visível ao público, seja nos materiais de divulgação impressos ou on-line e também no ambiente de realização do evento.

Além disso, por se tratar de uma instituição pública, os eventos da UFG se revestem de caráter oficial e devem seguir o Decreto N° 70.274, de 09 de março de 1972, que aprova as normas do cerimonial público e a ordem geral de precedência.

4. Divulgação das atividades institucionais, científicas, culturais e de extensão

Divulgar as atividades e eventos da Universidade para seus diversos públicos, para além do necessário compromisso com a comunicação pública e com a democratização da informação, é reconhecer seu papel na comunidade e consolidar seu potencial como agente transformador da sociedade.

A divulgação das atividades institucionais, científicas, culturais e de extensão da UFG deve estar na rotina de trabalho dos veículos de comunicação oficiais da instituição, como forma de estreitar o relacionamento com seus públicos. A divulgação científica, em específico, deve aproximar a produção acadêmica da vida cotidiana, indo além da mera "tradução" de termos e conceitos.

Cabe ao público interno, em especial por meio de agentes de comunicação, a responsabilidade do envio das informações para a Assessoria de Comunicação, Rádio Universitária e TV UFG. O objetivo é que as atividades não fiquem restritas às salas de aula, laboratórios, órgãos administrativos e demais espaços acadêmicos. Tal atividade é recebida e acompanhada pelos profissionais responsáveis pelos diferentes veículos de comunicação da UFG, que também têm o compromisso de realizar o levantamento sistemático e planejado de assuntos e pautas em órgãos administrativos e unidades acadêmicas, tendo como critérios fundamentais a informação de qualidade e o interesse social.

Estes profissionais devem estabelecer contato constante entre si para compartilhar as informações levantadas. Para organizar o atendimento, os órgãos e veículos de comunicação devem disponibilizar um meio exclusivo para o envio de pedidos de divulgação.

4.1 Formas de divulgação

A área de comunicação da UFG compromete-se com a divulgação de qualidade e com a adequação das informações a cada um de seus veículos como Portal UFG, Jornal UFG, Rádio Universitária, TV UFG, boletim eletrônico, redes sociais, entre outros. Além disso, de forma complementar, a divulgação deve ser realizada para a imprensa externa, como forma de ampliar o alcance das informações.

Para a UFG, ter suas atividades institucionais, científicas, culturais e de extensão presentes nos veículos de comunicação tanto internos quanto externos, é uma forma de

prestar contas à sociedade e de fortalecer a imagem de uma instituição pública transparente, atuante e socialmente responsável. As ações relativas especificamente aos veículos externos serão detalhadas no item “Relacionamento com a mídia”.

4.2 Periódicos Científicos

A socialização, a democratização e o livre acesso à produção científica da UFG também deve se dar por meio de periódicos científicos. As publicações especializadas que já são produzidas ou que virão a ser criadas pelas diferentes unidades acadêmicas, devem obedecer aos critérios estabelecidos pela Coordenação do Portal de Periódicos Eletrônicos da UFG. A equipe oferece assessoria personalizada para as necessidades do periódico, além de capacitação sobre o processo editorial e o sistema de editoração científica.

5. Relacionamento com os veículos de comunicação

Compreendida como um sistema composto por emissoras de TV, rádio, revistas, jornais e, agora, pela internet, a mídia é parte constituinte dos processos sociais e de suas interações, influenciando diretamente as impressões que a sociedade possui a respeito de uma instituição.

Nesse sentido, para a UFG, manter um bom relacionamento com os veículos de comunicação é fundamental para divulgar produtos e serviços, bem como tornar públicas as informações de interesse da população. Para que esse processo ocorra, a Universidade deve estabelecer equipes dirigidas e capacitadas para uma relação transparente, cordial, acessível e de confiança, estando sempre pronta a prestar esclarecimentos ou a buscá-los com as fontes adequadas.

Recomenda-se, assim, a todos os profissionais de comunicação e assessorias das Regionais da UFG, o uso de recursos e canais específicos para atendimento a esses veículos, tendo como objetivo-chave fornecer informações de qualidade e interesse público, de maneira ágil, democrática e planejada.

A rotina de relacionamento com os veículos é estruturada em quatro frentes de trabalho: o atendimento às demandas dos veículos de comunicação; a produção, o envio e monitoramento de pautas sobre as ações desenvolvidas

(coleta) de notícias sobre a UFG e a elaboração de análises de desempenho na mídia (relatórios de Auditoria de Imagem). A exemplo disso, tem-se o Projeto Visibilidade, criado em 2014 na Assessoria de Comunicação para contemplar a organização destas rotinas de trabalho.

5.1 Atendimento às demandas dos veículos de comunicação

Seguindo os preceitos da comunicação pública, que preconiza a democratização da informação, a UFG não deve privilegiar veículos de comunicação ou jornalistas em função de seu prestígio ou audiência.

Além disso, embora seja comum que profissionais dos veículos de comunicação tenham contato direto com as fontes das instituições, é importante sensibilizar profissionais de mídia assim como servidores da UFG para que todas as demandas relacionadas à imprensa sejam intermediadas pela Assessoria de Comunicação.

Para o atendimento adequado a essas solicitações, as Assessorias de Comunicação

deverão seguir um **Manual de Relacionamento com a Mídia**. O material traz procedimentos para que os jornalistas tenham suas demandas atendidas a contento, dentro de parâmetros éticos e socialmente responsáveis, com respeito mútuo à natureza e particularidades tanto da instituição pública quanto das empresas de comunicação.

5.2 Produção e envio de sugestões de pauta

As assessorias de comunicação de todas as Regionais da UFG e seus profissionais devem adotar uma atitude proativa em relação à visibilidade da Universidade na mídia. Nesse sentido, devem conquistar espaços nos veículos de comunicação por meio da produção e envio programado de sugestões de pauta sobre as atividades de ensino, pesquisa, cultura e extensão da UFG. Os materiais deverão obedecer às orientações estabelecidas no **Manual de Relacionamento com a Mídia**.

5.3 Clipping de notícias sobre a UFG e relatórios de Auditoria de Imagem

Pensada como um processo contínuo, o relacionamento com a mídia deve ser acompanhado por meio do monitoramento das notícias relacionadas à Universidade, publicadas nos diferentes veículos de comunicação. Realizar diariamente o *clipping* (coleta e arquivamento) de notícias é premissa para o acompanhamento da reputação da Universidade.

Ao controle quantitativo do *clipping* soma-se a avaliação qualitativa, por meio de um relatório denominado Auditoria de Imagem na Mídia, a ser apresentado mensalmente à gestão da Universidade e Regionais. Esses relatórios periódicos devem evidenciar aspectos como o tipo de citação feita à instituição (direto ou indireto), o enfoque das notícias (positivo ou negativo), o aproveitamento das sugestões de pauta pela imprensa, entre outros. A análise da Auditoria de Imagem é de extrema importância para padronizar procedimentos e adequar posturas de relacionamento com a imprensa em busca da manutenção da visibilidade institucional. Os processos de *clipping* e auditoria de imagem são descritos no **Manual de Relacionamento com a Mídia**.

5.4 Banco de Fontes e Capacitação

A UFG é, em sua essência, uma instituição de ensino, pesquisa e extensão, e, dessa

forma, muitos de seus servidores são pesquisadores em diversas áreas do conhecimento. Para o bom atendimento aos veículos de comunicação, as assessorias de comunicação das Regionais da UFG deverão manter um Banco de Fontes contendo os dados de atuação dos pesquisadores da Universidade.

Ademais, para que professores, técnicos e gestores da UFG sejam capacitados para atender a mídia, as Assessorias deverão realizar periodicamente um *media training* (treinamento) conforme o **Manual de Relacionamento com a Mídia**, para orientar fontes e porta-vozes da instituição, abrangendo desde a compreensão do funcionamento de jornais, sites e emissoras de rádio e TV até dicas práticas para entrevistas.

6. Comunicação em situação de crise

A UFG precisa estar preparada para lidar com situações de crise, circunstâncias previsíveis ou não com potencial para causar prejuízo à imagem e à reputação da universidade. Para evitá-las, é preciso, entre outras ações, cuidar da imagem institucional, conhecer os pontos frágeis da universidade e trabalhá-los para que não venham a causar conflitos. A universidade deve, também, ser pautada pela transparência e pela exposição de informações de interesse público, já que tem como missão gerar, sistematizar e socializar o conhecimento e o saber.

A UFG terá um Comitê Gestor de Crises, instituído por portaria, composto de forma permanente pelo reitor, vice-reitor, pró-reitores, coordenadores da Assessoria de Comunicação e da Ouvidoria. Para contribuir com os trabalhos do comitê serão convocados representantes de diversas áreas da UFG, conforme o assunto em questão. Essa equipe multidisciplinar deve estar disponível e preparada para reagir em situações críticas e inesperadas e tomar decisões para restabelecer a normalidade.

O processo decisório deverá seguir as etapas propostas no **Manual de Gestão de Crises UFG**, que oferece subsídios e diretrizes para todos os gestores e demais servidores da instituição sobre o que deve e o que não deve ser feito durante situações deste caráter.

Em situações de crise, a comunicação deve ser pensada estrategicamente de acordo com cada público, seja interno ou externo, e conforme cada veículo de comunicação, seja online ou offline. Neste contexto, a Assessoria de Comunicação exerce papel fundamental e deve participar de todas as tomadas de decisões, principalmente aquelas que resultem em ações comunicacionais. É por meio da Assessoria que a UFG se manifestará oficialmente sobre os acontecimentos, atenuando os impactos e os possíveis efeitos da crise.

Cabe aos assessores de comunicação a agilidade na disponibilização das informações, flexibilização e dinamismo, visando o atendimento eficiente e eficaz das demandas internas e externas da instituição. Os assessores são responsáveis por mediar a relação entre veículos de comunicação e instituição, e manter o relacionamento permanente, de forma profissional e sem distinção entre os veículos. Entretanto, é preciso ressaltar que, por ter como público-alvo a comunidade universitária, os veículos oficiais da UFG (Rádio Universitária, TV UFG, Portal UFG e Redes Sociais oficiais) têm prioridade na produção e distribuição de conteúdo em situações de crise.

Após a crise, é preciso mensurar o impacto da situação e analisar os danos

causados à imagem institucional. Caso necessário, devem ser definidas ações complementares para reverter possíveis danos à imagem e à reputação da Universidade. Todas as ações e estratégias adotadas durante a crise também devem ser avaliadas para aprimorar os procedimentos para futuras situações.

7. Veículos de Comunicação

Os veículos de comunicação da UFG são canais de relacionamento tipificados em impressos, digitais, audiovisuais e de radiodifusão, conforme seus suportes e os públicos que visam alcançar. Os veículos são classificados conforme a sua audiência sendo internos aqueles voltados para a comunidade universitária, externos os que têm como público a sociedade em geral e mistos que publicam informações que interessam a ambos.

Todos eles buscam auxiliar a Universidade na consecução de sua missão de “gerar, sistematizar e socializar o conhecimento e o saber, formando profissionais e indivíduos capazes de promover a transformação e o desenvolvimento da sociedade”. Deste modo, os veículos de comunicação ligados à UFG devem promover a visibilidade do conhecimento produzido na instituição, por meio da divulgação de ações de ensino, pesquisa, extensão, cultura e inovação que são desenvolvidas pela UFG. Em especial, os veículos de radiodifusão outorgados à UFG, conforme as leis federais, devem ainda promover a cidadania e a formação crítica do cidadão.

Os veículos de comunicação da UFG são campos de estágio e laboratório, em especial, para os estudantes dos cursos de Jornalismo, Relações Públicas e Publicidade e Propaganda e também áreas afins, momento em que esses podem entrar em contato com vertentes de produção de conteúdo voltadas para a divulgação científica, a comunicação institucional e a comunicação pública.

Para que a comunicação se dê de forma satisfatória é necessário que os conteúdos de cada veículo sigam diretrizes pertinentes a cada tipo de plataforma, bem como respeitem o padrão de identidade visual da UFG seguindo o **Manual da Marca** e a qualidade de conteúdos de acordo com o **Manual de Redação**. Neste sentido, é imprescindível que os responsáveis por sua criação e atualização trabalhem a partir de um planejamento prévio que descreva os objetivos, os públicos, as ferramentas e as estratégias adequadas a cada veículo, da mesma forma, suas propostas precisam estar alinhadas com a missão e os objetivos da Universidade, não se justificando qualquer inserção de conteúdos que tenham interesse pessoal.

A proposta de criação de novos veículos de comunicação deve ser encaminhada à Assessoria de Comunicação de cada Regional que será responsável pelo treinamento dos gestores e manterá atualizado um cadastro dos veículos de comunicação institucional da UFG. Da mesma forma, a Assessoria será responsável pela revisão daqueles que já existem, e poderá adequá-los às normativas estabelecidas.

O intuito é manter a qualidade e atualização das informações uma vez que esses possuem grande alcance e podem impactar na imagem e reputação da UFG. Neste contexto, veículos que não forem considerados adequados à comunicação institucional por possuírem informações desatualizadas ou em desacordo com os objetivos e princípios da Universidade poderão ser suprimidos.

7.1 Radiodifusão na UFG: regras, princípios e diretrizes

Enquanto instituição pública de ensino, a UFG tem por obrigação institucional o aprimoramento constante do diálogo com seus diversos públicos interno e externo por meio da divulgação de sua produção acadêmica, científica e extensionista e de sua abertura para o diálogo com a sociedade como um todo. Nesse contexto, a Rádio Universitária e a TV UFG são veículos da instituição que contribuem para cumprir tais objetivos, pois possibilitam ampla visibilidade das informações e promovem interação com os públicos.

A UFG administra os serviços de rádio e de televisão enquanto serviços públicos destinados à promoção da educação, cultura e informação. Dessa forma, suas emissoras devem observar a Lei Federal nº 4.117 de 1962, do Código Brasileiro de Telecomunicações, o Decreto nº 52.795 de 1963, que regulamenta os Serviços de Radiodifusão, e a Constituição Federal de 1988, nos Artigos 220, 221, 222 e 223 que tratam da Comunicação Social.

Além disso, os serviços de radiodifusão da Universidade são regidos pelas normas da Lei Federal nº 11.652 de 2008, que estabelece os princípios e objetivos da radiodifusão pública e define como instrumentos de garantia de participação e controle da sociedade a existência de uma Ouvidoria e de um Comitê Editorial e de Programação (Lei Federal nº 13.417/2017).

Os serviços de rádio e televisão outorgados e explorados pela Universidade Federal de Goiás deverão observar, sem prejuízo da legislação brasileira em vigor, os seguintes princípios e objetivos:

Cooperação, incentivo e divulgação dos processos e atividades de ensino, pesquisa e extensão da UFG;

Autonomia editorial e de programação em relação a qualquer tipo de interesse corporativo, administrativo, governamental, político e econômico;

Respeito e valorização dos direitos humanos, da diversidade, da justiça social e

dos grupos socialmente minoritários e/ou historicamente excluídos;

Promoção do direito à informação, à livre expressão do pensamento, à criação e à comunicação;

Incentivo à formação crítica do cidadão por meio do debate plural de ideias e opiniões sobre temas de relevância local, regional, nacional e internacional;

Promoção, difusão e divulgação da educação, ciência, cultura, esporte, saúde, cidadania, democracia, direitos humanos e da produção audiovisual independente, local e regional;

Compromisso com o uso de uma linguagem que não promova o estigma, preconceito e a violência;

Compromisso com a inclusão e o acesso de pessoas com deficiência aos conteúdos produzidos e/ou veiculados pelas emissoras;

Estímulo à inovação na linguagem audiovisual e radiofônica, à criação de novos formatos e conteúdos acessíveis e interativos;

Estímulo, incentivo e promoção da participação da sociedade e das comunidades locais na produção, programação, manutenção e fiscalização das atividades de radiodifusão;

Estímulo e incentivo à utilização das emissoras da UFG como campo experimental para estágios, laboratórios, pesquisa, extensão, inovação de todas as áreas do conhecimento;

Cooperação com outras instituições públicas e privadas ligadas à educação, ciência e cultura com vistas à formação e fortalecimento de uma rede de radiodifusão pública educativa e cultural;

Criação e manutenção de Conselho Editorial e de Programação, formado por representantes da gestão da Universidade, da comunidade universitária e por representantes da sociedade civil, com a função de analisar e avaliar a produção e a programação das emissoras;

Criação e manutenção de Ouvidoria, dirigida por um (a) Ouvidor (a) com mandato definido, com a função de analisar criticamente as produções e programações das emissoras, assim como as opiniões, críticas, reclamações e sugestões advindas dos canais de comunicação das emissoras com seus públicos.

7.2 Jornal UFG

Mesmo com o crescimento das mídias digitais, a universidade deve continuar investindo em veículos impressos pois é uma forma de atingir públicos específicos, chegando a pessoas que não teriam contato com o conteúdo produzido pela UFG por via digital. Além disso, a via impressa é um documento histórico de importância para a universidade.

Uma característica que deve ser adotada é que os materiais impressos sejam preferencialmente mais perenes. É o caso do Jornal UFG, mensal. Como ele, outros materiais já foram produzidos e podem voltar a ser feitos dependendo da necessidade da instituição, como os livros com relatórios da gestão ou revistas temáticas como a Revista UFG, produzida pela Pró-reitoria de Extensão e Cultura ou a Revista UFG Afirmativa, que durante algum tempo foi editada pela Assessoria de Comunicação, fazendo primeiramente um histórico da instituição e depois com edições temáticas que divulgavam as pesquisas em áreas específicas da UFG.

É importante buscar formas de tornar o material cada vez mais atual. Como, por exemplo, a conexão com materiais digitais que vão além de versões online, tais como realidade aumentada, QR codes, links, entre outros.

O Jornal UFG é um dos impressos há mais tempo em produção na universidade, criado em 2006 com o objetivo de dar visibilidade ao que é produzido na UFG dentro do tripé ensino, pesquisa e extensão. O Jornal UFG tem como público principal a comunidade universitária, mas também é distribuído para autoridades e comunidade externa. Possui a versão impressa e também online.

Este veículo institucional é produzido pela Assessoria de Comunicação, e possui um conselho editorial, instituído por portaria específica emitida pela Reitoria, é composto por docentes e técnicos de forma a contemplar as diversas áreas de conhecimento da UFG. O Conselho é responsável por definir diretrizes de conteúdo, gráficas e de distribuição.

O Jornal UFG divulga:

- Pesquisas realizadas na universidade, ou por pessoas ligadas a ela, em parceria ou não com outras instituições;
- Projetos de extensão, cultura promovidos no âmbito da UFG;
- Assuntos do cotidiano da universidade que atingem a comunidade ou grupos específicos pertencentes a ela;
- Assuntos de relevância social que estão ou não sendo discutidos pela opinião pública;

- Assuntos específicos sobre os trâmites da pesquisa, ensino e extensão que sejam relevantes para o público da instituição;
- Artigos de opinião;
- Entrevistas com pesquisadores internos e externos à universidade sobre assuntos de relevância social e ligados a vida acadêmica;
- Serviços oferecidos pelas unidades e órgãos da UFG.

7.3 Portal UFG e sites

O Portal UFG é uma fonte de interação da UFG com seus públicos tanto internos quanto externos pois abrange conteúdos sobre toda a Universidade. Tem como princípio ser um canal de comunicação ágil e objetivo, apresentando à comunidade em geral informações sobre ações da universidade e dados institucionais. As pró-reitorias, unidades acadêmicas, cursos, órgãos e departamentos também se utilizam de sites institucionais para comunicarem-se com seus públicos.

A comunicação nesses ambientes virtuais deve seguir diretrizes do **Manual do Portal e Sites da UFG**. Neste sentido, é imprescindível que os responsáveis por sua atualização trabalhem a partir de um planejamento prévio que descreva os objetivos, os públicos, as ferramentas e as estratégias adequadas. A credibilidade das informações e a identidade visual dos sites institucionais são fundamentais para a manutenção da imagem da UFG.

A proposta de criação de novos sites deve ser encaminhada à Assessoria de Comunicação de cada regional que é responsável pela autorização do domínio junto ao Cercomp e pelo treinamento dos gestores. Os sites devem ser acompanhados periodicamente e aqueles que não forem considerados adequados à comunicação institucional por possuírem informações desatualizadas ou em desacordo com as normas previstas no manual devem se adequar ou poderão ser suprimidos.

O Portal UFG deve disponibilizar informações institucionais, além de links para sites de todas regionais, unidades e órgãos da instituição. Os sites da UFG devem conter informações atualizadas sobre equipe, notícias, editais, serviços, comunicados, eventos e prazos importantes do calendário acadêmico e administrativo. Os sites das unidades e órgãos também devem conter informações sobre laboratórios, projetos de pesquisa e extensão e programas de pós-graduação vinculados à eles.

É essencial que todos os sites tenham informações de contato atualizadas, como

telefone e e-mail, além da barra de acesso à informação (instruções para o uso podem ser acessadas no site Portal Brasil). O Portal e os sites da UFG devem ser acessíveis, proporcionando maior facilidade de navegação, com recursos adaptados às pessoas com deficiência. Além disso, devem disponibilizar canais diretos para contato como o “Fale Conosco” e um link para a Ouvidoria da UFG. Se a unidade ou órgão possuir redes sociais, o site também deve conter atalhos direcionando para essas páginas.

7.4 A UFG nas redes sociais

As redes sociais são primordiais para o relacionamento das instituições com seus públicos. Atualmente, a UFG possui contas oficiais no Facebook, Twitter, Instagram e LinkedIn e sempre debate acerca de sua inserção em outros espaços. Seu posicionamento considera os valores da instituição, buscando socializar os conteúdos produzidos na Universidade e priorizar o diálogo com os públicos.

Enquanto espaços de relacionamento, a expectativa é que a Universidade consiga estabelecer contato com seus públicos de forma ágil. As páginas oficiais devem manter-se sempre atualizadas, com conteúdos e informações pertinentes que levem em consideração a linguagem adequada aos diversos públicos e um padrão visual previamente definidos.

Todas as unidades, órgãos, departamentos e setores devem ser instruídos e estar cientes de que a inserção nas redes carrega riscos à instituição, assim como aspectos positivos e oportunidades nas interações com os públicos. É de responsabilidade das Assessorias de Comunicação de cada regional oferecer treinamento adequado aos profissionais que serão responsáveis pela manutenção das páginas. Além disso, devem acompanhar e auxiliar o processo de criação e cadastramento de novas páginas que digam respeito à UFG e, sempre que necessário, orientar na execução do trabalho.

Nas rotinas de trabalho, devem constar a atualização adequada das páginas com conteúdos devidamente produzidos, bem como a construção de diálogos adequados com os públicos. O objetivo deve ser priorizar a construção de relacionamentos, atuar na construção da identidade da UFG e socializar de forma eficaz e ágil os conteúdos produzidos na Universidade. Os conteúdos devem atender aos objetivos da instituição, não havendo precedentes para informações de interesses pessoais.

No empenho de preservar sua marca e sua imagem e avaliar seu posicionamento, a UFG deve monitorar suas redes sociais, com o objetivo de identificar, analisar e

interpretar aquilo que é dito sobre a instituição, assim como verificar a efetividade de suas ações. O monitoramento é importante para identificar novas oportunidades e alertar para possíveis problemas.

A inserção adequada nas redes sociais depende de uma série de etapas, alicerçadas em planejamento. O trabalho deve prezar pela qualidade das informações e seu monitoramento. O gerenciamento e a criação de novas páginas deve considerar que a marca institucional está exposta e seguir o **Manual da Marca UFG**, como garantia de que a imagem da UFG seja preservada. Os profissionais responsáveis para o desempenho deste trabalho nas unidades e órgãos da UFG, devem ser qualificados e aptos a construir um planejamento de comunicação que contemple os critérios, normas, padrões e responsabilidades com as páginas e perfis. Estas características e instruções estarão disponíveis no **Manual de Redes Sociais da UFG**.

8. Ouvidoria: interação com a comunidade universitária

As Ouvidorias Públicas têm sido reconhecidas como possibilidade de comunicação pública, já que são instrumentos democráticos de participação popular. Por meio das Ouvidorias acontece o processo de interlocução entre cidadãos e a Administração Pública para a promoção de melhoria dos serviços públicos prestados.

Ouvidorias são órgãos de natureza mediadora, sem caráter administrativo deliberativo, executivo ou judicativo e tem como missão, segundo a Ouvidoria Geral da União (OGU), promover a democracia e a efetividade dos direitos humanos, através da mediação de conflitos e do reconhecimento do outro como sujeito de direitos.

Neste sentido, a Ouvidoria da UFG, criada em 2009, é responsável por tratar as demandas apresentadas pelos cidadãos, encaminhando-as para os órgãos e unidades competentes e acompanhando sua tramitação, para, posteriormente, fornecer a resposta apropriada, conforme **Manual de Tratamento de Manifestações** da Ouvidoria. É dever das unidades acadêmicas e órgãos da UFG prestar, quando solicitado, apoio às ações da Ouvidoria, de maneira adequada e tempestiva.

A Ouvidoria da UFG deve realizar o controle da qualidade do serviço prestado pela Universidade, auxiliando na busca de soluções para problemas existentes em suas unidades e órgãos, além de estimular a participação e a conscientização da comunidade universitária sobre o direito de receber um serviço público de qualidade. O órgão precisa demonstrar os resultados produzidos em razão da participação social, produzindo relatórios gerenciais capazes de subsidiar a gestão da Instituição na avaliação de suas políticas e dos serviços públicos prestados pela instituição.

Os relatórios gerenciais devem ser disponibilizados, também, à Assessoria de Comunicação, à Rádio Universitária e à TV UFG para subsidiar a definição de pautas e campanhas institucionais a serem trabalhadas nos veículos de comunicação da UFG. A divulgação de conteúdo jornalístico e/ou publicitário baseado em atendimentos realizados pela Ouvidoria tem como objetivo esclarecer a comunidade universitária e o público externo da instituição sobre temas reclamados junto à Ouvidoria e evitar, assim, a reincidência de problemas ocasionados por falha de comunicação interna ou desinformação, por exemplo.

Ressalta-se que qualquer cidadão, seja membro da comunidade universitária ou parte do público externo, pode apresentar manifestações junto à Ouvidoria. Por este

motivo, os meios para formalização de denúncias, reclamações, sugestões, solicitações ou elogios devem estar acessíveis a todas as pessoas. Para orientar os usuários dos serviços da Ouvidoria na apresentação de suas manifestações, recomenda-se a leitura do **Manual de Acesso à Ouvidoria**.

Por atuar em um ambiente universitário e na prestação de serviços à sociedade relacionados a ensino, pesquisa e extensão, a Ouvidoria da UFG possui oportunidade de discussão e adoção de abordagens diferenciadas para problemas e situações comuns da sociedade. Além disso, por conhecer as particularidades de sua comunidade interna (docentes, estudantes, técnicos-administrativos e terceirizados), a Ouvidoria da UFG pode atuar mais próxima do manifestante, não estabelecendo uma abordagem de encaminhamento das demandas meramente burocrática e administrativa.

Esta atuação, no entanto, se consolida somente na medida em que todos os membros da comunidade universitária estejam comprometidos com a efetivação dos propósitos da Ouvidoria da UFG. Desde a adoção, por parte da administração central, de políticas subsidiadas pelos relatórios da Ouvidoria, até o comprometimento no tratamento de manifestações por parte de cada um dos responsáveis por órgãos e unidades, a efetivação da Ouvidoria e de seus propósitos depende da atuação conjunta e integrada de toda a Universidade.

8.1 Ouvidoria Hospital das Clínicas UFG - Ebserh

A Ouvidoria do Hospital das Clínicas foi criada em 18/08/2004, dentro da Política de Humanização do Ministério da Saúde para atender o art. 37 (Constituição Federal), parágrafo 3º que determina ao poder executivo, a instituir e manter serviços de atendimento às reclamações e sugestões dos cidadãos e funciona como um agente promotor de mudanças: de um lado, fortalece a gestão flexível, comprometida com a satisfação das necessidades dos usuários; de outro, garante direitos ao estimular a prestação de serviços públicos de qualidade, aprimorando a democracia participativa e legitimando as decisões.

Tem como objetivo encaminhar e solicitar providências a fim de promover mudanças e garantir a melhoria dos serviços, atuando como facilitadora da comunicação entre usuários e o HC. A Ouvidoria do HC-UFG/EBSERH é o elo entre os públicos internos e externos e as instâncias administrativas do Hospital, visando a melhoria da administração, do atendimento e a satisfação dos usuários.

8.2 Ouvidoria e radiodifusão

A Lei Federal nº 13.417/2017 demanda a existência de uma Ouvidoria nos veículos de radiodifusão. Neste sentido, a TV UFG e a Rádio Universitária devem possuir uma Ouvidoria própria, dirigida por um(a) Ouvidor(a) com mandato definido, com a função de analisar criticamente as produções e programações das emissoras, assim como as opiniões, críticas, reclamações e sugestões advindas dos canais de comunicação das emissoras com seus públicos.

9. Gestão, preservação e acesso a documentos arquivísticos e memória e acervo institucional

O planejamento e o desenvolvimento da gestão técnica da informação e de documentos de valor administrativo, acadêmico ou histórico da UFG é responsabilidade do Centro de Informação, Documentação e Arquivo (Cidarq). Os documentos arquivísticos são produzidos e utilizados em todas as atividades institucionais, sejam atividades de ensino, pesquisa, extensão e gestão. Por isso, a universidade reconhece a importância da atividade arquivística e deve garantir a gestão da informação e dos documentos, a preservação dos registros físicos e digitais e o acesso à informação para a própria instituição e o cidadão.

Desde 18 de novembro de 2011, o acesso aos documentos públicos está regulamentado pela Lei nº 12.527, conhecida como Lei de Acesso à Informação, que garante ao cidadão a publicidade de informações públicas e fomenta a cultura da transparência. Além disso, o acesso está entre as funções arquivísticas e tem a prerrogativa de tornar acessíveis os documentos e promover sua utilização, otimizando a gestão institucional, possibilitando a transparência da gestão pública, garantindo a difusão das informações necessárias para a pesquisa científica e para a preservação da memória da UFG.

A gestão de documentos arquivísticos é fundamental para o tratamento das informações e dos documentos produzidos no curso das atividades institucionais. Para alcançar esse objetivo, os servidores devem seguir o **Manual de gestão de documentos**, bem como participar dos treinamentos disponibilizados para conduzir e executar os procedimentos e operações técnicas que se referem à produção, tramitação, uso, avaliação e arquivamento de documentos, conforme a Lei de Arquivos nº 8.159, de 8 de janeiro de 1991.

Legislações, normas e ações de diversas instituições promovem o acesso e valorizam a memória, como as ferramentas de acesso às informações digitais mantidas pelos órgãos responsáveis pelos acervos, o serviço de informação ao cidadão, o plano de dados abertos e a carta de serviços ao cidadão. Na UFG, o Cidarq é responsável por tornar essas informações acessíveis de forma simples, clara e explícita, reunindo-as em um único site, corroborando com a cultura da transparência pública, fomentando o controle social e o desenvolvimento de novas tecnologias.

A preservação das informações contidas nos acervos arquivísticos, bibliográficos

e museológicos está relacionada à prevenção da deterioração por meio do controle ambiental, do tratamento físico ou químico, bem como ao conjunto de ações gerenciais e técnicas exigidas para superar as mudanças tecnológicas e a fragilidade dos suportes, garantindo acesso e interpretação dos documentos digitais pelo tempo que for necessário. A política de preservação de documentos digitais, bem como o **manual de preservação de documentos convencionais**, normatizam o tratamento das informações e dos documentos institucionais.

Para tornar os documentos produzidos e armazenados na UFG acessíveis devem ser estabelecidas parcerias com unidades acadêmicas e órgãos para a organização dos acervos e preservação dos documentos históricos, acompanhar os avanços tecnológicos, orientar a produção e sistematizar a guarda e o uso dos trabalhos acadêmicos, bem como preservar as informações institucionais e difundir o conhecimento por meio da história contida nos acervos.

Seguir as normativas presentes nos manuais da área de comunicação é fundamental para que os órgãos responsáveis pelos acervos documentais realizem de forma adequada atividades de difusão e educação patrimonial estabelecendo vínculos com a comunidade universitária de maneira que compreendam a relevância dos documentos e da memória na UFG.

É a memória institucional que mantém viva a instituição e perpetua a sua trajetória na sociedade. O acervo institucional, seja arquivístico, bibliográfico ou museológico, mantém os registros dos acontecimentos ao longo dos anos e deve ser preservado para as gerações futuras e disponibilizado para garantir ao cidadão o acesso aos documentos, permitindo a continuidade da pesquisa e sua retrospectiva sobre a ação da instituição na comunidade em que ela se insere.

10. Comunicação e Saúde

A comunicação no setor público e, em especial na área da saúde, define-se como meio de diálogo entre as instituições e a sociedade, de modo que viabilize a concretização do direito constitucional dos cidadãos de acesso às informações e aos serviços de saúde.

Para Torquato (2009), a comunicação em saúde deve atuar no sentido de contribuir para a formação de um espaço de discussões do qual participem instituição, usuários e sociedade em um enfrentamento de questões polêmicas de maneira aberta e extremamente receptiva ao diálogo, contribuindo para a melhoria do Sistema Único de Saúde (SUS) e para manter a legitimidade da instituição junto aos seus públicos.

O Hospital das Clínicas da Universidade Federal de Goiás (HC-UFG) é filiado à Empresa Brasileira de Serviços Hospitalares (Ebserh) que, atualmente, administra um total de 39 hospitais universitários em todo o país. De acordo com o organograma previsto pela Ebserh, a Unidade de Comunicação Social está vinculada diretamente à Superintendência do Hospital. A atividade de Comunicação desenvolve estratégias alinhadas com as diretrizes de Comunicação da rede Ebserh e da UFG. Com isso, busca-se a construção de uma identidade e imagem do HC coerentes com as perspectivas de ambas as instituições.

A área da comunicação tem como objetivo dar visibilidade aos serviços oferecidos pela instituição de saúde, bem como atender a demanda por maior transparência e qualidade do serviço público. Além disso, tratando-se o HC-UFG de órgão com atuação voltada para o ensino, pesquisa, extensão e assistência em saúde, a comunicação deve se basear nos princípios éticos e da transparência, em defesa da saúde pública, da promoção do conhecimento técnico e científico em saúde e do bem-estar da população.

Com esse papel, o setor de comunicação deve garantir o acesso público e democrático às informações em saúde, que é um direito do cidadão, ao mesmo tempo em que deve promover o diálogo entre a sociedade e os gestores de saúde, estabelecendo a participação coletiva no monitoramento, controle e implementação de melhorias no SUS. Para isso, a área de comunicação deve se utilizar de instrumentos, técnicas e tecnologias que permitam a integração entre as diversas áreas do HC e o estabelecimento de vínculos com a sociedade. As ações comunicativas do Hospital das Clínicas devem ser desenvolvidas a partir de um planejamento de comunicação integrada, que inclua as áreas de jornalismo, relações públicas e publicidade institucional, observando as normativas estabelecidas nos manuais da UFG e da Ebserh para cada tipo de atividade de

comunicação.

11. Comunicação e Tecnologia da Informação

A área de Tecnologia da Informação é fundamental para o bom desenvolvimento da comunicação na Universidade. O Centro de Processamento de Dados (CPD), foi criado em 1974 na Escola de Engenharia e foi transformado em Centro de Informação e Teleprocessamento (CIT), em 1998. Em 2008, o órgão transformou-se em Centro de Recursos Computacionais (Cercomp), vinculado à Pró-Reitoria de Desenvolvimento Institucional e Recursos Humanos (PRODIRH). Este tem como objetivos planejar, gerenciar executar e manter os serviços de infra-estrutura computacional da UFG. Em 2015, foi criado um Comitê de Tecnologia da Informação (CTI) com a função de exercer a governança de tecnologia da informação na Universidade, conforme a Resolução Consuni 10/2015.

No que compete à interação entre as áreas de comunicação e tecnologia da informação encontram-se as ações de criação e atualização de conteúdos em novos domínios de sites institucionais na plataforma Weby, o uso do endereço de e-mail institucional por servidores e estudantes da UFG, o uso das listas de emails institucionais para divulgação, o serviço VoIP (Voz sobre IP), e o desenvolvimento e manutenção de sistemas de comunicação interna, como a Intranet, por exemplo.

Dessa forma, ressalta-se que as ações/iniciativas que envolverem o uso de tecnologias da informação que sejam vinculadas à área de comunicação, deverão estar de acordo com as políticas e normas definidas pelo Comitê de Tecnologia da Informação bem como os manuais previstos na Política de Comunicação da instituição.

Em especial, o envio de mensagens para as listas de cadastro de email de servidores e estudantes da UFG deverá seguir a **Normativa de Email Marketing**, elaborada pela equipe de Publicidade Institucional da Assessoria de Comunicação.

12. Comunicação e Produção Gráfica

Implantada em 1962, a Imprensa Universitária da UFG é hoje denominada Centro Editorial e Gráfico (Cegraf). O Cegraf abriga em sua estrutura a Editora UFG, a Imprensa Universitária, a Gráfica UFG, a Divisão de Periódicos, o Ateliê Tipográfico e a Rede de Livrarias UFG.

A Editora tem como finalidade editar e divulgar, isoladamente ou em conjunto com outras editoras, trabalhos que interessam ao ensino, à pesquisa e à extensão, de forma a permitir o acesso do público em geral aos resultados da intensa atividade acadêmica desenvolvida na Universidade. A Editora UFG tem também o compromisso de enriquecer e fomentar as atividades culturais com publicações de obras significativas para a cultura regional e nacional, de autores consagrados ou de estreantes. Dentre os serviços destacam-se: revisão e editoração de livros acadêmicos com chancela editorial (ensaios, tratados, manuais etc.), revisão e editoração de obras literárias com chancela editorial, revisão e editoração de revistas científicas.

O Cegraf presta ainda serviços gráficos para a comunidade universitária e a sociedade, como a impressão de jornais institucionais, cartazes, convites, botons, panfletos, confecção de materiais em serigrafia e de carimbos. Por sua vez, as livrarias têm a função de facilitar a aquisição de bibliografias à comunidade da UFG.

Diante das mudanças tecnológicas que incentivam a redução de impressos e como forma de demonstrar a importância da manutenção dos serviços gráficos e editoriais na atualidade, o Cegraf adota a política de portas abertas, pela qual qualquer cidadão pode visitar o órgão em funcionamento. Os servidores e estudantes da UFG podem usar o seu espaço como laboratório e campo de estágio.

Os materiais impressos da UFG são produzidos, em sua maioria, pela área de Publicidade Institucional. Neste contexto, aqueles produzidos por outras fontes devem ser revisados pelo Cegraf que também é responsável por zelar pela aplicação correta da marca UFG, seguindo o **Manual da Marca UFG** em suas impressões.

13. Sistema de Bibliotecas e política de comunicação

A biblioteca, em uma instituição de ensino, é um órgão ímpar e tem, como compromisso, o atendimento às demandas informacional (científica e tecnológica) e social (democratização dos recursos) de seus usuários. No caso das bibliotecas universitárias, que existem como parte de instituições de ensino superior (IES), elas são, em sua essência, núcleos de apoio ao ensino, à pesquisa e à extensão, polos de disseminação do conhecimento e importantes vias de acesso a informações para o desenvolvimento de projetos e pesquisas. O Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal de Goiás (Sibi/UFG) desempenha esse papel.

As bibliotecas universitárias, no geral, atendem a um público bastante diversificado – que vai desde o estudante de graduação de cursos presenciais e de Ensino à Distância (EAD) até pós-doutores, incluindo a comunidade em geral, que também pode utilizar os espaços e os acervos destas bibliotecas. São públicos bastante qualificados que, em geral, sabem o que buscam e exigem que a biblioteca esteja apta a atender às suas demandas, não só informacionais como também de comunicação. A informação deve estar, portanto, ao alcance de todos.

Promover o acesso a serviços e produtos em informação é o objetivo primordial, quiçá, principal, da organização biblioteca dentro da UFG – que é composta por vários câmpus, sendo que cada um tem necessidades e expectativas próprias. Neste sentido, em termos de comunicação, busca-se realizar um trabalho não somente de divulgação dos produtos e serviços ofertados pelas bibliotecas do Sibi/UFG, mas também visando incentivar seu uso e, ao mesmo tempo, detectar novas necessidades e expectativas.

As atividades básicas das bibliotecas – como aquisição de material informacional, processamento deste material e atendimento aos usuários – objetivam, em última instância, comunicar o conhecimento, o qual é baseado em informação. Nas bibliotecas da UFG a informação está disponível em suportes diversos – tais como livros e periódicos impressos, multimeios (como CD, DVD, LP, VHS e partitura) e materiais em formato digital. As informações também podem ser acessadas por meios dos produtos e serviços que as bibliotecas oferecem, como: Comutação Bibliográfica, empréstimo domiciliar, repositório institucional, Biblioteca Digital de Teses e Dissertações, cursos de capacitação de usuários, normas ABNT, Laboratório de Acessibilidade Informacional e outros.

Diante da realidade atual em que as bibliotecas universitárias estão imersas, que é a da sociedade da informação, além de efetivar as atividades básicas relacionadas, facilitar

o acesso à informação se apresenta como um desafio diário. Assim, faz-se necessário que ela estabeleça, cada vez mais, um processo contínuo de interação e ajustamento de interesses entre suas necessidades de funcionamento e as demandas de seus públicos-alvo. Este processo se materializa por meio da comunicação da biblioteca com estes públicos.

14. Gestão da Comunicação

A política de comunicação respalda o trabalho das estruturas de comunicação da UFG ao propor diretrizes e normativas para nortear ações, produtos e serviços. Mas, para além disso, o seu foco incide sobre as pessoas que constroem a Universidade pois o principal objetivo é a criação de uma cultura de comunicação baseada na responsabilização dos sujeitos e no diálogo entre a instituição e seus públicos, a partir dos pressupostos de uma comunicação pública e cidadã.

As formas de planejamento e gestão dos problemas de comunicação, a elaboração dos manuais e treinamentos para a capacitação das pessoas, a divulgação e a incorporação dos preceitos da política de comunicação pela comunidade universitária, bem como a finalização, aprovação e atualização deste documento, serão temas discutidos em conjunto, ao longo dos próximos meses. Neste sentido, esta consulta pública busca fazer da política de comunicação uma construção coletiva baseada nos relacionamentos da UFG com a comunidade universitária e a sociedade.

15. Referências

ANDRADE, Cândido Teobaldo de Souza. **Para entender Relações Públicas**. São Paulo: Editora Loyola, 2003.

BUENO, Wilson da Costa. Construindo uma política de Comunicação Empresarial. In: **Comunicação Empresarial: políticas e estratégias**. São Paulo: Saraiva, 2009.

DUARTE, Jorge. **Comunicação Pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público**. São Paulo: Editora Atlas S.A., 2009.

ELETROBRAS. **Política de comunicação integrada**. 2009.

FRANÇA, Fábio. Relações públicas: visão 2000. In: KUNSCH, Margarida M. Krohling. **Obtendo resultados com relações públicas**. São Paulo: Pioneira, 2004.

GRUNIG, James E. **Relações Públicas: Teoria, contexto e relacionamentos**. 1ed., São Caetano do Sul: Difusão Editora., 2009.

INSTITUTO FEDERAL DE SANTA CATARINA. **Política de comunicação do IFSC**. 2013.

LIN, Marcela. Política de comunicação em instituições de ensino profissional, científica e tecnológica: proposta a partir da experiência do IFSC. **Dissertação**. Florianópolis-SC, 2014.

TORQUATO, Francisco Gaudêncio. Da gênese do jornalismo empresarial e das relações públicas à comunicação organizacional no Brasil. In: KUNSCH, Maria Margarida Krohling (org.). **Comunicação organizacional: histórico, fundamentos e processos**. São Paulo: Saraiva, v. 1, 2009.

UNIVERSIDADE DO ESTADO DE SANTA CATARINA. **Política de Comunicação da UDESC**. Florianópolis, 2014.