

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA**

**MAYARA ABADIA DELFINO DOS ANJOS**

**COMUNICAÇÃO PÚBLICA DA CIÊNCIA NO ENSINO SUPERIOR: DIAGNÓSTICO  
PRELIMINAR E PROPOSIÇÕES SOBRE A DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA NA  
UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA**

**UBERLÂNDIA - MG  
2015**

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA**

**MAYARA ABADIA DELFINO DOS ANJOS**

**COMUNICAÇÃO PÚBLICA DA CIÊNCIA NO ENSINO SUPERIOR: DIAGNÓSTICO  
PRELIMINAR E PROPOSIÇÕES SOBRE A DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA NA  
UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA**

Dissertação apresentada à banca  
examinadora do Programa de Pós-  
graduação em Tecnologias, Educação e  
Comunicação da Faculdade de Educação da  
Universidade Federal de Uberlândia, como  
exigência para obtenção do título de Mestre  
em Tecnologias, Educação e Comunicação.

Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Adriana Cristina  
Omena dos Santos

**UBERLÂNDIA - MG  
2015**

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)  
Sistema de Bibliotecas da UFU, MG, Brasil.

---

A599c	Anjos, Mayara Abadia Delfino dos, 1989-
2015	Comunicação pública da ciência no ensino superior : diagnóstico preliminar e proposições sobre a divulgação científica na Universidade Federal de Uberlândia / Mayara Abadia Delfino dos Anjos. - 2015.
	162 f. : il.
	Orientador: Adriana Cristina Omena dos Santos.
	Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Uberlândia, Programa de Pós-Graduação em Tecnologias, Comunicação e Educação.
	Inclui bibliografia.
	1. Educação - Teses. 2. Política de comunicação - Teses. 3. Telecomunicações - Teses. 4. Universidade Federal de Uberlândia - Comunicação - Teses. 5. Comunicação na ciência - Teses. 5. Comunicação na educação - Teses. I. Santos, Adriana Cristina Omena dos. II. Universidade Federal de Uberlândia, Programa de Pós-Graduação em Tecnologias, Comunicação e Educação. III. Título.

---

CDU: 37

**MAYARA ABADIA DELFINO DOS ANJOS**

**COMUNICAÇÃO PÚBLICA DA CIÊNCIA NO ENSINO SUPERIOR: DIAGNÓSTICO  
PRELIMINAR E PROPOSIÇÕES SOBRE A DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA NA  
UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA**

Dissertação apresentada à banca  
examinadora do Programa de Pós-  
graduação em Tecnologias, Educação e  
Comunicação da Faculdade de Educação da  
Universidade Federal de Uberlândia, como  
exigência para obtenção do título de Mestre  
em Tecnologias, Educação e Comunicação.

Orientadora: Profª. Drª. Adriana Cristina  
Omena dos Santos

**BANCA EXAMINADORA**

Uberlândia, 23 de fevereiro de 2015.



Profa. Dra. Adriana Cristina Omena dos Santos  
Universidade Federal de Uberlândia – UFU



Profa. Dra. Ana Cristina Menegotto Spannenberg  
Universidade Federal de Uberlândia – UFU



Prof. Dr. Robério Marcelo Rodrigues Ribeiro  
Universidade Federal do Recôncavo da Bahia- UFRB

À Deus, Nossa Senhora da Abadia.

Aos meus pais Marlon e Piedade e a minha irmã Bianca.

## AGRADECIMENTOS

Aos familiares, amigos, colegas de trabalho, conhecidos que sempre me deram força, palavra amiga e de carinho nos dias bons e difíceis, meu muito obrigada!

A empresa Governa, onde trabalho, onde convivo com pessoas muito boas e ganho meu pão de cada dia. Obrigada pela compreensão em me liberar tantas vezes em prol do mestrado para participar de cursos, eventos, fazer as entrevistas dessa pesquisa e em tantas oportunidades que precisei deixar o trabalho para conseguir chegar até aqui, muito obrigada!

Ao meu gestor Paulo Afonso, pela confiança e pela revisão nessa pesquisa. Sem palavras para agradecer tanto carinho.

Aos colegas do mestrado pela amizade, carinho e apoio nas horas difíceis.

Aos professores do curso que tanto me ensinaram. A Mirna Tonus, uma simpatia em pessoa e um jeito tão gostoso de ensinar, obrigada por ter me ensinado muito em pouco tempo. Ao Gerson Souza, que ministrou uma disciplina que me tirou muitas noites de sono, mas uma pessoa excepcional, que sempre com muita atenção me atendeu e tentou me explicar o que não conseguia compreender. Desculpa por não ter sido um exemplo de aluna, diante das dificuldades e obrigada por tanta compreensão, ensinamentos e paciência. A Ana Cristina com jeitinho de menina, mas gigante em profissionalismo, conhecimento, com aulas tão boas que faziam minhas quintas-feiras melhores. Obrigada por cada incentivo, ensinamento, conversa e sorriso.

Um agradecimento em especial a Adriana Omena, que foi minha professora em dois semestres do curso e minha orientadora. Obrigada por cada puxão de orelha, por cada comentário me incentivando aos estudos e deixar de lado a balada, por cada conselho dado, por cada ensinamento, por cada palavra, enfim obrigada por tudo, você foi muito importante e imprescindível para a realização desse sonho e me desculpe pelas falhas e erros.

Meu agradecimento a secretária do curso, Luciana Almeida que nunca mediu esforços para nos auxiliar em tudo referente à parte administrativa do curso, sempre nos orientando, nos lembrando sobre datas importantes e sempre nos recebendo tão bem. Muito obrigada Luciana!

Meu muito obrigada ao reitor da UFU, Elmíro Santos Resende, a diretora da Diretoria de Comunicação (DIRCO) Maria Clara Thomas Machado e aos servidores da DIRCO pelas entrevistas, depoimentos e conversas durante essa pesquisa.

Enfim, meu muito obrigada a tudo e a todos que me ajudaram nessa pesquisa e no desenvolvimento desse trabalho, para alcançar esse objetivo sonhado há muitos anos.

“O mais importante na comunicação é ouvir o que não foi dito.”

(Peter Drucker)

ANJOS, Mayara Abadia Delfino dos. **Comunicação pública da ciência no ensino superior: Diagnóstico preliminar e proposições sobre a divulgação científica na Universidade Federal de Uberlândia.** 2015. 162 p. Dissertação (Mestrado Profissional Interdisciplinar em Tecnologias, Comunicação e Educação). Faculdade de Educação. Universidade Federal de Uberlândia. Uberlândia, 2015.

## RESUMO

A presente pesquisa analisou a comunicação pública da ciência no ensino superior, mais especificamente na Universidade Federal de Uberlândia. O *corpus* do trabalho compõem-se com revisão bibliográfica sobre políticas públicas de comunicação, plano de comunicação, fluxos de informação e comunicação, comunicação pública nas IES, comunicação científica nas IES, grupo de observação com servidores da universidade, pesquisa em sites e documentos da instituição, entrevista com reitor da instituição e diretora do departamento de comunicação. A partir de todos esses dados coletados, foi possível verificar se a Universidade Federal de Uberlândia pratica a comunicação pública da ciência, como propõe a literatura e seus especialistas. Os resultados mostraram que existem muitos problemas nos fluxos de informações da Universidade e isso deve ser melhorado para, de fato, a comunicação ser praticada como dizem as teorias, para poder se alcançar resultados através da comunicação. Foram feitas algumas propostas para melhorar esses fluxos e apresentado um fluxograma de processo para uma melhor qualidade nos processos de desenvolvimento de comunicação pública da ciência.

**Palavras-chave:** Comunicação Pública; Comunicação Científica; IES; Universidade Federal de Uberlândia; Políticas de Comunicação; Fluxos de Comunicação; Plano de Comunicação

ANJOS, Mayara Abadia Delfino of. **Public communication of science in higher education: Primary Diagnosis and propositions on science communication at the Federal University of Uberlândia.** 2015. 162 p. Dissertation (Interdisciplinary Professional Master in Technology, Communication and Education). Federal University of Uberlândia. Uberlândia, 2015.

## ABSTRACT

This research examined the public communication of science in higher education, specifically in the Federal University of Uberlândia. The work of the corpus consist with literature review on public communication policies, communication plan, information and communication flows, public communication in HEIs, scientific communication in HEIs, observation group of the university, research sites and documents institution, interview with the rector of the institution and director of the communication department. From all this data collected, it was possible to verify that the Federal University of Uberlândia practice public communication of science, as proposed by the literature and its experts. The results showed that there are many problems in information flows at the University and this should be improved to, in fact, communication is practiced as they say theories, in order to achieve results through communication. There have been some proposals to improve these flows and presented a process flow diagram for a better quality of public communication in development processes of science.

**Key-words:** Public Communication; Scientific Communication; IES; Federal University of Uberlândia; Communication Policies; Communication flows; Communication Plan

## SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO .....	12
2 DAS POLÍTICAS PÚBLICAS AOS FLUXOS DE COMUNICAÇÃO NAS IES.....	15
<b>2.1 Plano de Comunicação: conceitos e desenvolvimento.....</b>	<b>24</b>
<b>2.2 Fluxo de Comunicação.....</b>	<b>28</b>
3 A COMUNICAÇÃO PÚBLICA NAS IES.....	31
4 COMUNICAÇÃO CIENTÍFICA NAS IES.....	43
5 COMUNICAÇÃO PÚBLICA DA CIÊNCIA NA UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA.....	55
<b>5.1 A comunicação pública na UFU: visão dos servidores, superiores e práticas na DIRCO ..</b>	<b>72</b>
<b>5.2 A comunicação pública da ciência na visão da administração superior .....</b>	<b>79</b>
<b>5.3 A comunicação pública da ciência na visão da diretoria de comunicação .....</b>	<b>87</b>
6 TEORIAS VERSUS REALIDADE: UMA ANÁLISE INTRODUTÓRIA SOBRE A COMUNICAÇÃO DA CIÊNCIA REALIZADA NA UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA.....	99
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	116
REFERÊNCIAS.....	118
ANEXO A – FOLDER DIRCO LANÇADO EM 2013.....	124
ANEXO B – FOLDER DIRCO LANÇADO EM 2014.....	130
ANEXO C – RESOLUÇÃO 22/2014 .....	136
ANEXO D – TERMO DE CONSENTIMENTO.....	154
APÊNDICE A – RESPOSTA ENTREGUE DA ENTREVISTA COM O REITOR .....	155
APÊNDICE B – TRANSCRIÇÃO ENTREVISTA DIRETORA DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO .....	156

## **LISTA DE FIGURAS**

Figura 1: Estrutura Organizacional da Universidade Federal de Uberlândia.....	60
Figura 2 Site Institucional DIRCO.....	67
Figura 3 Carta Programa Reitor Elmoiro Resende.....	80
Figura 4 Jornal da UFU - Última Edição - Nov./2014 .....	89
Figura 5 Fluxograma Comunicação Pública da Ciência UFU - Atualmente .....	112
Figura 6 Fluxograma processo de comunicação da DIRCO - Plano da Diretora.....	112
Figura 7 Fluxograma sugestão da autora de processo de comunicação na UFU .....	114

## **LISTA DE QUADROS**

Quadro 1 - Programação Evento DIRCO sobre Comunicação Organizacional .....	72
Quadro 2 - META 19: Aprimorar a Comunicação Interna e Externa da UFU .....	82

## 1INTRODUÇÃO

Jornalismo pode ser considerado como uma atividade profissional que consiste em lidar com notícias, dados factuais e divulgação de informações. Também pode ser definido como a prática de coletar, redigir, editar e publicar informações sobre eventos atuais, fazendo do Jornalismo uma atividade de Comunicação.

Comunicar é uma arte, uma paixão que inspira pessoas desde o início da humanidade, além disso, cada vez mais vem sendo utilizada como estratégia nas empresas e nas instituições para alcançar resultados positivos, mas se possuírem falhas os resultados podem se tornar grandes problemas.

Dessa forma, esse trabalho visa pesquisar a comunicação, mais especificamente a comunicação pública da ciência na Universidade Federal de Uberlândia, apontando como é feita e praticada pela administração superior, diretores de departamentos e pelo departamento responsável.

De acordo com Brandão (2006) a comunicação pública poderia ser definida como o diálogo e relação entre o Estado (organização, governo) e os cidadãos (o público), ou ainda, como um canal de opinião pública, ligando dois eixos, como uma ponte entre a sociedade e o governo, que em muitos casos, não “conversam” de forma adequada como deveriam, fazendo com que, muitas vezes, o cidadão não tenha todas as informações a que teria direito.

Ainda para a autora, a comunicação científica envolve diversas atividades e estudos que tem como objetivo maior criar canais onde possa ocorrer a integração da ciência com o cotidiano das pessoas na sociedade, ou seja, poder despertar o interesse do público por assuntos científicos e, consequentemente, encontrar respostas para as curiosidades existentes em cada cidadão.

A problematização dessa pesquisa consiste em: como é realizado o processo de comunicação pública da ciência na Universidade Federal de Uberlândia?

O objetivo geral dessa pesquisa é apresentar os processos e as ferramentas comunicacionais adotados na Universidade Federal de Uberlândia (UFU) sob a ótica da comunicação pública da ciência, assim como observar como essa modalidade é vista pelos gestores da instituição, pelos gestores do departamento responsável da instituição e pelos comunicadores engajados nos processos da UFU. A intenção foi verificar, compreender e apresentar propostas para uma melhor comunicação pública da ciência na instituição.

Diante desses desafios o trabalho possui como objetivos específicos:

- ✓ Observar, analisar e sistematizar a Comunicação Pública da Ciência na Universidade Federal de Uberlândia.
- ✓ Realizar levantamento acerca dos profissionais envolvidos pela comunicação na instituição e, consequentemente, acompanhar como é feita essa comunicação pela DIRCO (Diretoria de Comunicação Social).
- ✓ Verificar como é feito o levantamento de informações para divulgação das pesquisas da universidade visando conhecer a comunicação da ciência.
- ✓ Averiguar se existe algum procedimento especial quando é realizada uma matéria sobre comunicação da ciência, tais como entendimento da pesquisa, levantamento de termos específicos, entre outros.
- ✓ Indicar os critérios necessários para um plano de comunicação pública com vistas a trabalhar a divulgação da ciência na instituição.

Para alcançar os objetivos propostos para essa pesquisa, foram feitas pesquisas bibliográficas e de campo, com observações no campus Santa Mônica da Universidade Federal de Uberlândia acerca dos processos de comunicação, observação em grupo focal com servidores e entrevistas com o reitor e a diretora da Diretoria de Comunicação (DIRCO).

O trabalho está estruturado em sete capítulos, sendo que o primeiro corresponde a essa introdução. No segundo capítulo foi abordado o tema de políticas públicas, inclusive os processos de políticas públicas de comunicação. Para se obter boas políticas de comunicação é necessário possuir um planejamento ou um plano de comunicação, assim ainda foram tratados dentro deste capítulo, teorias e modelos de plano de comunicação. Ainda foram apontados também a necessidade de ser feita anteriormente um diagnóstico, mostrando como seria a melhor forma de efetivá-lo. Para finalizar o capítulo, foi feito um tópico abordando sobre os fluxos e processos de comunicação nas instituições e quais seriam as melhores formas de se obter fluxos de qualidade nesses processos que envolvem a comunicação de uma instituição.

No terceiro capítulo é abordada a comunicação pública nas instituições de ensino superior, sendo apresentadas suas conceituações, características, processos e quais seriam as melhores formas de se trabalhar esse tipo de comunicação.

No quarto capítulo, bem relacionado com o capítulo anterior, é abordada a comunicação científica nas Instituições de Ensino Superior, trazendo também suas conceituações, a importância desse tipo de comunicação para as instituições, para os pesquisadores e a sociedade em geral, além de apontar quais seriam as melhores formas de

popularizar esse tipo de comunicação e, consequentemente, a ciência, com o intuito de melhor atingir o público-alvo.

No quinto capítulo, a pesquisa de campo realizada no campus da UFU é apresentada. Em uma introdução a esse levantamento, é apresentado uma observação introdutória realizada nos *sites* da UFU, no estatuto, resoluções e regimentos acerca da comunicação pública da ciência na Universidade que teve o intuito de encontrar documentos de planos da universidade ou documentos relacionados a prática comunicacional na UFU.

Ainda dentro do capítulo cinco, foram feitos três tópicos apresentando três momentos diferentes de pesquisa dentro da Universidade Federal de Uberlândia. No tópico 5.1, foi possível apresentar a comunicação pública da ciência na UFU através da visão dos servidores e superiores da DIRCO e quais seriam as suas práticas. Esse tópico foi feito através de observações feitas em um evento que ocorreu na DIRCO no mês de outubro/2014, onde participavam os servidores e direção da DIRCO, estudantes e convidados que fizeram palestras e apontamentos sobre a comunicação na UFU, sendo que cada dia foi tratado um assunto diferente. Já no tópico 5.2 é apresentada a entrevista que foi feita com o reitor da universidade, Elmiro Santos Resende, mostrando assim a visão da administração superior da UFU. Para finalizar esse capítulo, no tópico 5.3 é apresentada a visão da direção da Diretoria de Comunicação acerca do que é realizado na UFU.

No capítulo seis, são feitas as análises desse trabalho, observando a realidade da Universidade, pois foi possível traçar um panorama através das entrevistas e das observações realizadas versus o que a teoria acerca da comunicação pública e científica propõem às instituições de ensino superior. Ainda nesse capítulo, voltamos ao tema e objetivos dessa pesquisa, juntamente com os resultados para assim analisarmos se os objetivos propostos haviam sido alcançados, além de propor um fluxo de processo para que a comunicação científica na Universidade possua um padrão e ganhe em qualidade.

No capítulo sete, encerramos o trabalho apresentando as considerações finais com respostas a problematização dessa pesquisa e verificando se foi possível atender a proposta que se teve nesse trabalho, fazendo um panorama geral sobre a pesquisa e deixando propostas para continuação dessa pesquisa.

Nessa pesquisa não será feito um produto, mas sim um estudo e observação sobre a comunicação pública da ciência acompanhada de um plano de aplicação com vista de melhorar esse processo na UFU.

## 2 DAS POLÍTICAS PÚBLICAS AOS FLUXOS DE COMUNICAÇÃO NAS IES

As políticas públicas interessam diretamente aos cidadãos, visto que é por meio delas que são estabelecidas estratégias, metas e soluções para resolver problemas diversos, mas principalmente as políticas consideradas como sociais, das mais diversas áreas, tais como saúde, meio ambiente, transporte, educação, segurança, entre outros. Em outras palavras, são ações para resolver problemas que afetam muitas pessoas, ações para o bem comum da sociedade.

Política pode ser entendida, baseado em Liedtke (2003) como uma ação que é planejada por grupos de cidadãos, com o principal intuito de atingir determinados objetivos, que geralmente são traçados durante o período considerado como de busca do poder e concluído após a obtenção deste, ou seja, do cargo público almejado. Oliveira (1999, p. 216), ainda afirma que “políticas são parâmetros ou orientações que facilitam a tomada de decisões pelo administrador (isto para qualquer nível dentro da empresa)”.

Ao abordar especificamente as políticas sociais, cabe recorrer às considerações de Castro (2010), que aponta a constituição de 1988 como o grande marco quando se trata de um novo dimensionamento das políticas sociais, visto que a partir da constituição, a população passou a ter mais acesso à política e, consequentemente, às políticas públicas que são desenvolvidas no país. Assim, nas políticas públicas, devem ser consideradas as necessidades como um todo, visando o bem comum, pois Canela (2010, p. 3) afirma que se “não é possível fazer política pública sem fazer política, é totalmente possível fazer política sem fazer política pública”.

De acordo com Souza (2006, p. 5) um dos modelos mais conhecidos e difundidos sobre política pública foi desenvolvida pelo professor Theodor Lowi onde ele aponta que “a política pública faz a política, onde cada tipo de política pública vai encontrar diferentes formas de apoio e de rejeição e que disputas em torno de sua decisão passam por arenas diferenciadas”. Assim, a política pública atua em quatro formatos diferentes, sendo eles: as políticas distributivas, as políticas regulatórias, as políticas redistributivas e as políticas constitutivas.

As políticas distributivas seriam as decisões tomadas diretamente pelo governo. Segundo Rua e Romanini (2014), esse modelo desconsidera os recursos limitados, fazendo com que se gere mais impactos individuais do que em geral, privilegiando certos grupos, regiões, podendo ser citado como exemplo dessas políticas, a construção de hospitais, escolas,

pontes, estradas, subsídios a empresas, programa de transferência de renda, como o programa do Governo Federal, Bolsa Família, entre outros.

Já as políticas regulatórias, seriam aquelas que são mais visualizadas pela sociedade, pois elas envolvem grupos políticos e de interesse, além da burocracia. A partir delas, são realizadas determinadas atividades ou admitidos certos comportamentos, para que seus custos e benefícios possam ser disseminados equilibradamente ou privilegiar interesses restritos, dependendo dos recursos de poder dos atores envolvidos. Essas ações podem variar de regulamentações simples e operacionais a regulações complexas, de grande abrangência, podendo ser citado como exemplo, o Código de Trânsito, o Código Florestal, a Legislação Trabalhista, entre outros (RUA; ROMANINI, 2014).

Políticas redistributivas, por sua vez, segundo Rua e Romanini (2014) seriam aquelas que atingem uma maior parcela da população e que podem causar perdas para alguns grupos da sociedade, assim como provocar ganhos para outros. Resumindo, seriam aquelas políticas que tem como função distribuir bens ou serviços a segmentos particularizados da população por intermédio de recursos oriundos de outros grupos específicos, sendo que são bem conflituosas e nem sempre virtuosas. Podemos citar como exemplo dessas políticas a reforma agrária, distribuição de royalties do petróleo e política tributária.

Finalizando, ainda a luz das autoras, as políticas constitutivas seriam aquelas que lidam com processos, ou seja, as que consolidam as regras. São as normas e os procedimentos sobre as quais devem ser formuladas e implementadas as demais políticas públicas, podendo ser citado como exemplo, as regras constitucionais diversas, regimentos das Casas Legislativas e do Congresso Nacional.

De uma forma geral, para Souza (2006), a política pública está concentrada em um campo considerado multidisciplinar, podendo ser usado como justificativa a sua natureza e aos seus processos, explicando assim a repercussão e impactos que as mesmas podem causar na economia e na sociedade.

Isso se dá pelo fato que a política pública é uma das formas de ter o Estado em plena ação, pois é por meio de estratégias e de políticas, que serão desenvolvidas práticas com o intuito de promover o bem comum e o desenvolvimento das pessoas, levando em conta os direitos que o Estado detém. Entretanto, a maioria dessas ações atende a interesses específicos, até mesmo quando realizam o bem comum, pelo fato de que por trás do marco regulatório de qualquer política sempre existem interesses e ideologias (CASTRO, 2010).

Nesse sentido, política pública pode ser conceituada, conforme Canela (2010), como qualquer ação movida pelos poderes públicos, em qualquer uma das esferas, para que quando

seja executada possa garantir os mais diferentes direitos aos cidadãos, segundo o estabelecido no ordenamento jurídico e constitucional de determinado país. Outros autores, no entanto, oferecem conceituações que merecem ser apresentadas.

Souza (2006, p. 7) em relação às políticas públicas, afirma que

Não existe uma única, nem melhor, definição sobre o que seja política pública. Mead (1995) a define como um campo dentro do estudo da política que analisa o governo à luz de grandes questões públicas e Lynn(1980), como um conjunto de ações do governo que irão produzir efeitos específicos. Peters (1986) segue o mesmo veio: política pública é a somadas atividades dos governos, que agem diretamente ou através de delegação, e que influenciam a vida dos cidadãos. Dye (1984) sintetiza a definição de política pública como “o que o governo escolhe fazer ou não fazer”. A definição mais conhecida continua sendo a de Laswell, ou seja, decisões e análises sobre política pública implicam responder às seguintes questões: quem ganha o quê, por quê e que diferença faz.

Já de acordo com Lopes, Amaral e Caldas (2008) políticas públicas poderiam ser definidas como um conjunto que de programas, ações e/ou atividades que são criadas e desenvolvidas pelo governo, diretamente ou indiretamente, contando com a participação de agentes públicos ou privados, com o objetivo de assegurar direitos de cidadania à população, de forma geral ou para determinados segmentos da sociedade.

Para os autores, as políticas públicas são direitos assegurados aos cidadãos na Constituição Federal. São também novas medidas que se afirmam pelo reconhecimento por parte da sociedade e/ou pelos poderes públicos enquanto novos direitos das pessoas, comunidades, entre outros. Assim, basicamente, poderia se definir políticas públicas como conjunto de ações e decisões do governo, voltadas geralmente para a solução de problemas da sociedade.

Bucci (2002, p. 241), por sua vez, afirma que políticas públicas são

Programas de ação governamental visando a coordenar os meios a disposição do Estado e as atividades privadas, para a realização de objetivos socialmente relevantes e politicamente determinados. Políticas públicas são ‘metas coletivas conscientes’ e, como tais, um problema de direito público, em sentido lato.

Outra conceituação que merece ser apresentada é oferecida por Cunh (2011, p. 6), ao afirmar que

Política pública pode ser definida como atividade administrativa baseada em orientação geral, inserida na função de planejamento, que visa, intervindo na

ordem social, a alcançar mediante decisões, atos executivos e procedimentos administrativos, determinados objetivos de longo prazo, estipulados em normas-objetivo ou diretrizes normativas.

As várias conceituações contribuíram com o trabalho, contudo recorremos novamente às considerações de Souza (2006), ao afirmar que as políticas públicas são ações extremamente intencionais que possuem metas a serem alcançadas, sendo que essas são abrangentes e não se limitam a leis e normas, pois por meio delas, é possível distinguir entre o que o governo pretende fazer e o que ele faz.

De maneira similar, e na tentativa de sintetizar o exposto, vale trazer as considerações de Abraão (2011, p.4), para quem as políticas públicas podem, ainda, ser definidas como

Um padrão que estabelece um objetivo a ser alcançado, sendo que em geral se trata de uma melhoria em algum aspecto seja ele econômico, político ou social da comunidade, ainda que certos objetivos sejam negativos pelo fato de estipularem que algum estado atual deve ser protegido contra mudanças adversas.

Assim, baseado em Souza (2006), é possível afirmar que as políticas públicas poderiam ser simplesmente resumidas como uma espécie de área do conhecimento que busca colocar o governo e/ou Estado em ação ou em outros casos, analisar a ação dos governantes, sendo que quando for necessário, serão propostas mudanças no rumo ou no curso que essas ações tomaram. Portanto cabe acrescentar as considerações de Cunh (2011) ao afirmar que basicamente, a política pública tem como meta alcançar e como programa melhorar aspectos comuns a comunidade como a economia, política ou o social.

Liedtke (2003) aponta que em relação às políticas públicas, embora elas também indiciem e necessitem da presença do Estado para existirem e serem executadas, são mais abertas e voltadas à sociedade civil, pois o Estado apenas regulamenta o mínimo, como se fosse um responsável por ditar as regras, deixando que organizações tenham acesso e controlem o uso dos meios de comunicação social. Por isso, essa situação se torna mais precária na América Latina, onde os meios ou são privados ou são estatais.

Por isso, Canela (2010) afirma que nos países latino-americanos, a cobertura relacionada a políticas públicas sociais deveriam estar nas pautas, nas ementas, nos programas e ações tanto dos jornalistas nas redações das mídias e veículos de comunicação, quanto nos centros de pesquisa e de formação dos futuros profissionais, pois infelizmente forma-se mais profissionais voltados para o mercado, sendo que cada vez mais, necessitamos de profissionais mais humanistas e atentos às políticas públicas sociais.

Por ter essa necessidade de um lado mais humanista em sua construção, as políticas públicas diretamente envolvem vários atores e níveis de decisão, embora muitas vezes sejam materializadas por meio dos governos, não se restringindo necessariamente a participantes formais, já que os informais são de extrema importância no processo (SOUZA, 2006).

Além de o Estado ter o dever de desenvolver as políticas públicas juntamente com a sociedade civil, é de extrema importância que seja analisado, como os partidos políticos e candidatos definem seus programas para as campanhas que concorrem cargos públicos, pois é nesse momento que a política pública se inicia, pelo fato que quando um candidato é eleito, geralmente segue-se o que foi proposto nas campanhas, além de o que está planejado ser sua base de governo. Por isso também é necessário que se conheça os programas das associações profissionais (CASTRO, 2010).

A formulação das políticas públicas segundo Souza (2006) é constituída no momento em que os governos considerados democráticos manifestam suas ideologias, planos e plataformas eleitorais através de programas e ações que serão seus planejamentos para executarem os resultados ou mudanças na realidade em que se governará, ou seja, quando fazem seus planejamentos com propostas de campanha. Para o autor, o ciclo que constitui a política pública é formado pelos seguintes estágios: a definição da agenda a ser seguida, a identificação das alternativas para cada política a ser desenvolvida, a avaliação das opções existentes, a seleção das opções de acordo com as provas realizadas, a implementação da política pública e, por fim, a sua avaliação. Ainda segundo o autor

Como os governos definem suas agendas, são dados três tipos de respostas. 1º focaliza os problemas 2º focaliza a política propriamente dita 3º focaliza os participantes que são classificados como visíveis e invisíveis. Os participantes visíveis definem a agenda e os invisíveis as alternativas. (SOUZA, 2006, p.8)

Após a formulação, estruturação e desenho das políticas públicas, ocorre o desdobramento dos planos, programas, projetos, bases de dados ou sistema de informação e pesquisas realizadas, para que quando as políticas forem postas em ação, possam ser implementadas com sucesso, ficando assim submetidas a sistemas para poderem ser acompanhadas e avaliadas. Muitas vezes, antes de sua implementação, algumas políticas públicas requerem a aprovação de nova legislação, por se tratar de ações novas, ainda não existentes na lei, por exemplo, o que faria com que o processo fosse um pouco mais demorado e burocrático que os demais que não possuem essa necessidade (SOUZA, 2006).

Para compreender como se dá o processo de formulação das políticas públicas no Brasil deve atentar para alguns aspectos. Primeiro, é preciso identificar os movimentos políticos que historicamente têm um papel proativo e voz na formulação de demandas. Segundo os documentos oficiais, especialmente a legislação. Ao ler a legislação, é fundamental entender como se dá o financiamento da política. É nela também que se definem os direitos, os deveres, quem paga o quê e como (CASTRO, 2010, p.7).

Embora quando implantadas, as políticas públicas causem impactos em curto prazo, as ações sempre são desenvolvidas com o intuito de serem trabalhadas em longo prazo, pois elas envolvem processos subsequentes a sua implementação, que são executados após a sua decisão e proposição, ou seja, ocorre após esse período uma execução e avaliação das mesmas (SOUZA, 2006).

Quando as políticas públicas são analisadas, Fonseca (2010) afirma que se têm como objetivo questionar a ação desenvolvida, seus determinantes, suas finalidades, seus processos e as consequências que foram causadas a partir disso, sendo que o foco principal dessas análises é a avaliação das ações de tomada de decisão, para a implantação dessas políticas e/ou como se dá o comportamento dos grupos políticos envolvidos. Por isso, pode-se afirmar que as políticas públicas exigem ações, instituições e programas específicos para a implementação das decisões tomadas.

Na maioria das vezes, conforme Souza (2006) o bom desenvolvimento das políticas públicas depende exclusivamente do órgão em que elas estão sendo implementadas, visto que as instituições tornam o curso de certas políticas mais fáceis do que outras, pelo fato que não somente os indivíduos ou grupos possuírem força relevante e influenciam diretamente as políticas públicas, mas também pelas regras formais e informais que regem as instituições.

No que diz respeito às políticas públicas relacionadas à área da comunicação, Ramos (2005) afirma que sempre houve uma dificuldade em reconhecer a área como uma política pública, pelo fato que ela é entendida em um contexto geral pelo mercado, como a principal garantidora e como uma “alavanca” de liberdade de mercado, por meio da teoria do livre fluxo da informação. Segundo esta teoria toda ação do Estado sobre os meios de comunicação torna-se automaticamente ação sensória e, por isso, se torna uma ameaça a todos os direitos e a toda liberdade. Assim, podemos definir política de comunicação como uma "ação realizada em conjunto por um grupo social, ou um governo, tendo em vista alcançar determinado objetivo no campo da comunicação" (GOMES, 1997 apud LIEDTKE, 2003, p. 106).

Outro autor a abordar a tendência de políticas públicas de comunicação é Gomes (1997), que as define como um conjunto de práticas que constituirá o sistema de comunicação

social vigente e que são deduzidos a partir das concepções, dos valores e dos rituais dos conjuntos realizados pela sociedade civil.

A política de comunicação ainda pode ser compreendida, como "um conjunto de normas integradas e duradouras para reger a conduta de todo o sistema de comunicação [...], entendendo-se por sistema a totalidade das atividades de comunicação massiva ou não massiva" (LIEDTKE, 2003, p. 3). Ou ainda como um conjunto integrado, explícito e duradouro de políticas parciais de comunicação harmonizadas num corpo coerente de princípios e normas, dirigidas a fim de guiar a conduta das instituições especializadas no manejo do processo geral de comunicação de um país.

Com essas definições, conforme Oliveira (1999), percebemos a importância e a necessidade de desenvolvimento de políticas de comunicação com um bom planejamento, principalmente quando se entende e conhece o seu significado e sua importância, visto que, dentro desse princípio, as políticas procuram refletir e interpretar os objetivos e desafios, bem como estabelecerem limites ao planejamento estratégico desenvolvido.

De Mesquita (2014) defende a ideia de que o Estado seja o responsável pelo estabelecimento de políticas de acesso às informações que estejam sob seu controle, pois além de garantir um direito dos cidadãos, o acesso às informações contribui para o desenvolvimento das sociedades, dando a estes meios pelos quais é possível controlar as ações de agentes públicos. Com isso, o Estado se tornaria um agente passivo e, ao mesmo tempo, um agente ativo da informação.

Ainda que os debates sobre as políticas públicas de comunicação ocorram em âmbito nacional é possível utilizar filosoficamente e conceitualmente os argumentos para pensar a comunicação enquanto política de uma instituição pública, como por exemplo, as universidades.

As políticas públicas de comunicação devem ser desenvolvidas nas instituições públicas nacionais e devem ser bem planejadas, para que assim possam ter um encontro de ideias, de linguagens e de metas em comum, de forma que ocorra uma identificação, uma promoção, divulgação e defesa, quando aplicadas, por exemplo, nas Universidades Públicas Brasileiras, segmento em que se encontra a Universidade Federal de Uberlândia, sujeito da pesquisa. Tais considerações podem ser amparadas na visão de que

A Universidade tem por obrigação procurar atender às pressões internas e externas e respondê-las, por meio de um sistema de comunicação eficaz, com recursos humanos, materiais e financeiros capazes de promover a integração da instituição com os seus vários segmentos de públicos. É

imprescindível que se instale um Sistema de Comunicação capaz de gerar um intercâmbio entre a administração da Universidade, de seu público interno, bem como as diversas facções da sociedade que formam seu público externo (DE CASTRO; FAGUNDES, 2012, p. 17).

Segundo De Castro e Fagundes (2012), uma política de comunicação, quando é implementada num centro gerador de saber e conhecimento, tem por obrigação a construção de uma organização eficaz e eficiente, pelo fato de que o seu estabelecimento e todo o seu processo serão tratados com o objetivo de fornecer diretrizes básicas para a sua implantação, preservando todas as características regionais e organizacionais daqueles que pretendem se utilizar desta proposta, que servirá para traçar linhas mestras, e que podem ser compreendidas não somente por profissionais e estudantes das habilitações de jornalismo e áreas relacionadas à comunicação, mas por todos os cidadãos que possuam um mínimo de conhecimento e informação.

Para a implantação de políticas de comunicação nas universidades públicas brasileiras, De Castro e Fagundes (2012) enfatizam que o todo deve prevalecer sobre as partes, isto é, a vontade da maioria que forma a organização deverá prevalecer sobre os objetivos pessoais, pois só assim este processo será possível de ser realizado, possibilitando à instituição uma maior produtividade e, consequentemente, competitividade. Certamente isso contribuirá para que a instituição, no seu sentido mais amplo, atenda aos objetivos traçados e dessa forma, busque solucionar os problemas da comunidade onde está inserida.

Essa política de comunicação da instituição de ensino deve ter como principais objetivos a integração da comunicação, para poder atingir o bem da comunidade e a sobrevivência da organização, significando assim uma elevação e uma afirmação do conceito da Universidade, atuando dentro de estratégias definidas para repercutir em suas ações, integrando todos os componentes da organização a fim de definir uma atuação uniforme e, principalmente, atender aos anseios e às necessidades da comunidade que a constrói e almeja os resultados de suas funções (DE CASTRO; FAGUNDES, 2012).

Para ocorrer à implementação de um programa de políticas, seja em instituições públicas ou empresas privadas, é necessário que ocorram um diagnóstico e planejamento. Ou seja, para serem criadas e aplicadas políticas públicas de comunicação em determinada instituição é necessário que seja criado um plano de comunicação, para que assim seja possível colocar em prática o que fora planejado, com o intuito de atingir o objetivo ou meta.

Porém, antes de elaborar um plano de comunicação é necessário fazer um diagnóstico da instituição, sendo que essas seriam uma das etapas mais importantes do processo, para que se obtenham os resultados esperados e positivos na implantação de um programa.

Reside neste ponto uma das etapas do trabalho, obter dados que permitam um diagnóstico da comunicação junto a Universidade Federal de Uberlândia.

Segundo De Castro e Fagundes (2012), diagnóstico poderia ser definido como a determinação, através de pesquisa e de outros “cuidadosos” e “detalhados” levantamentos, da situação de uma organização, a natureza de sua filosofia operacional e de pessoal, de sua comunicação, de seus relacionamentos internos e externos, o tipo de conflito que possa estar manifestando e a necessidade que tem de providenciar recursos para fazer frente aos problemas existentes na sua comunicação, para saná-la de forma eficaz e de maneira diferenciada.

Lupetti (2007) aponta que, através do diagnóstico de comunicação, será possível traçar os principais pontos revelados pela pesquisa feita e assim fazer uma comparação do que temos na instituição diagnosticada e o que temos no concorrente ou no que propõe a literatura, ou seja, teremos um paralelo sobre o que temos no papel versus a realidade em que se encontra a empresa/instituição.

Em participação no evento que ocorreu na Universidade Federal de Uberlândia no mês de outubro, com as pesquisas já realizadas, seja em documentos, *sites* ou no campus da instituição, o diagnóstico de comunicação que se teve, é de que a comunicação na Universidade não possui um planejamento, não está organizada e, além disso, a comunicação feita na Universidade Federal de Uberlândia é setorizada, quase personalista, sendo mais voltada para a reitoria, diferente do que propõe e pesquisa esse trabalho, que seria uma comunicação pública voltada aos cidadãos.

De acordo com De Castro e Fagundes (2012), o diagnóstico quando feito em Universidades Públicas deve ser dividido em duas partes diferentes, sendo que na primeira parte, será realizado um levantamento de toda a estrutura organizacional da Universidade e em um segundo momento, devem ser levantados os dados referentes à Comunicação que é praticada na Universidade. Tal levantamento será apresentado no capítulo cinco da dissertação.

Por isso, é preciso que também se considere a comunicação formal, informal, a interna e externa, fazendo levantamento dos veículos utilizados na Comunicação da Universidade, dos instrumentos, dos órgãos oficiais e não oficiais ligados a Universidade que produzem essas comunicações; identificar os profissionais da área de comunicação e localizar os seus setores.

Após todos os levantamentos necessários e o diagnóstico pronto, dando continuidade aos processos de desenvolvimento e implementação das políticas de comunicação é

necessário fazer um plano de comunicação, ou seja, a forma e os caminhos para alcançar os objetivos e metas traçadas na criação das políticas, baseadas nas informações encontradas no diagnóstico. Vejamos, a seguir, o que é exatamente um plano de comunicação e como deve ser desenvolvido nas organizações.

## **2.1 Plano de Comunicação: conceitos e desenvolvimento**

O primeiro passo para conseguir uma comunicação bem sucedida de acordo com De Oliveira et al (2014) é por meio do planejamento. Por isso, Lupetti (2007) afirma que não podemos mais atuar em qualquer que seja a área de negócio sem planejamento, pelo fato do planejamento ser um fator determinante para qualquer forma de comunicação ou relacionamento, seja ela no ambiente interno da organização, seja no ambiente externo, seja com fins informativos, institucionais ou de marketing.

Fazer o planejamento, antes de qualquer tomada de decisão ou ação se tornou essencial para poder fazer gestão nas empresas, sendo que isso se aplica principalmente no processo de comunicação nas instituições, pois compreende a organização das informações e previsões dos resultados das ações, visando retornos satisfatórios, tanto para a organização, quanto para seu público de interesse. Assim, planejamento pode ser definido como a ciência de definir aonde estamos, aonde queremos chegar e como chegaremos lá (TAVARES, 2010).

Já o planejamento de comunicação, ou simplesmente, plano de comunicação como também é conhecido, segundo De Oliveira et al (2014) é um processo determinante para o desenvolvimento e sucesso de uma organização, pois através dele, pretende-se trabalhar o relacionamento com seus diversos públicos, além de ter como objetivo construir uma imagem positiva da empresa, pois assim constituirá e manterá laços fortes com todos os seus públicos de interesse, sejam eles interno ou externo, assegurando que ela atinja os seus objetivos, e se mantenha atuante no mercado.

Ainda de acordo com De Oliveira et al (2014) o desenvolvimento de um plano de comunicação estabelecerá como a empresa deverá assumir e desenvolver a comunicação, além de como definirá os objetivos que se pretende alcançar através dessa ferramenta, pois esse planejamento deve contemplar, o que se pretende alcançar, a mensagem que se quer passar, os destinatários e os meios, entre outros fatores identificados de acordo com a necessidade de cada caso.

Tavares (2010) define plano de comunicação, como um processo pelo qual os objetivos, metas, estratégias de comunicação, planos de ação, controle, avaliação e

investimento aperfeiçoam o negócio do cliente, ou seja, o plano seria como uma formatação de objetivos e metas; o desenvolvimento de estratégias de comunicação, avaliados através de processos e indicadores; orçados de acordo com as necessidades e as possibilidades de cada negócio, assim o plano de comunicação abrange exclusivamente a comunicação, embora Correa (2004, p. 146), acredita que

O plano de comunicação deve ser compreendido como: [...] uma derivada do planejamento de marketing. Sendo um processo administrativo e sistemático, teria a finalidade de coordenar os objetivos, estratégias e as diversas fases de uma campanha de propaganda, promoção de vendas ou de relações públicas, com os estipulados pelo marketing, procurando atingir o máximo de retorno sobre o investimento realizado.

Dessa forma, o plano de comunicação é uma parte integrada do plano de estratégico de marketing, assim é de extrema importância que este seja coerente com os objetivos de mercado e as demais estratégias do composto de marketing e por isso deve ser dada uma atenção especial a elaboração e a implementação do plano (DALFOVO; NUNCIO, 2009)

Acerca do assunto, Torquato (2010) afirma que as bases de um plano de comunicação seriam os objetivos desse planejamento; os valores utilizados para sua criação; os objetivos da política aplicada; as diretrizes adotadas por aquela instituição e as estratégias para o desenvolvimento das mesmas.

O plano de comunicação de determinada instituição abrange os planos de comunicação institucional, comunicação interna e comunicação de marketing. Qualquer plano deve estar embasado em informações conseguidas através de *briefing*<sup>1</sup>, diagnóstico e pesquisas formais e informais. O mesmo deve ser iniciado depois de conseguidas tais informações. O plano é um processo lógico, sendo assim, sua organização segue uma ordem, a ser seguida impreterivelmente para poder alcançar os resultados traçados (LUPETTI, 2007).

O planejamento de comunicação compreenderá a missão e a visão da empresa; a análise ambiental; o SWOT, em português F.O.F.A., que seria a análise das forças e oportunidades versus fraquezas e ameaças; o diagnóstico de comunicação; os objetivos; o tema; o posicionamento; as estratégias; o plano de ação e de avaliação (LUPETTI, 2007).

A mesma autora afirma que se temos boas informações, provavelmente, teremos um bom plano, pois para qualquer área de atuação, a informação é de extrema relevância, pelo

---

<sup>1</sup> A palavra briefing surgiu na Segunda Guerra Mundial. As altas patentes reuniam informações importantes, como áreas geográficas, condições dos inimigos, logística de suprimentos, armas, melhor momento para atacar e repassavam para os soldados, ou seja, colher informações, e com base nelas, planejar e agir. Briefing significa resumo. É o conjunto de informações que o profissional de comunicação colhe junto ao seu cliente para dar inicio aos trabalhos junto a área. (LUPETTI, 2007, p. 22)

fato que sem ela os profissionais teriam grandes dificuldades para desenvolver bons trabalhos. Assim, as informações do briefing somadas às informações do diagnóstico e das pesquisas formais e informais são imprescindíveis para a base do planejamento.

Para dar início ao planejamento de comunicação, Dalfovo e Nuncio (2009) afirmam que é necessário fazer uma análise dos problemas ou das oportunidades existentes na instituição. Isso será avaliado através de uma análise do ambiente interno e externo, do mercado; das ameaças e oportunidades para o desenvolvimento de uma posição competitiva e consequentemente para a formulação da estratégia de comunicação.

Após esse primeiro momento, Limeira (2006) afirma que é hora de definir os objetivos da comunicação. Os objetivos serão as metas traçadas para alcançar o êxito no planejamento de comunicação. Espera-se que sejam inseridos nesses objetivos pontos que ao final resultarão na criação de conhecimento, na mudança de atitudes, mudança de comportamento e reforço nas decisões e atitudes.

Criados os objetivos do plano, deve ser selecionado o público-alvo da comunicação. É uma escolha não muito fácil, visto que vários públicos serão atingidos e envolvidos, mas nesse momento deverá ser definido quem serão as pessoas envolvidas e que serão atingidas nesse plano de comunicação: público interno da instituição? Público externo? Comunidade? Ressalta-se que é o diagnóstico que irá ajudar a definir qual será esse público, de acordo com suas necessidades e políticas já existentes (LIMEIRA, 2006).

Após a escolha do público a quem vai se direcionar a comunicação, Dalfovo e Nuncio (2009) apontam que devem ser selecionadas as ferramentas de comunicação mais adequadas que vão gerar a resposta desejada em cada segmento de público. Nesse momento é hora de definir como as informações chegarão até o público-alvo e por meio de quais ferramentas isso ocorre. Nessa fase, devem ser levadas em consideração questões tais como de que maneira chegar a determinado público? Como esse público irá ouvir a instituição, se informar sobre o que a instituição quer lhe passar? Qual o melhor meio? Propaganda, jornais, *sites*, TV, redes sociais? Os meios de comunicação, que são as mídias, devem ser definidos de acordo com o público a ser atingido, sendo de extrema importância a avaliação do diagnóstico e das análises internas e externas da instituição.

Limeira (2006), afirma que após a definição dos elementos necessários para a comunicação deverão ser definidas as estratégias da mensagem, que seria a definição do conteúdo da mensagem a ser comunicado, com o intuito de atingir os objetivos da comunicação. Esta mensagem deve conter necessariamente os conteúdos básicos para poder alcançar os objetivos propostos no início do planejamento de comunicação.

Outra etapa importante para o desenvolvimento do plano de comunicação, segundo Dalfovo e Nuncio (2009), é a definição do orçamento de comunicação, ou seja, a alocação dos recursos financeiros disponibilizados pela instituição para cada atividade da comunicação. O orçamento é importante para determinar questões importantes do planejamento, tais como as ferramentas que serão utilizadas e, até mesmo, interferir na qualidade final das atividades desenvolvidas, por isso, deve-se dar uma atenção especial a essa etapa do planejamento.

Após o levantamento dos recursos financeiros, a penúltima etapa é a implementação do plano, que consiste basicamente na atuação de profissionais especializados, que desempenharão funções bem específicas, de acordo com cada etapa planejada, com o intuito de colocar em ação o plano de comunicação (LIMEIRA, 2006)

Por fim, a autora afirma que a última etapa seria a avaliação dos resultados obtidos após a implantação e execução do plano, sendo que esse será o meio pelo qual a empresa poderá medir os resultados obtidos através dos investimentos realizados.

Ao discorrer sobre a temática, Lupetti (2007) aponta alguns pontos que podem ser a justificativa para os planos não funcionarem, sendo eles: a miopia dos diretores quanto a resultados de médio e longo prazo; planejamentos são conversados, planos são elaborados, mas não são executados e, sim, engavetados; pessoas despreparadas responsáveis por etapas importantes do plano; deficiência de integração entre os setores da organização; falta de proatividade dos responsáveis em inovar; ineficiência no acompanhamento da execução do plano; demora na implementação; utilização de dados, informações e pesquisas desatualizados; planos desenvolvidos fora da realidade da empresa; utilização de metodologia defasada; falta de adequação da metodologia para a realidade da empresa; não conseguir enxergar o planejamento como meio de processo; não conseguir definir com precisão o que se deseja realmente conseguir com o plano; não dispor de profissionais de planejamento.

Diante do exposto pode-se concluir que o plano de comunicação é necessário para que a instituição possa atingir seus objetivos de comunicação e, principalmente, seu público-alvo, pois somente com a organização de processos é possível entender o que é necessário para se alcançar os objetivos traçados (DALFOVO; NUNCIO, 2009).

Assim, cabe ressaltar que o plano de comunicação deve ser bem elaborado, levando em consideração todos os aspectos relevantes a sua formulação, público que deseja atingir, tipo de mídia utilizada, recursos que serão disponibilizados e todas as estratégias que visam um bom resultado final. Para esse plano funcionar, deverão ser verificados também os fluxos de comunicação, que seriam os processos das informações, ou seja, como se dá o

processamento das mesmas dentro da organização para serem divulgadas a seus públicos, o que veremos com maiores detalhes no próximo tópico.

## 2.2 Fluxo de Comunicação

De acordo com Branchi (2010), as dificuldades no fluxo de informação existentes nas relações de trabalho são um grande problema na comunicação, já que algumas informações-chave para o desenvolvimento do serviço não são dominadas pelo conjunto dos integrantes das equipes, ou seja, aqueles que deviam possuir a informação, nem sempre as têm.

Já para Baptista (2010) o fluxo de informação está intimamente ligado à estrutura da organização e às relações existentes nesta, sendo que representa a forma como a informação e as comunicações existentes na organização se processam.

Ainda segundo essa autora, existem quatro formas de ocorrer esse processamento, sendo a comunicação descendente, que está relacionada com uma estrutura de dependência hierárquica e se processa da gestão de topo para baixo, ou seja, de cima para baixo; a ascendente que parte dos subordinados para os seus superiores com o objetivo de fornecer informações aos níveis mais altos; a horizontal ou lateral que é a comunicação existente entre elementos de um grupo de trabalho, e visa a interação entre pessoas do mesmo nível hierárquico, proporcionando uma rápida cooperação e coordenação; e a em diagonal que é o fluxo de informação entre uma chefia funcional e elementos de um grupo de trabalho.

Torquato (2010), afirma que as redes de comunicação se guiam pelos seguintes fluxos:

- Fluxo descendente que tem como origem a estrutura emissora das informações ou os dirigentes hierárquicos que emitem mensagens. O alvo da comunicação está sempre em patamares hierárquicos para baixo, ou seja, a comunicação de cima para baixo.
- Fluxo ascendente, responsável pelo transporte de informações de baixo para cima.
- Fluxo lateral, que permite inter-relacionamento entre estruturas e pessoas do mesmo posicionamento hierárquico.

Em termos práticos o fluxo ascendente é mais reduzido que o descendente, isto acontece porque os colaboradores por vezes evitam fazer reclamações às chefias ou colocar problemas com receio de sofrer punições. Esta atitude pode causar um processo de distorção na comunicação, que só pode ser combatido através da confiança que os empregados têm nos seus superiores (BAPTISTA, 2010, p.19).

Assim, Torquato (2010), afirma que essas duas redes abrigam as manifestações de comunicação da entidade, sendo que a rede formal é compreendida pelos canais oficiais que traduzem diretrizes, valores, normas e pensamento da instituição a respeito dos mais variados assuntos e a rede informal que abriga as manifestações espontâneas e informais da comunidade e suas interpretações sobre questões de cultura e clima interno, além de políticas normativas da instituição.

O fluxo de comunicação tradicionalmente reflete o modelo de publicação impressa e pode ser descrito esquematicamente em cinco etapas de acordo com Castro (2006): redação, revisão, publicação, indexação e disseminação. Essas etapas podem ser subdivididas em instâncias intermediárias, correspondendo a diferentes esquemas de classificação.

No entanto, De Souza e Rodrigues (2012) apontam na administração pública a existência de grandes obstáculos em relação ao fluxo de informações e à troca de informações entre os seus colaboradores, podendo ser citado, por exemplo, a falta de conhecimento técnico, o que causa grandes danos ao serviço público, pois afeta diretamente o processo de comunicação, que é fundamental no processo do sucesso da gestão.

Por isso, Branchi (2010) afirma que essas falhas podem ser resolvidas a partir de uma definição mais clara desses fluxos, a partir da identificação dos problemas existentes e da proposição de soluções que contribuam nessa comunicação. Além da importância desses fluxos e rotinas para a qualidade no serviço prestado, nota-se também, como relevante, o olhar analítico sobre os processos a fim de que se veja o trabalho em sua realidade, ou seja, como se deve fazer, como se está fazendo, para quem se está fazendo e se está sendo útil.

De Andrade et al (2012) apontam que um fluxo de comunicação interno de uma empresa, quando bem estruturado, possibilita a entrega do produto e/ou serviço certo no prazo correto. Por isso, é de extrema importância que as empresas estejam constantemente analisando e ajustando os processos de comunicação entre os seus departamentos, para melhorar seus rendimentos, trabalhos e, consequentemente, os resultados.

Para facilitar o controle dos fluxos de informação é recomendado que seja usado o fluxograma. O fluxograma, de acordo com De Castro e Fagundes (2012), possibilita que a comunicação tenha caráter político e deve atuar como prestadora de contas dos recursos utilizados pela instituição, possibilitando a transferência administrativa e funcionando como um termômetro na capacitação dos anseios das comunidades universitária e local.

Já segundo Oliveira (2006), o fluxograma consiste na representação gráfica que apresenta a sequência de um trabalho de forma analítica, caracterizando as operações, os responsáveis e/ou unidades organizacionais envolvidos. A estruturação do fluxograma com a

representação das etapas de um determinado processo permite a análise da forma com que cada atividade é executada e o aperfeiçoamento do mesmo. De acordo com Roglio (2011, p. 2) “o aperfeiçoamento dos processos consiste na revisão da estrutura organizacional da empresa, a partir de uma análise de todas as atividades que compõem cada processo”.

Outros autores que abordam o assunto oferecem contribuições similares, como Chinelato Filho (1993), que menciona que o fluxograma evidencia de forma nítida e lógica as etapas e os problemas, as atividades desnecessárias, podendo assim propor soluções racionais sobre a melhor maneira de utilizar os recursos, a racionalização e a simplificação do trabalho, além disso, auxilia no processo gerencial.

Rocha (1980), por sua vez, afirma que a utilização do fluxograma é de grande importância, pois mostra o funcionamento de qualquer operação, por mais complicada que esta seja. Enfim, através do fluxograma é possível fazer o mapeamento do processo, indicando as entradas e saídas de todos os subprocessos, a fim de entender através da representação visual como tal é executado, sendo importante, entre outros, para determinar o ponto da partida; coletar, selecionar e priorizar os problemas; identificar as oportunidades para simplificação; poder eliminar as atividades que não acrescentam valor.

Portanto, quando os fluxos de informações conseguem ser eficazes e eficientes eles têm um efeito multiplicador, com o poder de trazer uma maior dinâmica a todos os departamentos da organização, compondo assim, uma espécie de força que moverá o desenvolvimento político, econômico, que nos dias atuais, é obtido através da utilização de redes de comunicação e sistemas tecnológicos capazes de interconectar as empresas, clientes e fornecedores com rapidez e custos reduzidos (PIMENTA, 2008).

Fazer o correto uso dos fluxos de informações nas organizações se tornou uma necessidade, pois dessa forma é permitido ultrapassar todo um conjunto de barreiras, sendo assim possível que as empresas ajam e reajam rapidamente a todos os problemas relacionados aos clientes, mercados e concorrência (SPINATO, 2014)

Assim, seria de extrema importância, que para um correto funcionamento da comunicação e melhores fluxos, a Universidade Federal de Uberlândia, adotasse planejamentos, para assim a possuir maiores e melhores fluxos comunicacionais, para cada área e forma de comunicação existente.

Para isso acontecer, deveriam ser feitos diagnósticos e verificações de onde estão os problemas que atrapalham os fluxos. No decorrer desse trabalho, algumas alternativas serão apresentadas, ao verificar como são feitos os processos comunicacionais da UFU.

### 3 A COMUNICAÇÃO PÚBLICA NAS IES

Cada vez mais, a comunicação tem ocupado posição destacada na sociedade, seja na através da comunicação mercadológica, com vistas à uma melhor relação entre empresas e mercado ou a comunicação de interesse público, mais especificamente a comunicação pública.

Segundo Brandão (2006) o conceito de comunicação pública é algo que ainda se encontra em formação, em construção, pois é possível encontrarmos diversos significados, que muitas vezes são conflitantes, além de haver uma variação de um autor para outro, dependendo do país onde é abordado e do seu contexto.

O termo que surgiu na Europa, mais especificamente na França, se encontra em níveis mais avançados de pesquisas nesse continente, sendo que no Brasil ainda é algo que está em fase de conhecimento, para possíveis desenvolvimentos, em fase inicial de pesquisas e aplicações. De acordo com Duarte (2009, p.64)

O termo surgiu para designar uma situação ideal e genérica de transparência total dos negócios de Estado e de empresas privadas, e do exercício pleno do direito do cidadão de se informar e ser informado sobre tudo o que for de interesse público. A expressão vem sendo utilizada com múltiplos significados, que com frequência se conflitam, dependendo do país, do autor e do contexto em que é utilizada. Tamanha diversidade demonstra que a expressão ainda não é um conceito claro, nem mesmo uma área de atuação profissional delimitada. Pelo menos por enquanto, comunicação pública é uma área que abarca uma grande variedade de saberes e atividades e pode-se dizer que é um conceito em processo de construção.

Assim, o termo comunicação pública poderia ser simplificado e resumido especificamente como “um processo de informação voltado para a esfera pública, desde que vise ao interesse público, promova a cidadania e viabilize o funcionamento da democracia” (FRANCO, 2013, p. 15). Como o trabalho visa pesquisar a comunicação pública em uma instituição pública, é de extrema importância ter esse conceito apresentado pela autora, para dar um norte e fomentação à pesquisa, que será realizada em uma instituição pública, mais especificamente, uma Universidade Federal.

Dessa forma, é possível ocorrer debates, criar discussões públicas, promover negociações quando necessário, principalmente voltadas para os processos de tomadas de decisões que envolvam diretamente interesses da população, além de assim ser possível implementar e desenvolver políticas públicas para a população, conforme visto no capítulo anterior.

O marco inicial do processo de surgimento da comunicação pública foi a descoberta, por parte do empresariado, da importância de ações que levam à prática da cidadania, responsabilidade social, prestação de contas à sociedade, além da transparência nas suas atividades. A comunicação pública centraliza o processo comunicacional no cidadão, dando-lhe direito à informação e, mais do que isso, estabelece um diálogo com o mesmo. Assim, o cidadão comum passa a conhecer todas as informações que lhe são pertinentes, até mesmo aquelas que ele não busca por não conhecer a sua existência. (CAMARGO; RODELLA, 2010, p. 2)

A área de comunicação pública poderia ser definida, conforme Mancini (2008 apud KOÇOUSKI, 2013), a partir de três proporções que estão diretamente inter-relacionadas, sendo elas: os promotores ou emissores que seriam as organizações, instituições, o Governo; a finalidade que seria a dimensão mais limitada desse campo, pois a comunicação não deve ser direcionada para se alcançar uma vantagem, mas atender uma necessidade e uma política; e o objeto que seria o interesse geral dessa comunicação.

Assim, é de extrema importância definir bem quem serão os atores envolvidos na comunicação, definir quais serão as dimensões que irá atingir, além de ter um objeto simples e objetivo, a fim de atingir o público pretendido. Neste sentido é possível afirmar que conforme Araujo et al (2008), a comunicação pública poderia ser estruturada de acordo com o modelo de Roberto Grandi postulado direto de Laswell, onde se tenta responder as seguintes perguntas: “Quem diz o quê, em que canal, a quem, com que efeito?”.

Em tal situação, “quem” seria a comunicação realizada pela administração pública; “diz o que” seria a divulgação das produções, atividades da administração pública; “através de que” seriam os canais, os meios utilizados para fazer a comunicação; “a quem” seria o receptor das mensagens, nesse caso os cidadãos, a comunidade acadêmica, o público em geral e a sociedade e “com que efeitos”, garantindo o direito a informação. Assim, seria possível organizar os fluxos comunicativos, definindo os envolvidos e qual seria cada etapa a ser seguida, assim como quem seria o responsável por cada uma delas, fazendo com que o objetivo de fazer comunicação pública de qualidade seja atingido.

Com a definição dos papéis e responsabilidades de cada ator envolvido no processo de comunicação pública será tornaré mais fácil ao cidadão o caminho para se ter acesso a informação. Segundo Kunsch (2013), a comunicação pública possui como bases essenciais de sua formação a causa pública, os princípios democráticos e o interesse público. Dessa forma, existem duas premissas básicas para que a comunicação de fato seja considerada como pública, sendo elas, que a comunicação resulte de sujeitos coletivos, mesmo quando for

representada e expressada por indivíduos e que esteja sempre fazendo referência à construção do público, sendo uma comunicação inclusiva, participativa e democrática.

Assim, de acordo com Koçouski (2013), baseando-se em Zémor (1995), a comunicação pública tem o Estado/Governo como seu ator principal, criando assim como principal desafio, despertar a atenção do receptor, do cidadão, que seria outro ator nessa interação. A comunicação pública possui diversos protagonistas e atores, podendo ser citado, como exemplo o Terceiro setor, órgãos de imprensa, sociedade civil organizada, entre outros.

Há que ressaltar, contudo, que

Atuar em comunicação pública exige: compromisso em privilegiar o interesse público em relação ao interesse individual ou corporativo; centralizar o processo no cidadão; tratar comunicação como um processo mais amplo do que informação; adaptação dos instrumentos às necessidades, possibilidades e interesses dos públicos; assumir a complexidade da comunicação, tratando-a como um todo uno (DUARTE, 2009, p. 59).

Por isso, Oliveira (2007) aponta que a comunicação pública deve ser algo que deve ser realizado por todos os envolvidos com a área pública, e deve ser executada de maneira autônoma e descentralizada de acordo com suas características específicas, buscando encontrar a melhor forma de expressão em cada setor, baseado nas políticas públicas adotadas pelo Estado.

Os estudos sobre a temática da comunicação pública no Brasil ganharam uma maior força a partir do amadurecimento do regime democrático no país, podendo ser explicado pelo fato de que a “comunicação pública está diretamente vinculada à fundação da democracia, na passagem para a modernidade, e com o surgimento da sociedade civil, apresentando uma relação intrínseca entre esses três conceitos: sociedade civil, democracia e comunicação pública” (GIL, 2013, p.3).

Prova disso é que a essência da comunicação pública pode ser considerada como a mesma da democracia, ou seja, tornar público, fazendo com que não haja segredo entre as partes envolvidas, sendo totalmente transparente. Tal afirmação tem como fundamento as considerações de Gil e Matos (2013), quando afirmam que está em jogo não diz respeito apenas à relação entre governo e o povo, mas principalmente entre o Estado e a sociedade, sendo essa a justificativa para a mesma estar inserida na democratização do país.

Segundo Oliveira (2013), esse processo de democratização deve influenciar e direcionar a comunicação organizacional e, consequentemente, à comunicação pública em prol de uma nova concepção voltada a trabalhar a percepção dos indivíduos e dos grupos sociais na sociedade.

Em tal raciocínio, a comunicação pública está diretamente ligada à democracia, pelos seus objetivos e princípios. No caso específico do Brasil, a comunicação pública foi introduzida mais fortemente no governo após o processo de redemocratização do país após a ditadura militar. Mesmo com sua introdução, levou um período para se estabelecer e finalmente ser usada de acordo com os conceitos e objetivos propostos por seus pesquisadores. A situação é diferente do que ocorre em outros países, haja visto que “a comunicação do governo sempre manteve a tendência de ser pensada como uma comunicação social no Brasil, mas na Europa a partir dos anos 80 começou a ser trabalhado o conceito de comunicação pública” (MATOS, 1999, p.5). Como exemplo, é possível citar que de acordo com Manieri e Ribeiro (2011), durante o governo militar brasileiro, a comunicação pública era tida como comunicação governamental, tinha como principal função criar uma imagem positiva do governo para a população. Para os autores, a primeira secretaria de comunicação social foi criada no governo do presidente Figueiredo. Sendo que a partir daí, a comunicação no Brasil vem sendo pautada principalmente com ações relacionadas à cidadania.

De acordo com Gil e Matos (2013) desde a era Vargas a comunicação do governo brasileiro demonstrava um Estado forte, que ressaltava as qualidades e projetos do governo, fazendo com que a comunicação pública se desviasse de sua essência. Ressalta-se que a comunicação nessa época era basicamente constituída de propaganda política, impedindo assim uma verdadeira comunicação pública.

Essa propaganda política, a principal comunicação do governo com seu povo durante o governo Vargas, era feita principalmente pelo rádio, onde o próprio Getúlio Vargas muitas vezes, transmitia suas mensagens e feitos ao povo brasileiro, dando origem a programas que existem até os dias atuais e são importantes ferramentas de comunicação com a sociedade, como a Voz do Brasil<sup>2</sup>.

Segundo os mesmos autores, foi a partir do movimento de Diretas Já que essa imagem começou a mudar, visto que nesse momento a população assumiu e protagonizou a política nacional. Assim a comunicação pública teve uma transição considerada fundamental no governo brasileiro e a partir daí, mais exatamente nos governos de Sarney até Fernando Henrique Cardoso, a comunicação pública teve como principal fim apenas divulgar as ações e trabalhos realizados pelo governo para a população. Com base nessas observações é possível

---

<sup>2</sup>A Voz do Brasil é o programa nacional mais antigo do rádio brasileiro e foi transmitido pela primeira vez em 1935, com esse nome. Foi criado durante o governo do presidente Vargas, e nesse período tinha como objetivo divulgar para a população os feitos do presidente, em uma época em que não existia televisão. O programa existe até os dias atuais, sendo uma das ferramentas utilizadas pelo governo federal para se comunicar com a população brasileira.

inferir-se que a comunicação pública no Brasil é aparentemente, de natureza publicitária, de divulgação.

Foi somente a partir do governo de Luís Inácio Lula da Silva, que a comunicação pública teve como principal fim divulgar para a cidadania, ou seja, tinha como fim, comunicar algo diretamente aos cidadãos (VANZINI, 2013). Foi também a partir do governo de Lula que a comunicação foi tratada com maior preocupação e zelo, sendo que ela passou a ser vista não apenas como um comercial institucional do governo a ser veiculado nos principais meios, mas sim como um canal de comunicação e contato com o povo. Essa “nova abordagem permitiu a inclusão de minorias e de instituições da sociedade civil no debate público” (GIL; MATOS, 2013, p. 99).

A partir do Governo Lula se deu, também, início à tramitação do projeto para aprovação da Lei de Acesso a Informação, importante ferramenta e grande conquista dos cidadãos no que diz respeito ao acesso a informações sobre a Administração Pública, visto que a partir dessa lei, todos os órgãos governamentais têm a obrigação de prestar informações à população.

A LAI, como é conhecida a Lei de Acesso a Informação, já foi aprovada e sancionada pela presidente Dilma Rousseff, por meio da lei número 12.527, em 18 de novembro de 2011, representando um grande marco nos avanços da comunicação pública no Brasil. Essa lei influencia diretamente o processo de comunicação dos órgãos públicos com a sociedade, pois a partir dela, os órgãos públicos têm como obrigação prestar contas e disponibilizar os dados do governo para a sociedade em geral.

De acordo com a LAI, o cidadão pode ter acesso aos dados das administrações públicas, buscando as informações na sede do próprio órgão público que pretende consultar. Para isso protocola uma intenção de solicitação de informação e o órgão possui até cinco dias para dar esse acesso de informação ao cidadão. Atualmente os *sites* institucionais na internet, trazem todos os dados, sendo uma fonte mais rápida e eficaz, visto que os relatórios já possuem diversas informações e estão organizados de acordo com o que se exige na LAI.

Através de algumas campanhas do Governo nos últimos dez anos, é possível perceber o interesse dos órgãos oficiais pela comunicação pública, podendo ser citadas como exemplo, as campanhas de prevenção de doenças, de uso de drogas, alistamento militar, incentivo ao voto, apresentação de leis criadas e que são direitos do cidadão, entre outras. No entanto, essas campanhas não compreendem de fato um fluxo comunicativo, pois através delas, o Estado está apenas prestando um serviço de informação aos cidadãos, não atuando diretamente em um processo de comunicação com a sociedade.

No cenário atual a comunicação pública aparece como se fosse uma espécie de “utopia” em sua grande área, pelo fato de que esse tipo de comunicação busca se impor e mostrar o seu verdadeiro sentido social, que fora perdido algum tempo pelo fato do mercado de trabalho, muitas vezes colocar e formar um profissional voltado apenas para o mundo empresarial, político, ideológico, personalista, entre outros tantos perfis existentes, deixando assim a área sem profissionais voltados, por exemplo, para uma comunicação pública ou outros tipos mais específicos, como a comunicação científica, que será abordada no próximo capítulo desse trabalho (BRANDÃO, 2006).

Por isso, essa nova sub-área que seria a comunicação pública, surge e ecoa de um jeito renovado, com ar e princípios mais joviais, mais modernos e dinâmicos e com uma alma e jeito de comunicação libertadora, tendo como objetivo gerar cidadania, com o intuito de se formar profissionais mais humanos e sociais.

De certa forma, distanciando-se das considerações de Brandão (2006), Koçouski (2013, p. 54) afirma que “a comunicação pública não é um modelo utópico, em substituição às demais formas comunicativas existentes, pois ela tem um campo definido de abrangência, que apresenta como característica intrínseca a perspectiva ética do interesse público – sem a qual ela deixa de existir enquanto conceito”.

De acordo com Brandão (2006) é através do fluxo de informações, discutido no capítulo anterior, formado e gerado pela comunicação pública, que se estabelece um “elo social”, uma espécie de corrente, uma parceria entre a sociedade e o governo, criando assim uma base, uma relação mútua de respeito e confiança entre ambos. Por isso, a comunicação pública deve proceder de forma que seja um canal de informações transparente para os cidadãos, para que assim consigam participar e tomar decisões, de modo que estejam informados e conscientes.

Por viabilizar e necessitar da participação da sociedade em seus atos podemos relacionar comunicação pública, com a participação popular, com a multiplicidade de vozes e com uma esfera de interação social, devendo ser levado em consideração quatro aspectos que se tornam diretamente ligados e inter-relacionados, sendo eles: os direitos dos cidadãos, a informação que é passada a eles, a motivação criada nesse grupo e a interatividade criada, sendo que a comunicação pública acompanha de perto as aplicações de normas, regras, o desenvolvimento dos procedimentos, enfim, todos os processos de tomada de decisão pública (BARBOSA *et al*, 2012)

As considerações de Barbosa *et al* (2012) aproximam-se da visão de Zémor (1995) que aponta a existência de cinco categorias da Comunicação Pública, cada uma de acordo

com sua missão. A primeira responde a obrigação das instituições públicas de levarem as informações aos seus diversos tipos de público; a segunda estabelece basicamente um diálogo entre o Estado e o cidadão de forma que o serviço público atenda às necessidades do cidadão da melhor forma possível; a terceira categoria apresenta e promove os serviços que são oferecidos pela administração pública aos cidadãos; a quarta categoria pretende tornar conhecidas às instituições públicas nos âmbitos internos e externos, através da comunicação; e na última e quinta categoria, temos o desenvolvimento de campanhas de informações acompanhadas de ações para o interesse em geral.

Considerando-se o exposto até o momento e baseado em Manieri e Ribeiro (2011) é possível afirmar que os pressupostos básicos da comunicação pública estão relacionados com o interesse geral de todos os envolvidos e a utilidade pública das informações, fazendo com que, após cumprir a sua função de informar, seja possível gerar a oportunidade de se criar diálogos e participações de todos os públicos em todas as esferas, pois para se praticar uma boa comunicação pública é necessário que existam várias opiniões, gêneros, pontos de vista e diferentes visões de mundo, para que assim possa ocorrer a continuidade, a igualdade e a mutabilidade<sup>3</sup>.

De maneira a complementar ao exposto, deve-se utilizar as considerações de Bernardes (2008), podendo ser considerados como princípios da comunicação pública o direito do cidadão à informação, afinal ele paga seus impostos e tem direito de saber onde e como seu dinheiro está sendo empregado; o dever do Estado de informar, seus atos e seus ideais; o zelo do Estado pelo conteúdo informativo, educativo e de orientação social, propondo e exigindo dos meios de comunicação, por exemplo, programas educativos em sua programação. Outro ponto que deve ser considerado é o fato de não se centrar na promoção pessoal dos agentes públicos, pois não está sendo feita publicidade do Governo, mas uma comunicação com o seu povo; a promoção do diálogo e da interatividade entre sociedade e governo; o estímulo do envolvimento do cidadão com as políticas públicas; oferecer serviços públicos com qualidade comunicativa; agir com ética, transparência e verdade.

Contribuições similares apresenta Duarte (2009) ao afirmar que as principais funções da comunicação pública, seriam a de informar o povo; escutar o receptor, ou seja, o seu público-alvo; considerar a relação social construída com os cidadãos e, assim, estabelecer diálogos. Assim, enquanto os princípios da comunicação pública estão relacionados ao direito

---

<sup>3</sup> Consultando o dicionário PRIBERAM, todas as palavras: continuidade, igualdade e mutabilidade, remetem a qualidade. Assim a continuidade, igualdade e mutabilidade seriam mecanismos a serem utilizados para se obter uma qualidade na prática da comunicação pública.

do cidadão em saber sobre as ações do governo, as suas funções são de levar essa informação aos cidadãos, ou seja, tem como principal função ser uma ponte de ligação entre o estado e o povo.

Oliveira (2007), afirma que quando se pratica a comunicação pública, existem perspectivas que sejam criados orçamentos participativos, conselhos municipais, programas abertos à comunidade nas instituições de ensino, audiências públicas, debates nos poderes legislativo e executivo junto a comunidade, como as ouvidorias públicas, TV pública e até mesmo rádios comunitárias.

Na verdade, quando o cidadão se envolve na criação ou proposição de políticas públicas, ele tem a chance de participar, opinar e dar voz a debates e políticas que o governo desenvolverá para tomar providências, criar programas e gerar benefícios, através de questões públicas de interesse geral, tais como, por exemplo, temas ligados à saúde, educação, segurança, entre outros.

Em tal contexto é importante que o governo crie políticas públicas de comunicação pública, tendo como objetivo a reflexão das instituições públicas, como uma alfabetização científica por meio da educação, pelas quais fosse possível implantar nas escolas, disciplinas e/ou programas de alfabetização midiática, formando assim pessoas mais informadas e críticas, a ponto de opinar e participar de debates que sejam de seu interesse.

O direito que o cidadão possui de ser informado passa, necessariamente, pela sua participação como um sujeito que se torna ativo e, consequentemente, interativo em todas as fases do processo de comunicação, fazendo com que também o torne não somente um receptor, mas também um emissor. Sendo assim, a comunicação pública é um dos mecanismos responsáveis pela efetivação desses direitos do cidadão, pois ela se insere na defesa do direito à informação, uma vez que

Falar em comunicação pública implica usar a comunicação como um instrumento de interesse coletivo para o fortalecimento da cidadania, melhorando a vida das pessoas por meio da comunicação. Para isso é preciso utilizar instrumentos ou meios que estejam conectados com o ponto de vista do cidadão, assumindo o espírito público e privilegiando o interesse coletivo em detrimento do pessoal. (GRANATO, 2013, p. 4)

Neste contexto, e de acordo com Granato (2013), os instrumentos de maior interesse para a comunicação pública são a comunicação de massa, que teria como finalidade levar informações para o máximo de receptores possíveis, nesse caso tratadas como unidirecionais,

ou seja, apenas leva informações ao público e não faz o sentido reverso. Já a comunicação segmentada no qual o próprio nome diz, é orientada para certo tipo de público, com conteúdo específico, com a possibilidade do receptor se tornar um emissor e, assim, ocorrer um diálogo; e, por fim, a comunicação direta que teria uma maior interação entre emissores e receptores.

Porém, a maior preocupação da comunicação pública seria o de aproximar o Estado dos cidadãos e, consequentemente, garantir uma responsabilidade entre ambos, ou seja, garantir um *feedback* à população, através de um processo simples, no qual as pessoas não são tratadas “apenas como receptores da comunicação proveniente do governo e de seus poderes, mas também como produtores ativos do processo” (MATOS, 2009, p. 123).

Esse público que participa dessa comunicação é formado por diversos atores, que segundo Matos (1999, p. 7):

São atores que participam dessa comunicação: a sociedade, o terceiro setor, a mídia, o mercado, as universidades, as instituições religiosas e os segmentos a que se tem negado reconhecimento. Quando se promove a educação com fins sociais, quando tenta-se uma aproximação de diferentes setores, e se desenvolve instrumentos de prestação de contas, informação e conscientização junto à sociedade a comunicação pública é compreendida adequadamente se tratando à comunicação em órgãos públicos. Cada um desses atores tem uma função diferente no processo democrático e a opinião pública emerge como resultado da interação que ocorre neste sistema público de informação. Por isso, devemos pensar a comunicação pública como um campo de negociação pública, onde medidas de interesse coletivo são debatidas e encontram uma decisão democraticamente legítima.

Por isso é necessário que esses atores possuam, de acordo com Carvalho e Cabecinhas (2004), uma cultura/ bagagem de saberes e conhecimentos, pois as informações repassadas a esses receptores serão processadas e “criadas” através desse conhecimento existente. Na verdade tal situação permite a criação de uma nova cultura, por isso se torna de extrema importância a informação para a população em geral, pois quando um cidadão possui um pouco mais de conhecimento e acesso a internet, a educação e a livros, assume um caráter mais crítico e questionador perante o poder público, exigindo cada vez mais participação política e transparência informacional, além de conseguir processar com maior facilidade as informações recebidas.

Cabe ressaltar que na era da informática e tecnologia, se torna mais fácil ainda ter acesso a essas informações, visto que as notícias hoje estão disponíveis em tempo real, ao nosso dispor, nas redes sociais, por exemplo, fazendo com que enquanto interagimos em no

mundo virtual com nosso grupo de amizades, seja possível se informar através dos principais veículos de mídia, por meio dos compartilhamentos de matérias.

Com isso, a eficácia nesse tipo de comunicação poderia ser assim entendida como uma adequação das mensagens transmitidas baseada nas características do público que irá recebê-las, pois de acordo com Nobre (2013, p. 273), “as mensagens surgiram da competência linguística dos interlocutores, e não da dos locutores; e as características do público vieram da estrutura estática e dinâmica dessa mesma competência linguística”.

Por isso, para uma comunicação que flua perfeitamente e possa alcançar os resultados almejados com o cidadão, é importante, que a comunicação pública seja simples e objetiva, de forma que toda a população consiga entender a mensagem não importando seu grau de instrução ou classe social.

Sendo assim, um dos maiores problemas e barreiras que a comunicação pública enfrenta nos tempos atuais é que os meios de massa são as principais vias de acesso à informação para muitas pessoas. São justamente esses meios de massa que também se encontram “verdadeiras batalhas”, visto que eles são formatados em funções de regras de mercado, onde pode ocorrer uma limitação e certa “especulação” dos debates, fazendo com que assim as informações de utilidade pública sejam repassadas a sociedade separadamente, se tornando dessa forma uma comunicação mais específica entre o governo e o cidadão (MATOS, 1999).

Para que seja possível ocorrer esse tipo de comunicação específica do governo com os cidadãos, alguns conceitos se tornam essenciais nesse processo, tais como transparência; o fato de ouvir a voz dos mesmos; a simplificação dos processos, buscando sempre ser o mais objetivo possível; a participação, avaliação e correção, que será possível através da opinião da sociedade; eficiência e eficácia na prestação e oferecimento dos serviços públicos aos cidadãos (GIL, 2013)

Para Granato (2013), geralmente em instituições públicas, a comunicação está diretamente ligada às ações e planejamento estratégico da entidade, visto que a eficiência, eficácia e prontidão dos serviços que vão ser prestados à população, dependem diretamente desse trabalho comunicacional. O procedimento fundamental para se reconhecer essa ação nessas instituições, seria compreender que a comunicação precisa ser discutida e ser vista como uma política pública essencial para o bom funcionamento desse órgão.

Dessa forma, é possível afirmar, com base em Castilho e Mian (2013), que a comunicação possui um papel muito importante dentro da área pública, visto que cabe a ela o dever de estruturar políticas públicas que visem principalmente criar mecanismos para assim

levar e também trazer conhecimentos da sociedade em geral, de forma simples, clara e objetiva, levando o que acontece e o que está produzindo nas universidades, por exemplo, e o que a comunidade pensa sobre essas produções.

De acordo com Kunsch (2013, p. 4),

A instituição pública/governamental deve ser hoje concebida como instituição aberta, que interage com a sociedade, com os meios de comunicação e com o sistema produtivo. Ela precisa atuar como um órgão que extrapola os muros da burocracia para chegar ao cidadão comum, graças a um trabalho conjunto com os meios de comunicação.

Ainda à luz da mesma autora, cabe esclarecer que quando se propõe a comunicação pública como estratégia dos órgãos governamentais, pressupõe-se que exista uma política global comunicacional dentro dessa instituição, juntamente com a utilização de pesquisas e auditorias dos processos aplicados para se fazer a comunicação da mesma.

As instituições públicas de ensino poderiam ser uma espécie de laboratórios para executar a comunicação pública, visto que políticas comunicacionais e de alfabetização midiática deveriam ser implantadas, tendo como projeto a divulgação de pesquisas ou trabalhos desenvolvidos no campus, por exemplo.

Acerca da comunicação pública nas IES públicas, são importantes as contribuições de Ribeiro (2014) para quem os eixos da comunicação nas Universidades Públicas são os serviços ao cidadão, a divulgação científica, a transparência administrativa, a construção e manutenção da imagem organizacional e os relacionamentos efetivos com os públicos estratégicos (permeabilidade institucional).

Ao discorrer sobre a temática Costa (2012), afirma que o objetivo principal e a essência do sistema de ensino nas universidades, seria o conhecimento, assim nenhuma organização consegue trabalhar de forma tão avançada, forte e eficaz as pesquisas, como a universidades, pois as pesquisas são formas de ampliar e ramificar o conhecimento, principalmente por conta do apoio de agências de fomento que essas instituições vêm recebendo ultimamente.

Tal assunto é abordado em outro estudo, quando Franco (2013, p. 11) afirma que

As universidades brasileiras, em especial as públicas, classificação na qual a Universidade Federal de Uberlândia (UFU) se coloca, representam grande parcela do ambiente de pesquisa, onde inúmeros estudos, experimentos e inovações, em nível de graduação e pós-graduação, são desenvolvidos em todas as áreas de conhecimento. Questiona-se se esse conhecimento ultrapassa os muros das instituições de ensino superior e chegam até a

população. As iniciativas no campo da extensão universitária, que também geram conhecimento científico, podem colaborar para essa ponte, porém muita produção, especialmente no campo da pesquisa, onde os resultados dos trabalhos geram diretamente conteúdo científico, fica aprisionada na elite acadêmica e nos congressos especializados.

Os recursos que subsidiam essas pesquisas nas universidades, em sua grande parte, vêm diretamente ou indiretamente da sociedade, sendo assim, os resultados desses investimentos feitos pelo cidadão deveriam ser direcionados para a sociedade em forma de prestação de contas sobre essa verba investida. Contudo, o que se percebe, em geral, é que “boa parte do que acontece na instituição de ensino e sua função quanto produtora de conhecimento para desenvolvimento regional não ultrapassa os muros das universidades” (CASTILHO; MIAN, 2013, p. 6).

Outro autor que discorre sobre a situação é Ribeiro (2014) quando salienta que, mais do que informar e prestar contas ao cidadão, a comunicação pública deve agregar valor à universidade, mostrando para a comunidade o que é desenvolvido dentro dos campi, apresentando pesquisas, trabalhos, além de trabalhar o que a universidade oferece de melhor a comunidade acadêmica e a sociedade.

Com base em todas estas concepções e autores, pode-se afirmar que a Comunicação Pública está inserida no âmbito das discussões que dizem respeito “à gestão das questões públicas e pretende influir para a mudança de hábitos de segmentos de população, bem como na tomada de decisão política a respeito de assuntos que influenciam diretamente a vida do cidadão”, como por exemplo, em questões da ciência. (BRANDÃO, 2006, p.8)

Por isso, que cada vez mais a comunicação pública da ciência vem se tornando objeto de estudos e pesquisas, principalmente pelo fato de possuir uma grande importância no processo de construção das políticas de Ciência e Tecnologia (C&T) que o Brasil vem adotando, desde a criação do Ministério de Ciência e Tecnologia, além dos atuais projetos, programas, maior visibilidade e maiores investimentos do governo nessa área; fazendo com que, dessa forma, a sociedade participe sobre discussões do tema.

## 4 COMUNICAÇÃO CIENTÍFICA NAS IES

A ciência tem como característica trabalhar para a humanidade, sempre em prol do benefício do homem, sendo que assim, os cientistas, devem ter em mente e refletir sempre as consequências, sejam elas sociais, econômicas ou políticas que suas pesquisas podem causar a humanidade, pois é por meio da ciência que o homem tenta conhecer o mundo e encontrar respostas para diversas situações e fenômenos. “A ciência desempenha um importante papel na sociedade e, de forma dinâmica e contínua, busca verdades através da utilização de métodos científicos” (PINHEIRO; SAVI, 2002, p.5).

Conforme Caldas (2010), especialistas de diferentes áreas são os responsáveis diretos pela construção do conhecimento científico que deve obedecer algumas normas para assim ser considerado como tal. Para isso, os estudos precisam ser sistematizados, rigorosos, metódicos, justificáveis, demonstráveis, organizados, com propósitos e acima de tudo, racionalmente elaborados, porém como toda atividade humana, nem como sempre se pregou e apesar da existência do método científico ser antigo como tal, a ciência nunca possui uma única verdade e nem sempre será totalmente absoluta.

A ciência pode assim ser considerada conforme Kneller (1980) como o conhecimento da natureza e consequentemente a exploração desse conhecimento adquirido, no entanto, essa exploração pode envolver muitas variáveis podendo ser citado como exemplo, histórias, métodos de investigação e os próprios investigadores envolvidos no processo. Nos tempos atuais a ciência vem ganhando também status de uma força cultural de extrema importância e uma fonte de informações cada vez mais indispensável à tecnologia e suas funções.

Para Costa *et al* (2010) a ciência e a tecnologia caminham juntas, pelo simples fato de partirem do mesmo pressuposto, tendo como sustentação a observação nas experiências vividas e o conhecimento de causa natural, entretanto trazem algumas diferenças em alguns aspectos, tais como o fato de a tecnologia não estar relacionada diretamente com a realidade ou a verdade, como a ciência costuma se “auto definir”, mas sim com a utilidade, com o controle, ao contrário da ciência, que sempre busca o conhecimento.

Tanto a ciência, quanto a tecnologia, podem ser consideradas como temas de interesse público, devido à importância que possuem no contexto atual (FRANCO, 2013). Normalmente, elas são pesquisadas e desenvolvidas dentro de universidades e centros de pesquisas e devem ser devidamente comunicadas, ou seja, a comunicação pública relacionada a ciência e tecnologia precisa ser uma prática pressuposta por estas instituições, pois isso faz com que, de um lado, haja a divulgação de informações de interesse geral e de outro, com que

o receptor exerça seu direito de receber essas informações, tendo oportunidade de participar do debate na esfera pública.

A relação entre ciência e tecnologia deve ser tratada dentro de um mesmo contexto social em diversos aspectos e formas, por ser parte integrante e condicional desse contexto, haja vista que elas interferem e/ou recebem interferências desse macroambiente. São eles que podem estabelecer os limites do campo científico, com o intuito de obedecer a padrões de racionalidade, definidos universalmente pela própria comunidade científica. (COSTA et al, 2010, p. 2)

Segundo os autores, quando junta tecnologia e ciência a fatores da sociedade, passamos a ter uma complexidade maior, visto que alguns pontos são considerados em comum nas pesquisas que envolvem essa tríade formada por tecnologia, sociedade e ciência. Como exemplo, é possível citar a relação da ciência com aplicações tecnológicas e os fatos causados no dia adia; apresentar o estudo de feitos e experimentos científicos que terão um maior grau de contribuição para a comunidade; avaliar o comprometimento social e ético que o uso da ciência e do trabalho científico trará para a sociedade; e adquirir uma compreensão da natureza da ciência e do trabalho.

Desse modo, a tecnologia unida com a ciência, passa a ser dividida com os cidadãos, que até então estavam mais distantes dos fatos e informações, deixando de ser um objeto exclusivo de especialistas, fazendo com que cientistas e sociedade se situem – pelo menos deveriam - em um mesmo nível e, ainda, deveria, conceder poderes de decisões iguais nas questões políticas de seus objetos em comum.

Ainda segundo os autores nessa representação, a ponte que colocaria cientistas e a população em um mesmo nível seria a comunicação, fazendo com que a ciência e tecnologia estivessem diretamente ligadas a cientistas e ao público, em dois papéis: interferindo e sofrendo interferências de ambos, principalmente nos tempos atuais, com a ampliação dos meios de comunicação e das formas de disseminação de informações em diferentes suportes, possibilitando, assim, que todos tenham o acesso à informação e, consequentemente, uma perspectiva maior de saber.

A ciência muitas vezes, é vista como autônoma em relação ao resto da sociedade; fazendo com que o público seja uma massa homogênea e passiva; e a comunicação seria unidirecional e linear. Nesse modelo assegura-se a visão de uma ciência autônoma, objetiva e que representa tão somente a “verdade”, pois tanto o produto quanto o processo da atividade científica dependem de uma comunicação eficaz e com isso, muitos cientistas e

analistas em ciência e tecnologia já se deram conta deste fato, afirmando que não existe ciência sem comunicação. (MENDES; PALUCCI, 2002, p. 4)

Dessa forma, cada vez mais se torna necessário a divulgação da ciência para o público para que ele possa ter um maior acesso e, consequentemente, participar dos processos de debates e decisões. Sendo assim, de acordo com Carvalho e Cabecinhas (2004) as opiniões públicas, que seriam aquelas propostas vindas dos cidadãos, deveriam ser “qualificadas”, “alfabetizadas” para que através das representações sociais, elas pudessem tornar o indivíduo com voz ativa no processo de formulação de novas políticas públicas de tecnologia e ciência, além de participação em debates e tomadas de decisões importantes para a área e o país em geral.

Assim, os cientistas seriam aqueles que possuem o conhecimento, e o público, seriam os cidadãos que ainda não teve acesso aos fatos científicos e tecnológicos, tendo como foco a disseminação do conhecimento através de uma interação entre os atores, ressaltando que o conhecimento recebido será processado de acordo com seus aspectos sociais e psicológicos. (COSTA et al, 2010, p. 6)

As dificuldades para essa alfabetização e qualificação do público se dão por dois fatores. O primeiro é que as pessoas comuns têm como uma das principais formas de contato com a ciência, a educação escolar, sendo que para que essa relação se mantenha ao longo da vida, é de extrema importância a aprendizagem durante esse período de vida escolar, além dos interesses que essa relação ciência e educação pode proporcionar ao indivíduo, ou seja, é necessário que se tenha políticas públicas para que ocorra uma alfabetização científica nas escolas e acima de tudo políticas voltadas para o desenvolvimento do interesse desse público (CARVALHO; CABECINHAS, 2004).

Os autores afirmam que o segundo fato é que, na vida adulta, o cidadão tem acesso à ciência, na maioria das vezes, através dos meios de comunicação, ou seja, se os meios não oferecem comunicações científicas adequadas, o indivíduo não terá informações suficientes para ter uma relação com a ciência. Reside aí a importância das políticas públicas, citadas anteriormente, pois no dia a dia de um indivíduo comum os meios de comunicação são as principais bases de tomada de conhecimento e, principalmente, da formação de opinião das pessoas. Tal afirmação tem como fundamento o fato de que, quando essa pessoa possui um conhecimento maior, ela pode contestar as informações disponíveis e assim gerar um debate ou adquirir mais informações.

Ainda existem outras formas de interação do cidadão com a ciência que são menos propagadas e difundidas, podendo citar como exemplo, os museus e exposições científicas, de forma que esse contato seja mais com a materialidade científica ou, sendo mais objetivo, com suas técnicas e matérias-primas, fazendo com que as técnicas e tecnologias comunicacionais tenham uma importante e vital função, baseadas nesses aspectos. De toda forma, é importante se atentar ao fato que “essa relação do público com a ciência tem que ser analisada em contextos socioculturais específicos e empenhar-se uma abordagem construtivista em que o saber resulta da interação entre a informação e a experiência” (CARVALHO; CABECINHAS, 2004, p. 6).

Pensando nas políticas públicas para uma alfabetização científica, é importante lembrar que muitas vezes as autoridades, ao invés de terem a ciência como um pilar, como uma base, preferem a ignorar, contestar, deixar em segundo plano ou nem se lembrar da mesma, fazendo com que os cientistas construam os papéis que seriam políticos e, assim, discutam publicamente as decisões do Estado (CARVALHO, 2004).

Partindo desse pressuposto, o que estaria em jogo, nem seria mais a divulgação ou simplesmente a popularização do conhecimento científico, mas sim uma questão de cidadania com o principal intuito de aproximar a ciência e os cidadãos.

Portanto, a melhor forma de aproximar os públicos e a ciência seria, segundo Fernandes (2011), por meio de uma comunicação científica, que fosse objetiva e acessiva a todos. As políticas em prol desse modelo vêm ganhando uma significativa influência a partir do momento que se tem defendido a necessidade de mais e melhores comunicações, entre cientistas e leigos, sendo que na maioria das vezes, podemos dizer divulgação.

Partindo dessa concepção é importante acrescentar que, na concepção de Lima e Caldas (2011, p.4), a

Divulgação do conhecimento científico para o público em geral, e não apenas entre a comunidade científica, é vista cada vez mais como uma ferramenta de inclusão na sociedade, na qual a comunicação é abordada como um instrumento não apenas de disseminação da informação, mas, sobretudo, para a formação de uma cultura científica.

A comunicação científica, que muitas vezes também é mencionada e definida como divulgação científica, vem sendo usada desde os primórdios da ciência, fazendo uma distinção entre a ciência relacionada às produções do conhecimento considerado científico e o público, fazendo com que a partir dessa diferenciação o público seja colocado de fora do processo de produção científica, que foi inicializado com a formação de uma comunidade científica, ou seja, “com a institucionalização da ciência enquanto atividade com participantes específicos,

regras e práticas acordadas, que a separam das demais atividades” (FERNANDES, 2011). A partir dessa separação, ocorrida no século XVII, se tornou constante o esforço para se divulgar ciência ao público.

A definição para comunicação científica atualmente seria basicamente, como uma comunicação que envolve diversas atividades e estudos que têm como objetivo maior criar canais onde possam ocorrer a integração da ciência com o cotidiano das pessoas na sociedade, ou seja, poder despertar o interesse do público por assuntos relacionados a ciência e, consequentemente, encontrar respostas para as curiosidades existentes em cada cidadão (BRANDÃO, 2006).

De acordo com Massarani (2012), a comunicação científica no Brasil possui pelo menos dois séculos de existência, sendo que os profissionais que realizam essa comunicação alteraram suas motivações no decorrer do tempo e passaram a usar a ciência, como aliada, ou seja, como uma importante ferramenta para superar problemas sociais e de subdesenvolvimento existentes no país.

A comunicação científica possui extrema importância, podendo ser considerada como vital para a ciência, devido a divulgação dos resultados das pesquisas realizadas, pela proteção da propriedade intelectual, pela aceitação dos resultados pelos pares e, consequentemente, a consolidação da ciência. De acordo com Pinheiro e Savi (2002), a propagação da informação científica contribui diretamente para o avanço da ciência, pois é através dessa troca de informações que os membros da comunidade científica e a população, tomam conhecimento dos resultados das pesquisas realizadas.

Oliveira (2007, p. 6) afirma que:

A produção e a difusão do conhecimento científico incorporam preocupações sociais, políticas, econômicas e corporativas que ultrapassaram os limites da ciência pura e obrigaram as instituições de pesquisa a estender a divulgação científica além do círculo de seus pares.

Segundo Fernandes (2011) a comunicação científica não pode ser vista somente como uma “partilha de saber”, que poderia ser definido como o compartilhamento de informações ou informações de conhecimentos dos cientistas aos leigos, mas deve ser vista, principalmente, como um discurso sobre a ciência, pelo qual se busca deixá-la acessível a todos, não sendo considerado o seu conteúdo, mas principalmente seu papel social, fazendo com que essa comunicação não seja considerada como um fenômeno comunicacional.

Em primeiro lugar, a comunicação da ciência deve obedecer a determinadas características, que passam pelo abandono da linguagem hermética típica da comunidade científica, e pela adoção de um vocabulário simples, com recurso a metáforas e sem a incorporação de fórmulas matemáticas. Neste sentido, a comunicação científica consiste na reformulação de um discurso especializado com o objetivo de desembaraçá-lo das suas dificuldades específicas e técnicas, a fim de o tornar comprehensível para o grande público (SEABRA, 2012, p.19).

Em tal contexto, produzir e difundir o conhecimento científico seria muito mais que, simplesmente, comunicar seus resultados, pois esses atos incorporam uma série de preocupações tais como questões sociais, políticas, econômicas que ultrapassam os limites da ciência, obrigando as instituições a estenderem essa divulgação além de suas áreas (BRANDÃO, 2006). Ainda segundo o autor, é extremamente importante que o campo científico e o comunicacional estejam cada vez mais próximos e unidos em prol desse ideal de divulgação.

Tendo em vista tais especificidades é de suma importância dar uma atenção especial aos fluxos de comunicação na divulgação científica. Pinheiro (2002), afirma que o fluxo de informação na comunicação científica engloba atividades ligadas à produção, a disseminação e uso da informação, desde a concepção de uma ideia, seu desenvolvimento, até a sua explicitação e aceitação como parte do conhecimento universal.

A comunicação científica poderia ser vista, sem problemas, como uma espécie de estratégia, considerando toda uma dimensão política e educacional. Essa divulgação estratégica seja em seu tamanho midiático, ou nas diferentes formas e estratégias de comunicação pública da ciência e tecnologia devem ser elaboradas com ênfase para a análise de conteúdos e os impactos que os mesmos podem causar junto à sociedade.

Dessa forma, a comunicação científica utiliza de variados instrumentos para trabalhar seu ideal, que vão desde “metodologias tradicionais de informação tecnológica para comunidades, técnicos e autoridades até às novas tecnologias que são hoje a grande responsável pela rápida expansão da rede de cientistas e divulgadores” (BRANDÃO, 2006, p. 11).

Geralmente, a comunicação científica é feita nos meios de comunicação principalmente por telejornais, mas Carvalho e Cabecinhas (2004) propõem que essa comunicação pode ser feita também em outros formatos, como por exemplo, através de debates realizados em programas ou em programas infanto/juvenis que, na maioria dos casos, possuem grandes influências na construção de representação da ciência.

Para realmente ocorrer uma comunicação científica, uma matéria jornalística deveria atender pelo menos um dos seguintes pré-requisitos, conforme Ramalho *et al* (2013): mencionar cientistas, pesquisadores, professores universitários ou especialistas em geral (desde que aparecessem vinculados a uma instituição científica, a uma universidade e comentassem, obrigatoriamente, temas relacionados à ciência) que estejam participando da pesquisa ou simplesmente mencionar instituições de pesquisa e universidades; mencionar dados científicos ou resultados de investigações; mencionar política científica utilizada; ou tratar de divulgação científica.

Além disso, devemos dar uma atenção maior para a ficção desenvolvendo esse tipo de comunicação, que utiliza, por exemplo, literatura, cinema e televisão. Apesar desse discurso com fins de uma popularização do conhecimento, o que se busca de fato seria uma alfabetização científica, em diferentes áreas e temas do saber, a fim de possibilitar uma formação mais crítica aos cidadãos.

Nesse sentido, Caldas (2010), alerta para o fato de que, é necessário fazer uma reflexão em torno do discurso dos especialistas e dos leigos, sendo que esses devem ser mediados pelo discurso jornalístico, levando em conta, que a ciência e tecnologia são responsáveis por acontecimentos e fatos na sociedade, ou seja, é necessário que esse discurso científico seja melhor compreendido pela população para assim tomar suas decisões. Além disso, é necessário familiarizar a população em torno de processos para elaboração de políticas públicas de ciência e tecnologia, a fim de que tais assuntos estejam cada vez mais no cotidiano dos indivíduos.

De acordo com Seabra (2012) os cidadãos possuem uma ligação maior com a ciência, durante o período escolar. Após essa etapa, o principal elo entre a sociedade e a ciência seria o jornalismo científico. Daí a importância da mídia fazer um bom jornalismo com o objetivo de transmitir conhecimentos sobre ciência e tecnologia, da maneira mais simples possível ao público considerado leigo.

Levando em conta as especificidades da comunicação científica, devemos considerar como tal tipo de comunicação é realizada em nosso país para assim, poder ser aplicada em instituições públicas. O conceito de comunicação científica no Brasil, nos dias atuais, é bem homogêneo, sendo definido basicamente como:

Toda atividade de explicação e difusão dos conhecimentos, da cultura e do pensamento científico e técnico, sob duas condições: fora do ensino oficial ou equivalente e sem o objetivo de formar especialistas. Assim, desenvolve duas funções: a de ensinar, seja, suprindo ou ampliando a escola e de fomentar o ensino (MARANDINO *et al*, 2012, p.5)

Massarini (2012), afirma que em relação ao Estado, a divulgação da ciência e tecnologia teve maior força, a partir do ano de 2003, quando foi criado o Departamento de Popularização e Difusão da Ciência e Tecnologia no Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação, no governo do presidente Luiz Inácio Lula da Silva.

A partir desses departamentos, ainda à luz de Massarani (2012), as ações foram sendo desenvolvidas para popularização da ciência e tecnologia, podendo ser citados como exemplo a Semana Nacional de Ciência e Tecnologia, criada em 2004, além dos editais específicos destinados a apoiar projetos de divulgação científica, entre os quais a criação e o desenvolvimento de espaços científicos culturais, por meio das agências de fomento do Ministério e em particular o Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico, o CNPq.

Para Mendes e Palucci (2002) os resultados de pesquisas que geram descobertas científicas ganham seu reconhecimento e credibilidade quando são publicadas em revistas especializadas na área da pesquisa desenvolvida. Para alcançar essa meta é necessário passar por um criterioso processo de avaliação de pesquisadores, que em papel de árbitros, afirmam o rigor e a originalidade da pesquisa submetida à avaliação. Se passar por esse processo com sucesso, o texto é considerado científico e, dessa maneira, é transformado em publicação, representando uma consagração dessa pesquisa, que terá um valor variado, de acordo com o prestígio da revista em que foi publicado, haja visto que existem revistas indexadas com mais prestígio que outras.

As revistas que são indexadas e arbitradas são as que são consideradas como canal preferencial para poder certificar o conhecimento científico e para comunicar de forma autorizada a ciência, de acordo com a comunidade científica. “As revistas indexadas estão, dessa forma, no centro do sistema tradicional de comunicação científica. Mas é consenso, também, entre os membros da comunidade, que este sistema está longe de ser perfeito” (MUELLER, 2006, p. 4).

Segundo Costa (2012), nos últimos anos, pesquisadores e acadêmicos vêm se movimentando a fim de que os resultados de suas pesquisas sejam divulgados e estejam disponíveis de maneira mais fácil e mais ampla possível. Essa questão de acesso livre à informação está sendo visualizada cada vez mais entre os membros de comunidades científicas e a sociedade, existindo, no momento, pesquisas sobre o uso de *softwares* livres, acesso mais fácil e menos burocrático, arquivos abertos e disponíveis para consulta, constituindo periódicos científicos eletrônicos de acesso livre, afim de que todos possam ter fácil e livre acesso a pesquisas concluídas ou em andamento.

Esse movimento para poder ter um acesso livre ao conhecimento científico poderia, dessa forma, ser considerado como um dos mais importantes na atualidade no que se refere à comunicação científica. Sendo assim, uma das tarefas fundamentais da comunicação científica seria possuir uma melhor comunicação das experiências da comunidade científica para a sociedade em geral, ou seja, estudar e entender a melhor forma de como a população em geral percebe e comprehende a ciência, e como os meios de informação podem auxiliar na modificação dessa compreensão.

A comunicação da ciência foi longamente percebida como uma ‘popularização’ e vista como atividade de conversão reservada a um pequeno grupo de investigadores, onde a maior parte dos cientistas tem, de fato, hesitado em construir pontes com públicos não especializados, fazendo com que o contato com os meios, em particular, têm sido frequentemente temidos devido aos riscos de simplificação excessiva, de deturpação de resultados e de sensacionalismo (CARVALHO; CABECINHAS, 2004, p. 6).

Assim, poderíamos compreender a comunicação científica como uma espécie de infraestrutura da comunidade científica, ou seja, para podermos entender o mínimo sobre o sistema de comunicação científica, devemos considerar os contextos que esse sistema opera, além de sua comunidade científica, pois como a ciência é uma atividade essencialmente humana, assim como as atividades jornalísticas, conflitos e tensões se tornam naturais e inevitáveis.

No embate entre cientistas e jornalistas, cujas relações têm se estreitado e melhorado ao longo dos anos, é essencial compreender alguns dos motivos que geram os problemas: saberes distintos; culturas profissionais diferentes; tempo de produção e de reflexão (CALDAS, 2010, p.5).

De fato, o vínculo entre jornalistas e cientistas tende a ser um pouco delicado, pois por um lado temos jornalistas que não possuem preparação necessária para entrevistar cientistas ou questioná-los sobre suas pesquisas, por lhe faltar conhecimento para tal e por outro cientistas que muitas vezes não gostam de divulgar seus trabalhos e dificultam as conversas com os jornalistas, mas deixando claro que a culpa não seria dos profissionais em si, mas de suas formações e da nossa cultura.

Muito se tem dito sobre a divulgação da ciência, mas vem se esquecendo de quem a faz, que no caso seria o divulgador, que deve possuir um perfil bastante específico. Segundo Marandino *et al* (2012, p. 2)

O perfil que seria considerado ideal para o divulgador da ciência vem sendo discutido e vem surgindo diversas tendências, visto que por um lado, defende-se que o próprio cientista deve se ocupar da divulgação, seja pela sua “natural” competência, seja por um compromisso em compartilhar o conhecimento que produz com aqueles que o financiam, ou seja, a sociedade. Por outro, vão se ampliando os cursos de formação de profissionais na área de jornalismo científico e de mediadores/monitores para atuação em museus de ciências. Divulgar ciência não é simplesmente falar de forma simples conceitos abstratos. É preciso, antes, procurar uma linguagem correta de modo a atingir os objetivos e públicos almejados e principalmente, fazer uma escolha, o que divulgar exatamente.

Um princípio fundamental na profissão de jornalista seria o interesse do público, no qual, se encontra grandes barreiras, visto que, muitas vezes, o modo de pensar, de passar uma ideia e comunicar dos cientistas a sociedade não possui um mínimo de estrutura (CARVALHO; CABECINHAS, 2004). Tal situação fez com que o profissional de comunicação tenha como desafio fazer que seu trabalho sejaconseguir informar, da melhor forma ao seu público o que às vezes não foi claramente divulgado.

A maior parte da sociedade é constituída de indivíduos leigos que aguardam pareceres dos cientistas, normalmente oferecido pelos jornalistas, que assim se tornam os recebedores da comunicação científica, sendo receptores dessas informações e criando essa comunicação que estará diretamente ligada as questões de produção e recompensa no campo científico.

Assim, para resolver os impasses entre a comunidade científica e jornalistas, a solução seria criar uma parceria entre cientistas e jornalistas com o objetivo de produzir a informação, com “rigor profissional, reconhecimento dos limites naturais de cada área, a busca pelo aperfeiçoamento, postura ética e responsabilidade social que seriam fatores básicos e decisivos para que possa ocorrer o uso competente da ciência e da mídia como agentes de libertação e transformação social” (CALDAS, 2010, p. 7).

Os cientistas vêm divulgando mais suas pesquisas, falando mais com a sociedade em geral, dando mais entrevistas a jornalistas e essa concordância, pode às vezes, ser justificada por três razões básicas, sendo elas: “a motivação de educar o público; a obrigação de se envolverativamente na transferência de conhecimentos para o público; e, mais recentemente, pelo reconhecimento do valor instrumental da publicidade” (MONTEIRO, 2006, p. 5).

Pelo fato de às vezes existir muitas generalizações na comunicação, isso faz com que a ciência e os cientistas vivam a maior parte do tempo isolados, longe um do outro, fazendo com o público continuasse sem informações.

Exatamente nesse ponto se percebe a importância da comunicação pública e suas especificidades já que para Duarte (2009, p.59):

A atuação em comunicação pública exige: a) privilegiar o interesse público em relação ao privado ou corporativo; b) centralizar o processo no cidadão; c) tratar a comunicação como um processo dialógico; d) adaptar instrumentos às necessidades, possibilidades e interesses públicos; e) assumir a complexidade da comunicação, tratando-a como um todo.

Nesse sentido, a comunicação pública da ciência teria o papel de situar um país e o seu povo em um mundo contemporâneo, sendo que os desafios atuais no campo da comunicação pública da ciência teriam como questão central não mais o conhecimento acumulado, e sim, “a capacidade de criar sentido, a atitude de mobilizar as informações úteis em um momento adequado e numa lógica de fluxo” (MARANDINO et al, 2012, p. 2)

Pelo menos dois fatores podem ser apontados para a identificação das atividades de comunicação científica com comunicação pública: primeiro, a comunicação científica se expande através de uma área tradicional da ciência da informação e em segundo, a produção e a difusão do conhecimento científico incorporam preocupações sociais, políticas, econômicas e corporativas que ultrapassam os limites da ciência pura e que a obrigaram as instituições de pesquisa a estender a divulgação científica além do círculo de seus pares. (DUARTE, 2009, p. 57)

A comunicação pública da ciência pode ser abordada sob duas óticas, sendo a primeira que preveria uma comunicação de “mão única”, tratando o público como apenas um receptor e a segunda já seria ao contrário, assumindo uma comunicação em duas vias, no qual o público ocuparia uma posição de destaque, assim seriam ativados e integrados no processo, permitindo um diálogo entre emissores e receptores.

Se tratando de comunicação pública da ciência, em âmbito internacional, temos a ONG PCST (International Network onPublic Communication of Science and Technology), que “realiza grandes congressos internacionais a cada dois anos e reúne uma expressiva rede de profissionais e instituições de difusão científica, museus de ciência, pesquisadores acadêmicos e cientistas que lidam com o público” (BRANDÃO, 2006, p. 5).

Em maio de 2014, foi possível ter uma excelente experiência, muito aprendizado e troca de conhecimentos com participação na Conferência Internacional sobre Comunicação Pública da Ciência e Tecnologia (PCST/2014), realizada em Salvador – BA. Foi a primeira vez que a Conferência ocorreu na América Latina. participei apresentando um resumo sobre essa pesquisa que foi aprovado para um *workshop* realizado antes da conferência, denominado como Pré-Conferência para Jovens Pesquisadores. Participavam da conferência inúmeros pesquisadores, divulgadores de ciência e tecnologia e estudantes de inúmeros países, diversas

áreas, mas que tinham algo em comum: o interesse pela comunicação pública da ciência. Foi uma experiência muito interessante, pois nessa conferência foi possível perceber que existem inúmeras formas e métodos de fazer a comunicação pública da ciência, independente da área de atuação, basta organizar os fluxos de comunicação, ter planejamento e um engajamento.

Assim, espera-se que, de acordo com os princípios da comunicação pública, a sua prática contribua e fortaleça o conhecimento e informações dos cidadãos, facilitando a ação pública e garantindo um debate entre governo e sociedade atentos à comunicação científica. Tal afirmação se fundamenta em Seabra (2012, p. 18), para quem a comunicação em seu ato, tem o significado de por pontos e deixar algo em comum. Dessa forma, podemos afirmar que a comunicação pública da ciência tem a função de gerar uma comunhão entre o conhecimento científico com o público em geral, considerado leigo, viabilizando assim a comunicação científica.

Partindo desse princípio, com a comunicação científica sendo realizada, podemos verificar como essa comunicação pode ser abordada junto à comunicação pública, gerando assim a comunicação pública da ciência, em instituições estatais e universidades, por exemplo, gerando dessa forma uma espécie de “prestação de contas” para a comunidade, visto que grande parte das pesquisas desenvolvidas atualmente são financiadas pelo governo ou agências de fomento, ou seja, com dinheiro público.

Portanto, a comunicação pública da ciência funcionaria como uma “voz” dos cientistas que são financiados pela sociedade prestando suas contas, mostrando os resultados obtidos com suas pesquisas, e a sociedade participando de forma mais ativa do desenvolvimento de políticas públicas implantadas para disseminação e fortalecimento da ciência e tecnologia no país.

## 5 COMUNICAÇÃO PÚBLICA DA CIÊNCIA NA UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA

O trabalho ora apresentado teve como proposta pesquisar a comunicação pública em uma Instituição de Ensino Superior, mais especificamente na Universidade Federal de Uberlândia. A proposta foi verificar como é trabalhada a questão da comunicação pública e a divulgação da ciência nessa instituição e, ao final do trabalho, após as observações, entrevistas, pesquisas realizadas na UFU, verificar se a comunicação possui importância e papel de destaque dentro da Instituição, além de poder afirmar ou não se a comunicação pública da ciência está sendo feita da forma como a bibliografia e pesquisas propõem.

Com tal intuito foi realizado um levantamento inicial sobre a comunicação pública da ciência na Universidade, para com base nos dados estudados fazer propostas com vista que à comunicação da ciência na UFU possa ser realizada de forma adequada.

A questão norteadora da pesquisa nasceu da vontade de saber o que a administração superior da UFU pensa sobre sua comunicação científica, e como os gestores da Universidade Federal de Uberlândia pensam sobre a comunicação como um todo e como a diretoria de comunicação se vê na comunicação da instituição. De maneira mais específica, a intenção foi observar como é o processo de comunicação pública da Universidade Federal de Uberlândia principalmente quando se trata da comunicação da ciência e das pesquisas realizadas na Universidade. Em outras palavras, a questão norteadora busca saber como a comunicação é vista na UFU através da DIRCO e como é o fluxo de comunicação da ciência na Universidade.

Tendo em vista tema, problema e objetivos da pesquisa, chega-se à importância que a comunicação possui dentro das organizações e instituições e, principalmente, a importância de se aplicar processos comunicacionais que consigam atingir os objetivos da comunicação e seu público alvo.

Cabe ressaltar que, cada vez mais, as organizações vêm notando a importância de se ter uma boa comunicação, seja com seus colaboradores ou com seus clientes e mundo externo. Por isso investem na área, seja com a contratação de profissionais específicos para esse fim, seja com contratação de empresas especializadas ou até mesmo com a criação de departamentos para cuidar dessa atividade.

Além disso, cada vez mais, vem diminuindo a distância entre cientistas, instituições de pesquisa, universidades e cidadãos, pois a divulgação das pesquisas que vem sendo realizadas com o investimento de dinheiro público seria como uma prestação de contas à sociedade,

além de integrar e engajar os indivíduos no mundo das pesquisas e, assim, se torna possível a criação de uma comunidade científica bem informada, capaz de interagir e debater questões públicas em comum a todos. No caso das IES a situação é ainda mais específica ao tratar da comunicação da ciência.

Apesar de ser de grande importância para as instituições públicas e profissionais da área de comunicação, infelizmente, não existem muitas pesquisas a respeito da comunicação pública nesses órgãos. Da mesma forma não existe uma definição única sobre o tema, sendo um conceito formado por múltiplas construções, trazendo assim uma carência na área, por isso deveriam ser mais incentivadas pesquisas sobre esse tema por se tratar de algo que interessa diretamente as instituições e, principalmente, aos cidadãos.

Assim, essa pesquisa contribui no sentido de aprofundar a reflexão da temática da comunicação pública passando pela proposta de discutir as variáveis de uma proposta para um plano de comunicação simples e eficaz, considerando os processos realizados na Universidade e as observações realizadas durante a pesquisa de campo.

Trata-se de uma pesquisa aplicada, pois foi realizada uma investigação, em torno de um tema, para comprovar ou rejeitar as hipóteses de modelos já existentes e utilizados em outras situações por outros pesquisadores, tais como Duarte (2009), Brandão (2006), Matos (2013), entre outros. Nesse caso os modelos já existentes seriam as definições sobre comunicação pública e comunicação científica, que foram utilizadas para averiguar se a comunicação praticada na Universidade Federal de Uberlândia está de acordo com o que é definido por esses e outros especialistas.

A pesquisa é descritiva, pois os resultados derivam de observações, e descrevem os fenômenos por meio de registros, de análises, de coleta de dados, além de interpretação de dados. Esse momento se deu durante a pesquisa de campo realizada na Universidade Federal de Uberlândia, onde foram realizadas as observações, para depois ocorrer a descrição de como ocorrem os processos de comunicação no departamento, nesse caso, na Diretoria de Comunicação (DIRCO) da UFU.

Trata-se de uma pesquisa documental, pelo fato de ocorrerem análises de documentos tais como: leis, portarias, plano de comunicação, etc. No decorrer da pesquisa de campo, com o principal fim de identificar informações baseadas em questões e hipóteses norteadoras. Os documentos foram analisados nos arquivos existentes na Universidade visando identificar se a instituição possuía algum plano de comunicação pré-definido, e se possuía leis e políticas para a instauração de uma comunicação pública da ciência eficaz.

É também uma pesquisa qualitativa, pelo fato de trabalhar os dados qualitativamente, onde as informações obtidas não são quantificáveis, ou seja, não foram utilizados dados da área das exatas, tais como cálculos, fórmulas, mas sim informações, descrições, comparações e interpretações.

A pesquisa realizou, mesmo que indiretamente, um grupo focal, de observações, com os servidores da Diretoria de Comunicação da UFU, já que foi realizado um evento na Universidade, onde durante três dias foram dadas palestras sobre comunicação organizacional, seguido de debates/reflexões entre servidores. Participaram desse evento os profissionais da Diretoria de Comunicação, estagiários e estudantes de comunicação. Durante as palestras, houve discussões a partir de alguns temas e os servidores se motivaram a expor pontos que serão tratados no tópico seguinte. Ressalta-se que tal metodologia consiste em:

[...] um grupo de discussão informal e de tamanho reduzido, com o propósito de obter informações de caráter qualitativo em profundidade. É uma técnica rápida e de baixo custo para avaliação e obtenção de dados e informações qualitativas, fornecendo aos gerentes de projetos ou instituições uma grande riqueza de informações qualitativas sobre o desempenho de atividades desenvolvidas, prestação de serviços, novos produtos ou outras questões. O objetivo principal de um grupo focal é revelar as percepções dos participantes sobre os tópicos em discussão [...] As pessoas são convidadas para participar da discussão sobre determinado assunto. Normalmente, os participantes possuem alguma característica em comum. Por exemplo: compartilham das mesmas características demográficas tais como nível de escolaridade, condição social, ou são todos funcionários do mesmo setor do serviço público. Deve ser dirigido por duas pessoas: uma conversando e a outra anotando. Quem está escrevendo não deve interferir para não misturar os papéis (GOMES; BARBOSA, 1999, p. 1).

A pesquisa começou a ser feita em meados do ano de 2013, entre o primeiro e o segundo semestre do curso. A primeira etapa foi uma revisão bibliográfica, que teve como intuito compreender com uma maior profundidade e autoridade sobre as definições e conceitos de comunicação organizacional, comunicação pública, ciência e tecnologia (C&T), comunicação científica, dentre outros.

A partir dos levantamentos e leituras realizadas, foi possível iniciar a construção conceitual desse trabalho, tratando sobre comunicação organizacional, comunicação pública, ciência & tecnologia e comunicação científica. Todo o material foi utilizado com o principal fim de justificar os processos de comunicação aplicados e praticados na Universidade Federal de Uberlândia (UFU) com vistas à comunicação pública da ciência.

A partir disso, foi possível conseguir identificar quais eram os processos realizados, quais que estão corretos de acordo com as definições e métodos usados, quais são os que

poderiam ser melhorados e a partir disso, se os existentes não atenderiam o que seria considerada como a melhor opção. De posse de tal situação foi possível propor novos métodos e processos para assim se obter e praticar uma comunicação pública eficaz dentro da instituição.

Além disso, para poder ter um êxito maior nas observações e conclusões, ou seja, para poder absorver o máximo do que foi observado nas pesquisas de campo, foi necessário ter um mínimo de compreensão sobre ciência e tecnologia, tais como o que elas representam e como deveriam ser feitas as comunicações ou divulgações em torno dessas duas conceituações e suas variáveis.

A partir desses conhecimentos adquiridos por meio do referencial teórico encontrado no levantamento bibliográfico, foi possível observar e verificar se o que se propõe na comunicação científica já ocorre na Universidade como propõem os especialistas. De maneira similar, foi possível montar um fluxograma com uma sugestão de plano de processos a ser aplicado para ocorrer à comunicação pública da ciência na Universidade Federal de Uberlândia.

Tendo em vista as considerações de DeCastro e Fagundes (2012), exploradas no capítulo 2 da dissertação, numa primeira etapa para obter o diagnóstico da IES, objeto de estudo, foi realizado o levantamento da estrutura organizacional da instituição.

Assim, no intuito de obter a estrutura organizacional da UFU, foram realizadas pesquisas documentais junto a seu estatuto, regimento e resolução mais atual do Conselho Universitário. De acordo com os documentos, a instituição possui a seguinte estrutura organizacional:

A estrutura organizacional da UFU é composta pelo Conselho de Integração Universidade-Sociedade, pelos Órgãos da Administração Superior e pelas Unidades Acadêmicas. A Administração Superior é formada por cinco órgãos colegiados (Conselhos) e a Reitoria (RESOLUÇÃO 08/2014 – CONSUN, p. 32).

O Conselho de Integração Universidade-Sociedade junto com mais quatro conselhos (Conselho Diretor, Conselho de Graduação, Conselho de Pesquisa e Pós-Graduação e Conselho de Extensão, Cultura e Assuntos Estudantis) formam o Conselho Universitário que é o órgão máximo de função normativa, deliberativa e de planejamento, responsável por traçar a política universitária que orienta a UFU em todas as suas ações.

O Conselho Diretor (CONDIR) é o órgão consultivo e deliberativo que responde e toma decisões sobre matérias administrativas, orçamentárias, financeiras, de recursos

humanos e materiais. O Conselho de Graduação (CONGRAD) é o órgão consultivo e deliberativo que propõem diretrizes, responde e toma decisões diante das questões que envolvem o ensino de graduação. O Conselho de Pesquisa e Pós-Graduação (CONPEP) é o órgão consultivo e deliberativo em matérias de pesquisa e pós-graduação e o Conselho de Extensão, Cultura e Assuntos Estudantis (CONSEX) que é o órgão consultivo e deliberativo em matérias relacionadas a extensão, cultura e assuntos estudantis (RESOLUÇÃO 08/2014 – CONSUN)

Segundo a resolução 08/2014, a reitoria é o órgão executivo central que administra, coordena, fiscaliza e superintende as atividades da UFU. É exercida pelo Reitor, auxiliado pelo Vice-reitor, acompanhada diretamente pelas Pró-reitorias, Órgãos Administrativos, Assessorias Especiais, Órgãos Suplementares e Unidades Especiais de Ensino.

São cinco Pró-reitorias responsáveis por supervisionar e coordenar as respectivas áreas de atuação:

1) Pró-reitoria de Graduação (PROGRAD) que é diretamente voltada às atividades acadêmicas de ensino. Coordena programas de apoio, fomento, acompanhamento e avaliação das atividades propostas pelas diversas unidades acadêmicas, por ela própria e também pelo Ministério da Educação. 2) Pró-reitoria de Planejamento e Administração (PROPLAD) que é a responsável pelo planejamento, coordenação, supervisão, elaboração do orçamento anual da UFU bem como execução, coordenação e desenvolvimento das atividades referentes aos aspectos financeiros, patrimoniais e orçamentários. 3) Pró-reitoria de Recursos Humanos (PROREH) que é responsável pela promoção e gerenciamento do desenvolvimento de competências, habilidades e interação de todos os técnicos administrativos e docentes, contribuindo para a construção da excelência da UFU. 4) Pró-reitoria de Pesquisa e Pós-graduação (PROPP) que é diretamente voltada às atividades acadêmicas de pesquisa e de pós-graduação. Coordena programas de apoio, fomento, acompanhamento e avaliação das atividades propostas pelas diversas unidades acadêmicas, por ela própria e também pelo Ministério da Educação. 5) Pró-reitoria de Extensão, Cultura e Assuntos Estudantis (PROEX) que articula, desenvolve e coordena as atividades de extensão universitária da Instituição, incluindo as culturais e as políticas de apoio ao estudante, vincula ensino, pesquisa e sociedade; interagindo a instituição com os diversos segmentos sociais: entidades governamentais, setor privado, comunidades carentes, movimentos sociais e público consumidor de conhecimentos, artes e serviços. (RESOLUÇÃO 08/2014 – CONSUN)

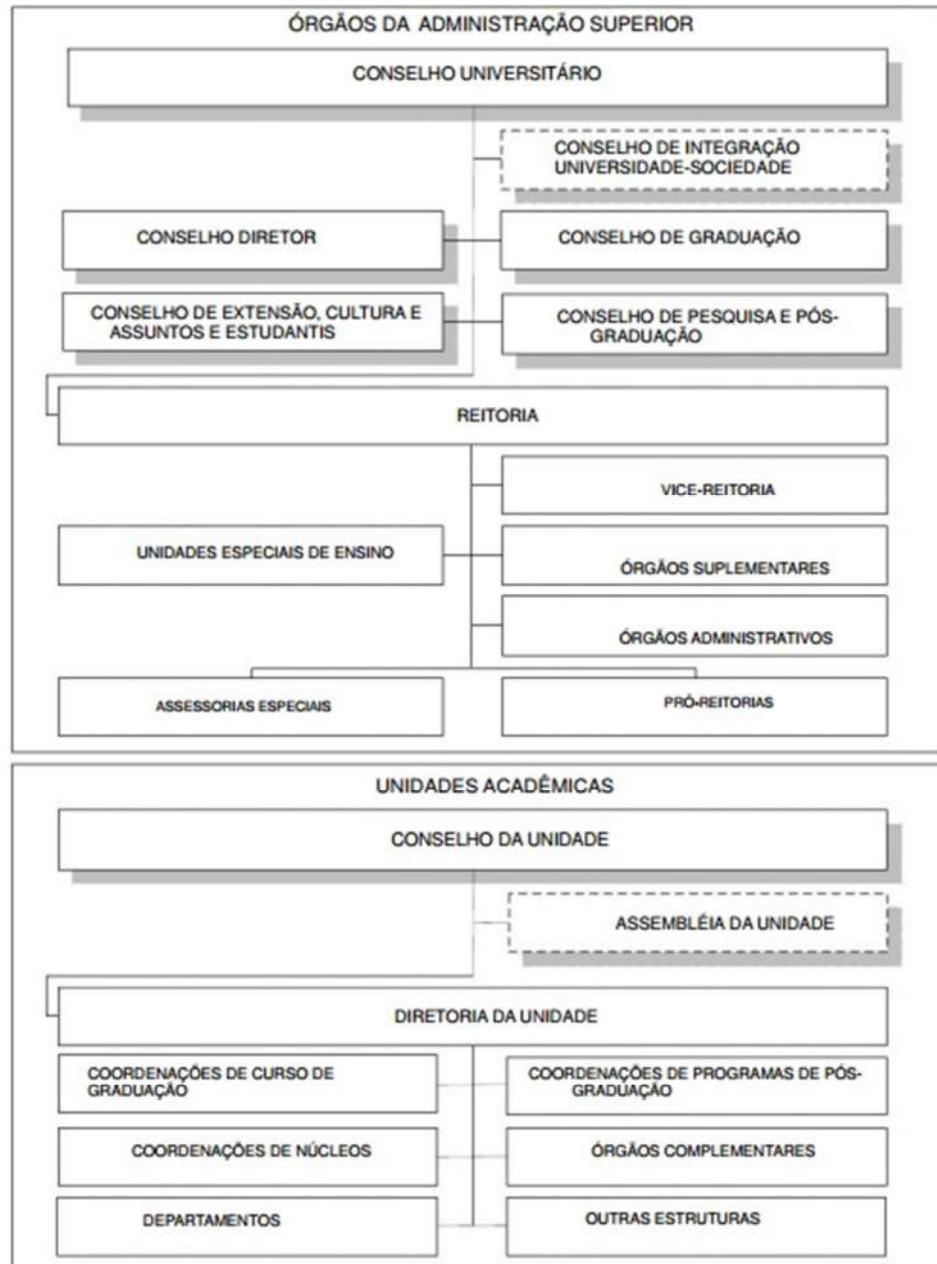
Ainda segundo a resolução 08/2014, os órgãos administrativos da reitoria têm como atribuição administrar atividades de natureza técnico-administrativa, exercendo as funções de prestar serviços à comunidade interna da UFU; assessorar as atividades acadêmicas e administrativas da comunidade UFU; propor convênios, normas, procedimentos e ações; outras funções previstas no Regimento Interno da Reitoria. As Assessorias, onde está situada a DIRCO (Diretoria de Comunicação) visam realizar projetos ou serviços de interesse da comunidade da UFU, cujas estruturas e atribuições são fixadas pelo Regimento Geral e complementadas por normas expedidas pelo Reitor. Os Órgãos Suplementares, vinculados à

Reitoria, com atribuições técnicas, culturais, desportivas, recreativas, assistenciais e outras, fornecerão apoio às atividades de ensino, pesquisa e extensão praticados pela comunidade da UFU.

Já a Unidade Acadêmica seria o órgão básico da UFU com organização, estrutura e meios necessários para desempenhar, no seu nível, todas as atividades e exercer todas as funções essenciais ao desenvolvimento do ensino, pesquisa e extensão, sendo que cada Unidade Acadêmica deve ser constituída pelos seguintes órgãos: Conselho da Unidade; Assembleia da Unidade; Diretoria; Coordenações de curso de graduação e Coordenações de programas de pós-graduação; Coordenações de Núcleos, Órgãos Complementares, Departamentos ou outras estruturas previstas em seu Regimento Interno. (RESOLUÇÃO 08/2014 – CONSUN)

Assim, a estrutura organizacional da UFU, poderia ser representada da seguinte forma:

Figura 1: Estrutura Organizacional da Universidade Federal de Uberlândia



Fonte: Resolução 08/2014 – CONSUN

Já a pesquisa de campo, foi realizada no intuito de observar, analisar e descrever os fatos e processos comunicativos da instituição e, consequentemente, a forma que eles ocorrem em seu ambiente, onde não foi possível isolar, interferir e nem controlar as variáveis dentro dos processos observados, mas sim as perceber e estudar as relações estabelecidas a partir delas.

Em uma observação introdutória no site oficial e institucional da Universidade Federal de Uberlândia, disponível na internet no endereço <http://www.ufu.br/> foi observado que todos os conteúdos desse site são direcionados para o site da Diretoria de Comunicação da UFU,

disponível no endereço <http://www.comunica.ufu.br/>. Dessa forma, questiona-se o porquê de se ter duas mídias similares, conflitantes entre si, sendo que poderia ser trabalhado tudo no site oficial da Instituição.

No site intitulado Comunica UFU, existe um menu onde tem o institucional da Diretoria de Comunicação, que enfatiza que:

A Diretoria de Comunicação Social da Universidade Federal de Uberlândia (DIRCO/UFU) é um órgão suplementar vinculado à Reitoria, cuja finalidade precípua é a de estabelecer laços com a comunidade acadêmica e com a sociedade na qual se encontra inserida. Esses vínculos se efetivam por meio da divulgação dos atos e ações administrativas, bem como ao tornar pública a produção do conhecimento científico, suas atividades de ensino e extensão. [...] Para tanto, faz-se necessário alimentar e manter uma rede não só de informação, mas, sobretudo, de interação entre as instâncias públicas e aquelas de caráter político social que tangenciam os valores éticos e democráticos e o desenvolvimento sustentável. [...] Portanto, a comunicação organizacional integrada, desenvolvida pela DIRCO em parceria com a RTU, é determinante para a divulgação do conhecimento produzido pela Universidade a seus públicos diversos, o que fortalece a imagem institucional da UFU, ao tornar a informação qualificada acessível, de forma transparente, como estabelecem os princípios da comunicação pública (SITE COMUNICA UFU, 2014, acessado em 01/07/2014).

A observação evidenciou que mesmo com as fragilidades observadas nesse primeiro momento, ao menos no site institucional da Diretoria de Comunicação da Universidade Federal de Uberlândia existe a proposta de que a comunicação pública seja realizada como propõem os especialistas e, além disso, o conhecimento científico tende a ser divulgado. Dessa forma, em uma primeira impressão ao menos oficialmente existe a intenção de se fazer a comunicação pública da ciência na instituição.

Outra observação realizada na coleta de dados foi que a instituição possui diversos jornais, sendo o Jornal da UFU, o oficial, mas cada departamento e/ou faculdade, possui seus próprios informativos e, até mesmo, outros jornais, concorrendo com o considerado oficial, ou seja, essa é uma fragilidade que deveria ser trabalhada na comunicação da instituição.

Durante o mês de agosto de 2014, foram feitas pesquisas nos sites da Universidade Federal de Uberlândia, com o intuito de verificar se no site havia disponibilizados documentos relacionados à comunicação da instituição, sobre a comunicação pública científica da UFU e, além disso, verificar se a instituição divulga políticas de comunicação, se possui canais de divulgação e pesquisas, por exemplo, e quais os objetivos e propostas da Diretoria de Comunicação para uma comunicação eficiente da Universidade.

As pesquisas foram realizadas no site institucional da Universidade ([www.ufu.br](http://www.ufu.br)) e no site da Diretoria de Comunicação – DIRCO – ([www.comunica.ufu.br](http://www.comunica.ufu.br)), uma vez que, conforme

já apurado, esse último, vêm sendo mais utilizado pela Universidade, visto que a maioria dos conteúdos institucionais são direcionados ao *Comunica*, que é mais interativo e dinâmico.

No site institucional da Universidade, na aba sobre a UFU abre-se um menu lateral em que um dos itens é a Diretoria de Comunicação da Universidade, que apresenta quatro parágrafos introdutórios com a visão de política de comunicação e ações planejadas para execução dessa comunicação. Em tal apresentação:

A política de comunicação da UFU é pautada em uma filosofia dentro da visão de comunicação social integrada, de caráter pluralista e público, com ações direcionadas à comunidade universitária e voltadas à sociedade. Por intermédio de ações planejadas e permanentes, a comunicação social passa a ser um instrumento político na prática de estratégias destinadas a permitir que a UFU participe do processo de formação da opinião pública. Bem informar a comunidade sobre o que se realiza nos campi da instituição constitui-se, igualmente, um meio de inserir-se no desenvolvimento socioeconômico da Região e do País. Os resultados dessas ações são a aproximação da Universidade com a Sociedade, e ainda a garantia de sobrevivência e da defesa da universidade pública, gratuita e de qualidade. (SITE INSTITUCIONAL UFU, 2014)

Considerando-se as leituras e conceituações sobre políticas públicas de comunicação alinhadas à comunicação pública, percebe-se que nem sempre o que é proposto pelo site institucional é realizado por sua diretoria de comunicação. O questionamento que persiste é se, de fato, a instituição consegue promover e desenvolver políticas de comunicação, além de praticar com êxito a comunicação pública. Esse deveria ser um dos objetivos da Diretoria, pois o engajamento da universidade com a sociedade é de extrema importância para o desenvolvimento dessas políticas e consequentemente dessa comunicação com toda a sociedade.

A Universidade Federal de Uberlândia possui parceria com a TV Universitária (TVU) e a Rádio Universitária FM, que são emissoras da Fundação Rádio e Televisão Educativa de Uberlândia – RTU, credenciada junto ao Ministério da Educação como fundação de apoio à Universidade Federal de Uberlândia. A Rádio Universitária FM opera em 107,5 Mhz, trazendo em sua programação, principalmente, a Música Popular Brasileira. A TV Universitária, em Convênio com a Rede Minas, apresenta uma programação com informações jornalísticas e entretenimento, além de uma programação local que se destaca pela cobertura de temas de interesse de Uberlândia, da Região e da Universidade Federal de Uberlândia.

Ressalta-se que conforme dados da pesquisa documental a

Fundação Rádio e Televisão Educativa de Uberlândia tem como objetivos a divulgação de programas e informativos de interesse educativo, científico e cultural; a promoção, interna e externamente, das potencialidades científicas

e artístico culturais das instituições de ensino de Uberlândia, da cidade e da região; a divulgação de eventos do interesse da Universidade, da cidade e da região; o oferecimento de estágios práticos para alunos da Universidade Federal de Uberlândia e demais instituições de ensino; a produção, compra, aluguel ou permuta de programas científicos, artísticos e culturais visando à melhoria da educação e da cultura. (SITE DIRCO – FUNDAÇÃO RTU, 2014)

Fazendo com que esses meios pratiquem a alfabetização científica de seus expectadores através das programações disponibilizadas e divulgação científica. No site institucional da DIRCO, afirma-se que a comunicação organizacional integrada, desenvolvida pelo setor em parceria com a RTU, é determinante para a divulgação do conhecimento produzido pela Universidade a seus públicos diversos, o que fortalece a imagem institucional da UFU, ao tornar a informação qualificada acessível, de forma transparente, como estabelecem os princípios da comunicação pública.

Ainda de acordo com a pesquisa documental, a DIRCO em seu site na aba Relação Públicas, propõe como ações de sua responsabilidade:

- ✓ “Tornar visíveis ações institucionais, acadêmicas, de extensão ou culturais;
- ✓ Gerir os canais de comunicação fazendo com que a UFU conheça ela mesma e se faça conhecida no meio onde atua socialmente;
- ✓ Desenvolver planos e projetos de comunicação interna e externa;
- ✓ Divulgar os valores, ações e políticas institucionais para os diversos seguimentos e públicos que mantenham relações de aproximação com a UFU;
- ✓ Oferecer ao público interno e externo material jornalístico para tornar possíveis as ações institucionais;
- ✓ Gerenciar e promover o relacionamento entre pessoas, grupos de trabalho, pesquisa e extensão de modo a criar uma sinergia entre às atividades desenvolvidas pela UFU;
- ✓ Criar sites com imagens, mapas, plantas, eventos como parte de uma agenda de visibilidade da UFU;
- ✓ Registrar projetos, programas e campanhas coletivos e interdisciplinares que contribuam para uma imagem positiva da UFU;
- ✓ Criar espaços para a prestação de serviços por meio de vídeos educativos, boletins, jornais, sites e programas educativos;
- ✓ Receber as solicitações, sugestões e críticas do público UFU, como forma de se repensar; Estabelecer as parcerias com a iniciativa privada por meio da Fundação Rádio e Televisão Educativa de Uberlândia (RTU), sem prejuízo dos ideais universitários;

- ✓ Realizar as parcerias possíveis entre a DIRCO e a RTU viabilizando projetos, programas e convênios que cumpram o papel social e educativo para o qual estes setores foram criados;
- ✓ Retribuir à sociedade o investimento feito na instituição pública, provocando a reflexão sobre os assuntos do cotidiano, por meio do resgate da solidariedade, respeito e desenvolvimento mútuo;
- ✓ Pensar as ações comunicativas como respostas criativas aos dilemas da sociedade contemporânea;
- ✓ Descobrir e aproximar o cidadão anônimo, produtor de conhecimento e cultura, com a universidade, construindo espaço de diálogos e caminhos alternativos para novas éticas do século XXI.”

Com isso, mesmo que não seja algo explícito, a DIRCO possui objetivos de comunicação a serem desenvolvidos na Universidade Federal de Uberlândia, visto que tem ações traçadas e que devem ser cumpridas para uma contínua melhora no processo comunicacional da instituição.

Na pesquisa realizada nos sites da UFU ainda foram encontrados o Estatuto, o Regimento Geral e o Regimento Interno da Ouvidoria da Universidade Federal de Uberlândia. Buscou-se também, encontrar na pesquisa se a UFU possuía um Plano de Comunicação, ou se ainda possuía algum documento sobre como é feito o processo comunicacional da Universidade Federal de Uberlândia e as políticas de comunicação sobre a comunicação pública da ciência, mas em nenhum site foi possível identificá-los e/ou encontrá-los.

Bastante introdutório, mas analisando os documentos encontrados, foi verificado que neles continha algo relacionado a processos comunicação da Universidade Federal de Uberlândia ou ainda relacionado à comunicação pública da ciência. Ao final da leitura e verificação do estatuto e dos regimentos, foram levantados e selecionados poucos itens a respeito desses recortes feitos para essa pesquisa.

O atual estatuto da UFU foi aprovado pelo CONSUN (Conselho Universitário) em dezembro de 1998 e entrou em vigor em abril de 1999. Atualmente encontra-se em debate, através do processo 138/2014, relatado pelo Professor Cláudio Antoniodi Mauro, a criação da estatute que tem o intuito de realizar alterações no estatuto, para ajustá-los as mudanças que a Universidade passou desde o ano de 1998 e atualizá-lo de acordo com o que se vive atualmente na Universidade. Para essas alterações, reuniões periódicas sobre a estatute estão sendo realizadas, com a convocação de professores, alunos, servidores e comunidade.

No Estatuto da Universidade Federal de Uberlândia, o único item que se encaixou no recorte dessa pesquisa, foi o capítulo II nos artigos 51 e 52, que diz sobre as pesquisas desenvolvidas na Universidade e quais os deveres da Universidade em relação a isso.

**TÍTULO III  
DO REGIME DIDÁTICO E CIENTÍFICO  
CAPÍTULO II  
DA PESQUISA**

Art. 51. A pesquisa tem como objetivo produzir, criticar e difundir o conhecimento no âmbito da cultura, ciência e tecnologia, associando-se ao ensino e à extensão.

Art. 52. Cabe à UFU assegurar o desenvolvimento da pesquisa e da produção acadêmica e consignar em seu orçamento recursos para este fim (ESTATUTO UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA, 1998, p. 13).

No estatuto, não é possível localizar nada que cite ou discuta a divulgação das pesquisas para a comunidade acadêmica e nem para a população em geral. Assim, seria algo a se propor para alterar no estatuto: que as pesquisas fossem divulgadas a todos os envolvidos e a sociedade em geral. Com vistas à popularização da ciência tal divulgação seria um meio de incentivar e realmente realizar a comunicação pública científica da Universidade Federal de Uberlândia.

No Regimento Geral da Universidade Federal de Uberlândia, de acordo com os recortes selecionados, foram encontrados dois capítulos que abordam, mesmo que indiretamente, o objeto do trabalho. Um está relacionado ao funcionamento das assessorias da Universidade e o outro capítulo faz menção novamente às pesquisas, porém de forma mais detalhada do que no Estatuto.

**TÍTULO III  
CAPÍTULO III  
Subseção III  
Das Assessorias**

Art. 40. A Assessoria da Reitoria é composta de assessores designados pelo Reitor para realizar projetos ou serviços de interesse da UFU.

§ 1º A regulamentação referente a cada projeto ou serviço, bem como as atividades de cada assessor, serão regulamentadas por portarias do Reitor no ato da designação.

§ 2º As Assessorias poderão dispor de suporte administrativo e apoio técnico para seus trabalhos.

§ 3º O CONSUN, por ocasião da aprovação do Regimento Interno da Reitoria, definirá o número e níveis de Assessorias disponíveis. (REGIMENTO GERAL, 1999, p.11)

A assessoria foi selecionada, pois através dela é feita a comunicação da Universidade Federal de Uberlândia. A assessoria de Comunicação da Universidade Federal de Uberlândia é realizada pela DIRCO (Diretoria de Comunicação), mas, pelo regimento, assessorias

especiais podem ser designadas para trabalhos especiais, ficando uma dúvida se a Diretoria de Comunicação possui nomeações específicas da reitoria, se faz a assessoria de toda a Universidade, da Reitoria ou apenas assessoria de imprensa.

De acordo com informações disponíveis em seu site, a Diretoria de Comunicação Social da Universidade Federal de Uberlândia (DIRCO/UFU) é um “órgão suplementar vinculado à Reitoria, cuja finalidade precípua é a de estabelecer laços com a comunidade acadêmica e com a sociedade na qual se encontra inserida. Esses vínculos se efetivam por meio da divulgação dos atos e ações administrativas, bem como ao tornar pública a produção do conhecimento científico, suas atividades de ensino e extensão”.

Figura 2 Site Institucional DIRCO



Fonte: [www.comunica.ufu.br](http://www.comunica.ufu.br)

Especificamente sobre a pesquisa científica, o regimento da Universidade Federal de Uberlândia define que

**TÍTULO IV**  
**CAPÍTULO II**  
**DA PESQUISA**

Art. 144. A pesquisa tem como objetivo produzir, criticar e difundir o conhecimento no âmbito da cultura, ciência e tecnologia, associando-se ao ensino e à extensão.

(...) Art. 145. O CONSUN, por proposta do Conselho de Pesquisa e Pós-Graduação, estabelecerá a política institucional de pesquisa, onde constarão as diretrizes que permitam promover e desenvolver, entre outras, as seguintes ações:

- I. Concessão de bolsas especiais de pesquisa, em categorias diversas, principalmente na de iniciação científica;
- II. Formação de pessoal em cursos de pós-graduação próprios ou de outras instituições, nacionais e estrangeiras;
- III. Concessão de auxílios para execução de projetos específicos;
- IV. Realização de convênios com agências nacionais e internacionais e com instituições públicas e privadas;
- V. intercâmbio com outras instituições científicas, estimulando os contatos entre pesquisadores e o desenvolvimento de projetos em comum;
- VI. Divulgação dos resultados das pesquisas realizadas nas Unidades; e
- VII. Promoção de congressos, simpósios e seminários para estudos e debates (REGIMENTO GERAL, 1999, p. 31).

Assim, de acordo com o regimento da Universidade Federal de Uberlândia, para uma promoção e desenvolvimento das pesquisas na Universidade, uma das ações determinadas é a divulgação dos resultados das pesquisas realizadas nas Unidades da Universidade, ou seja, para cumprir o regimento da Universidade, seria necessário que todos os envolvidos em pesquisas no campus da Universidade, divulgassesem notas sobre a pesquisa e, principalmente, os resultados obtidos.

Na área do site onde se encontra a aba do institucional da DIRCO, enfatiza-se que os resultados de pesquisas, eventos, projetos e programas sociais e de caráter cultural devem ser compartilhados nos meios de comunicação da instituição que possui jornal e site, além de rádio e TV, em parceria com a RTU. Entretanto, o site traz a seguinte informação

Para tanto, faz-se necessário alimentar e manter uma rede não só de informação, mas, sobretudo, de interação entre as instâncias públicas e aquelas de caráter político social que tangenciam os valores éticos e democráticos e o desenvolvimento sustentável.

Por isso, deveria ser incentivado e trabalhado na Universidade Federal de Uberlândia que os pesquisadores alimentassem os meios de comunicação com dados das pesquisas que estão sendo realizadas e os resultados destas. A instituição também poderia oferecer ferramentas para captar essas informações dos pesquisadores. Poderia ser incentivado também o uso do site da própria instituição para divulgação de pesquisas, visto que o veículo de comunicação já contém espaço específico para divulgação de comunicado, evento ou notícia.

Os comunicados funcionam como avisos para o público acadêmico ou mesmo para o público externo, pois são disponibilizados no Portal *Comunica* e no Portal UFU apenas em um período de tempo determinado. Os eventos UFU são divulgados no Portal *Comunica* no menu destinado aos eventos e ele permanece disponível até a sua data de realização. Já as notícias são publicadas no Portal *Comunica* e no Portal UFU e, uma vez publicada, elas ficarão disponíveis permanentemente no Portal *Comunica*.

O serviço de divulgação de eventos é exclusivo para a comunidade UFU (aluno, professor e técnico), quando este é feito pelo endereço eletrônico <http://www.comunica.ufu.br/divulgacao>, mas a população em geral também pode divulgar uma notícia ou evento através do menu Fale Conosco no site <http://www.comunica.ufu.br>.

Já no que diz respeito ao regimento interno da ouvidoria da Universidade Federal de Uberlândia, foi encontrado algo de acordo com o recorte pré-estabelecido, quando são apontados os objetivos da Ouvidoria.

Art. 2º São objetivos da Ouvidoria da UFU:

- I - assegurar a participação da comunidade na Instituição em vista do aperfeiçoamento das atividades nelas desenvolvidas;
- II - empreender ações destinadas aos membros da comunidade universitária e ao cidadão/usuário que visem permitir resposta às suas manifestações;
- III - atuar com transparência e imparcialidade e de forma personalizada no auxílio ao controle da qualidade dos serviços destinados à comunidade em geral (REGIMENTO INTERNO DA OUVIDORIA, 2008, p.2).

Assim, por meio dos objetivos estabelecidos para ouvidoria da Universidade Federal de Uberlândia, temos alguns princípios determinados na comunicação pública da ciência, pelas quais a comunidade e o cidadão devem ser inseridos na vida acadêmica da instituição.

Conforme a aba de institucional das relações públicas disponível no site da DIRCO, a diretoria “tem como meta orientar a respeito dos valores, ações e políticas que promovam uma comunicação ágil e eficiente. Para tanto, deve se responsabilizar por atividades e atitudes que visam o bom relacionamento da UFU com os públicos internos e externos. Somente desta forma será possível estabelecer o diálogo com a comunidade em que a universidade se encontra inserida. Neste viés, propõe-se a promover o debate sobre questões da sociedade, que respeite a diversidade e defenda o desenvolvimento sustentável, por meio de práticas sociais inclusivas”.

Os próximos passos da pesquisa foram a coleta de dados nas dependências da Universidade Federal de Uberlândia, seguido do tratamento desses dados colhidos, para a partir desse momento ser possível fazer a construção de um fluxograma indicando todos os processos de comunicação observados na universidade durante a pesquisa de campo e assim ser possível propor ações para a criação de um plano de aplicação, indicando qual poderia ser o melhor processo de comunicação a ser aplicado na universidade, a partir dos resultados obtidos.

No momento da coleta de dados, além das observações feitas no departamento de comunicação, realizaram-se entrevistas semiestruturadas, onde foram indicados temas e os entrevistados as responderam de acordo com o que foi proposto.

Com as entrevistas buscou-se questionar, clarear e entender os seguintes pontos: existe política de Comunicação Pública da Ciência na Universidade Federal de Uberlândia? Quem são as pessoas, atores envolvidos nesse processo de Comunicação da Ciência? Qual o fluxo dessas informações até se tornarem a Comunicação Pública da Ciência da Universidade a seu público?

Essas entrevistas foram realizadas em um primeiro momento com o reitor da Universidade, por e-mail (Apêndice A), sendo que as perguntas foram enviadas em outubro e recebidas em dezembro de 2014. Foi questionado institucionalmente falando o que a UFU pensa sobre a comunicação e como a administração/reitoria vê a comunicação na Universidade. Além disso, foi perguntado se a instituição possui um plano e/ou políticas de comunicação e se são cumpridos. Foi questionado, ainda, se durante a campanha para a reitoria o reitor possuía em seu plano de governo diretrizes com políticas públicas em comunicação.

Logo após, foi realizada a entrevista com a gestora do departamento de comunicação da Universidade Federal de Uberlândia, em 06 de janeiro de 2015 e buscou-se averiguar o que o departamento de comunicação realiza e pensa sobre a comunicação na UFU (Apêndice B).

Além disso, foi questionado o porquê da instituição possuir dois sites para fazer a comunicação da UFU, sendo que o considerado oficial, sempre direciona para o site da Diretoria de Comunicação, considerado secundário. Em um segundo momento foi questionado o porquê da instituição possuir vários jornais, sendo que o considerado correto seria vincular todos no considerado oficial, pois esse grande número de publicações aponta outra fragilidade na instituição.

Assim, foi possível observar e conhecer como é, de fato, a rotina de comunicação, como são os serviços prestados, a filosofia organizacional e da dinâmica da IES como seus públicos, desde a direção geral da Universidade até o seu departamento específico de comunicação.

Tanto na pesquisa documental, quanto nas entrevistas, os principais pontos a serem relacionados foram:

- ✓ Realização de levantamento sobre as diretrizes da instituição acerca das suas políticas de comunicação.
- ✓ Existência e viabilidade de um plano de comunicação da Instituição.

- ✓ Busca de indicadores ou ferramentas utilizadas para a comunicação pública da ciência na Universidade Federal de Uberlândia.

Dessa forma, foi possível verificar como são feitas as publicações dessas informações, para quem, para onde são enviadas essas comunicações, quais os canais de comunicação usados pela instituição, além de verificar se nesse processo ocorre um engajamento social entre a instituição e a sociedade, ou seja, verificar se a informação é construída pensando nos cidadãos que são os financiadores dessas pesquisas.

Essa verificação em torno do engajamento social foi observada a partir das publicações, verificando se a comunicação é simples, objetiva, de fácil entendimento para qualquer cidadão que tiver acesso àquele material, com a tradução de termos específicos e de difícil acesso a toda população, ou seja, se a matéria é publicada da forma mais simples e objetiva atingir o indivíduo comum, aquele que não possui tanto acesso a ciência, consegue compreender o fato sem ter que consultar algum tipo de pesquisa ou material detalhando o que estaria sendo publicado.

Dessa forma, basicamente a pesquisa consistiu em averiguar juntamente à administração e departamento de comunicação da Universidade se a comunicação da ciência, por meio da comunicação pública existe e tem voz dentro da instituição, se ela está entre as prioridades da Diretoria de Comunicação e se é realizada de acordo com as teorias estudadas.

Após passar por todos esses caminhos e pesquisa de campo, seria possível analisar os dados, tratá-los, fazer as análises em torno das conceituações e do que foi encontrado, e a partir disso, fazer a escrita do restante do trabalho, ou seja, as interpretações, conclusões e fluxogramas encontrados durante a investigação. A base de dados será formada pelos dados coletados junto aos entrevistados e as pesquisas documentais e de observação.

Dentre os pressupostos dados cabe enfatizar, primeiramente, as informações coletadas junto ao grupo de observação e entrevistas com o reitor e a diretoria de comunicação, conforme tópico a seguir.

### **5.1 A comunicação pública na UFU: visão dos servidores, superiores e práticas na DIRCO**

Nos dias 23, 24 e 28 de outubro de 2014, foi realizado no Anfiteatro do Bloco 1S, sob responsabilidade do Centro de Educação à Distância (CEAD) da Universidade Federal de Uberlândia (UFU), um evento que propunha palestras e debates em torno da Comunicação Organizacional na Universidade. Foi um evento voltado para os profissionais e estagiários da DIRCO, da Fundação Rádio e Televisão Educativa de Uberlândia, Fundação de Apoio à UFU e assessores de comunicação. O evento contou, ainda, com a participação de alguns estudantes dos cursos de jornalismo e do mestrado interdisciplinar em Tecnologias, Comunicação e Educação, ambos da UFU

O evento teve a seguinte programação:

Quadro 1 - Programação Evento DIRCO sobre Comunicação Organizacional

<b>Data</b>	<b>Palestra/atividade</b>	<b>Palestrante/ Convidado</b>	<b>IES/Empresa</b>
23/10/2014	“Jornalismo Científico”, uma área da Divulgação Científica.	Germana Barata	Coordenadora do Laboratório de Jornalismo (LABJOR) da Universidade de Campinas (UNICAMP).
24/10/2014	Assessoria de Comunicação nas Redes Sociais.	Rafael Terra	CEO da empresa Fabulosa Ideia.
28/10/2014	Comunicação na Universidade	Bianca Zanella Ribeiro	Diretora de Comunicação da Universidade Federal do Tocantins (UFT)

Fonte: DIRCO

Durante o evento, foi possível fazer algumas observações e anotações a respeito do que os palestrantes disseram sobre a comunicação da UFU, em relação a suas palestras, ou seja, qual a percepção que a comunicação da UFU está passando ao público externo sobre si mesma. No decorrer das palestras, de acordo com os temas abordados, os funcionários se sentiam motivados a expor fatos que aconteciam na Universidade e assim foi possível recolher algumas percepções em torno dos processos de comunicação dentro da Universidade.

Algumas observações foram feitas pelos especialistas sobre a comunicação da UFU, que serão elencadas a seguir:

No primeiro dia foi feita uma comparação entre a UFU, local onde ocorria o evento e a UNICAMP, Universidade da palestrante Germana Barata, no qual ela dizia que a UFU possuía uma diretoria de comunicação e a UNICAMP ainda não, sendo que os processos de comunicação ocorrem em vários setores comunicativos dentro da instituição. Assim, a UFU estaria um passo à frente, mas ao mesmo tempo, segundo a palestrante, a sensação que se tem é que muitos quesitos ainda não estão bem consolidados, como a divulgação de pesquisadorescientistas da universidade, a formação dos cientistas para divulgarem ou procurarem a Diretoria de Comunicação para comunicar suas pesquisas, etc., que deveriam funcionar dentro da diretoria, ainda não ocorrem ou por problemas de fluxos ou por falta de gestão.

Em relação à comunicação científica, a UNICAMP tem algo interessante a oferecer a UFU como modelo, pois a Universidade de Campinas dispõe aos pesquisadores um curso de formação para divulgarem suas pesquisas, trabalhos e descobertas. O mesmo procedimento ocorre também na UFSCAR (Universidade Federal de São Carlos)<sup>4</sup>.

Durante a atividade, algumas fragilidades primárias na área foram apontadas, como o fato de que os materiais disponibilizados na internet sobre a UFU possuírem grande qualidade, mas alguns vídeos, por exemplo, são difíceis de encontrar em pesquisas em *sites* de procura, por não terem palavras-chaves condizentes com o conteúdo do vídeo. Por isso, o profissional Rafael Terra, orientou que quando fosse publicado algum material desse gênero, que se ficasse atento às palavras colocadas no título e no campo palavras-chaves, pois quando as palavras são usadas de acordo com o material, podem aparecer mais fácil nas pesquisas e alcançar um público maior.

Outra observação em relação às redes sociais da Universidade foi que elas possuem muitos *posts*, sendo que deve possuir um número padrão e em menor quantidade, pois quando se publica muito, às vezes, a chance de atingir um público maior é descartada, pelo fato que uma publicação ofusca a outra na *timeline*, visto que as informações ficarão sobrepostas.

De modo geral, foi afirmado que os veículos de comunicação, entre eles, as redes sociais da UFU possuem materiais e conteúdos bons, mas falta uma organização em suas disponibilizações na rede, para poder atingir o efeito que se pretende e ter um envolvimento maior do público a ser atingido.

---

<sup>4</sup> Informação verbal junto à uma mestrandona UFSCAR, durante a Conferência Internacional sobre Comunicação Pública da Ciência e Tecnologia (PCST/2014) em Salvador, em maio de 2014.

Segundo a palestrante Bianca Zanella Ribeiro, a Universidade tem que agregar valores por meio de suas publicações da comunicação realizada em seus veículos e redes sociais, com o intuito de que seja apresentado o que a UFU tem a oferecer a seu público interno e externo, fazendo com que quando uma pessoa tome a decisão de buscar uma universidade, ela queira ir para a UFU, por ver que a UFU seria a melhor no que faz dentro da região, por exemplo.

Durante as palestras, quando iam surgindo conceitos, exemplos de comunicação nas IES, foi observado que os funcionários da UFU, mais especificamente, colaboradores da Diretoria de Comunicação, foram se manifestando, tirando dúvidas e expondo problemas que ocorrem nos processos comunicacionais da instituição, como por exemplo, a difícil relação com alguns pesquisadores, a dificuldade de editar uma matéria com cunhos mais científicos, pela falta de um editor no departamento, etc.

No primeiro dia de atividade, enquanto se debatia sobre jornalismo científico, foi levantado pelos jornalistas, sobre a importância da Diretoria de Comunicação da UFU, ter um editor para auxiliar nos trabalhos de editoria dos conteúdos, programas de TV e jornal da instituição. A diretora de comunicação da UFU, no entanto, rebateu a proposta imediatamente até com certa veemência, afirmando que não é necessário esse tipo de profissional na instituição, que o jornal é publicado apenas uma vez por mês, que o departamento não abrirá concurso para a contratação desse novo profissional, pois segundo ela, não existe tanta necessidade.

Mesmo com a intervenção da palestrante Germana Barata, mostrando a importância de se ter um profissional editando os conteúdos e os benefícios que esse tipo de trabalho traria a instituição, principalmente para a comunicação científica, a diretora de comunicação continuou discordando, trazendo até mesmo um certo desconforto a palestrante Germana. Assim, foi possível perceber que, aparentemente, a diretoria age de forma intransigente, ou seja, de acordo com o que pensa e acredita, sem dar importância e voz aos questionamentos dos profissionais que executam as tarefas no dia a dia.

Durante outra intervenção, um servidor da UFU apontou o seguinte fato: “E quando a nossa diretora de comunicação, não é da área de comunicação?” A palestrante Bianca tentou contornar a situação dizendo que poderia haver uma integração por parte da diretoria, que a área não importaria muito se houvesse um engajamento e uma vontade de trabalhar realmente em prol da comunicação da IES. Porém, durante a discussão a respeito da contratação do editor de comunicação, a própria diretora afirmou em alto e bom tom que não era da área de comunicação e que não iria se adequar de forma alguma para atender as necessidades do setor

de comunicação. Uma das fragilidades que a área de comunicação aparentemente terá de resolver para se profissionalizar cada vez mais.

Tal situação oferece indícios que podem levar a uma reflexão se a diretoria de comunicação da Universidade está sendo dirigida pela pessoa mais preparada por obter conhecimentos sobre a área e para gerir a área. Pelas percepções durante o evento a diretoria se trata de um cargo político, onde qualquer servidor pode ser nomeado, não sendo importante o fato de ele possuir ou não preparação, conteúdo e disponibilidade para assumir tal compromisso. Outro ponto bastante discutido no evento foi o fato de que a política de reitorias da UFU tem forte influência na área, o que atrapalha e muito os processos comunicativos, pois a impressão que se tem que é a política e a burocratização está presente a todo instante, sendo que o necessário para uma boa comunicação fluir seria organização e profissionalismo.

Durante a palestra sobre redes sociais e os veículos de comunicação indispensáveis para a comunicação de uma instituição, ministrada por Rafael Terra, um servidor da UFU levantou uma questão que já havia sido levantada no tópico anterior, ao fazer uma análise prévia dos sites da UFU: a existência de vários portais e a confusão que esses podem trazer aos usuários.

A instituição atualmente conta com inúmeros *sites*, *blogs*, sendo que existe o portal institucional que direciona todos os *links* para o portal de comunicação, intitulado *Comunica UFU*, além dos sites dos servidores e do Hospital de Clínicas da Universidade, sem contar os sites de concursos, ingresso na instituição e de editais.

Membros da diretoria defenderam os inúmeros sites, apontando como exemplo o site G1, das Organizações Globo, que possui o G1 como um geral, pegando notícias de outras editorias que formam outros sites, como por exemplo, o G1 Minas Gerais, que dentro dele foram criados outros sites por região como, por exemplo, o G1 Triângulo Mineiro.

A palestrante da UFT esclareceu, no entanto, que os conteúdos não podem concorrer entre si como acontece no site institucional da UFU e o *Comunica UFU*.

O que se vê na UFU é diferente do que acontece com o G1, visto que ao entrar no portal principal ([www.g1.globo.com](http://www.g1.globo.com)) você verá um geral com as principais notícias de cada editorial e ao clicar no conteúdo, você será redirecionado para o editorial responsável por aquela nota. Por exemplo, uma notícia que aconteceu na região do Triângulo Mineiro, se ela estiver na página principal do G1, ao clicar na informação, será direcionado para a página do Triângulo Mineiro, mas totalmente ligada a página principal, podendo inclusive retornar a origem. Já no site institucional da UFU ([www.ufu.br](http://www.ufu.br)) você tem um panorama, mas apenas do

portal de comunicação *Comunica* ([www.comunica.ufu.br](http://www.comunica.ufu.br)), pois ao clicar em algum conteúdo você será redirecionado para esse novo portal, não trazendo no institucional, por exemplo, conteúdos que serão direcionados para o portal dos servidores ou para o site do Hospital de Clínicas. Além disso, para entrar no site institucional da UFU novamente, não é possível voltar, nesse caso o usuário teria que abrir uma nova página na internet com o endereço do site institucional da UFU.

Já no Portal de Comunicação *Comunica*, há um conflito identitário, pois este se parece com o portal da instituição, visto que todas as notícias são publicadas nesse site e não no da UFU. Além disso, ele traz links de outros sites da instituição, como conteúdos do site de editais, do site de ingresso e concurso, entre outros. Exatamente nesse fator que se encontra a discrepância em se ter vários sites na universidade, pois todos os conteúdos sendo exibidos em um site, para redirecionamentos, deveriam ocorrer no site institucional da UFU, que deveria ser o principal, a espinha dorsal dos demais sites da instituição, trazendo os sites secundários, como conteúdos em sua página inicial. O que se vê, no entanto, é que está havendo uma intenção de colocar o portal da diretoria de comunicação como o principal da instituição, aparentemente causando transtorno aos usuários que procurarão sempre no site institucional informações sobre a universidade, correndo risco de não encontrá-las, visto que no portal da comunicação existem mais atualizações que no institucional.

Ou seja, se o usuário deseja procurar um conteúdo sobre a Universidade Federal de Uberlândia, recomenda-se consultar nos diversos sites da instituição, sendo que poderia possuir vários sites, desde que pudessem ser consultados e redirecionados para todos, através do portal institucional, pois seria bem mais viável consultar em apenas um site que desse total confiança aos dados encontrados.

Durante o mesmo evento os jornalistas da UFU reclamaram que alguns pesquisadorescientistas da instituição não se comunicam com eles, não gostam de dar entrevistas e algumas vezes quando são procurados, não fazem questão de compartilhar suas pesquisas e trabalhos para serem divulgados pela Universidade.

A palestrante da UNICAMP citou trabalhos que poderiam ser desenvolvidos com eles, como um curso de formação e o diálogo com os pesquisadores, tentando mostrar a importância de se divulgar o que se está pesquisando para a comunidade acadêmica e a sociedade em geral.

Pelas exposições dos jornalistas da instituição durante o evento, percebeu-se que existem falhas nos fluxos comunicacionais, muitos ruídos e, por vezes, o que falta é uma gestão eficaz que viabilize a criação de um fluxo de comunicação determinado para toda a

universidade. Um exemplo seriam diretrizes do que deveria ser feito em caso de solicitação para publicação no site, com regras bem estabelecidas, já demonstrando o que é possível, além da durabilidade da publicação veiculada.

Os jornalistas reclamaram que às vezes os professores ou mesmo a reitoria divulgam notícias, eventos, verbas recebidas, mudanças na instituição, por exemplo, primeiro para veículos externos da instituição, para depois passar a notícia para a DIRCO. Relataram que em alguns casos, a informação saiu no portal institucional da universidade, após conhecimento decorrente de divulgação em outro meio. Assim, uma proposta poderia ser a de que ao surgir uma novidade, deveria ser passada primeiramente para a Diretoria de Comunicação, para que as matérias pudessem ser publicadas pela Universidade e depois ser divulgado por meios externos que buscassem informações no portal da UFU.

A partir do problema relatado por um servidor de que professores querem que seu evento e/ou notícia fiquem o tempo todo no site causando desconfortos entre as partes envolvidas, foi possível observar que se houvesse determinado anteriormente o período em que aquela notícia ficaria visível, evitaria esses tipos de problemas. Além disso, poderia ser implantada uma agenda, para quando um evento estivesse aproximando de uma data importante, pudesse ser publicado novamente.

Outro ponto levantado pelos jornalistas durante o evento, é que dentro da instituição existem muitas disputas entre o público x privado, sendo que algumas discussões/disputas que ocorrem entre professores, às vezes, são levados para a diretoria de comunicação, para serem publicadas notícias como resposta para o outro. Uma servidora relatou, por exemplo, um caso em que estava sendo feita uma limpeza em uma área na UFU, para uma construção e uma árvore ficou isolada. Um dos professores ligou na DIRCO para dizer que a árvore estava sendo cortada. O outro professor quando ficou sabendo, ligou e queria que fosse publicada no site uma notícia dizendo que a árvore não seria cortada, que ela estava isolada apenas, quando ela teve que intervir e dizer que isso não seria motivo para uma matéria.

Um dos servidores relatou sentir certo distanciamento entre a reitoria e a DIRCO, não somente no espaço físico, visto que a sede de um departamento fica bem distante do outro, mas também nas relações institucionais e de comunicação. Como exemplo citou o fato de que algumas comunicações são feitas diretamente pela assessoria da reitoria, como a manutenção dos dados do site onde se acessa a Lei de Acesso a Informação (LAI).

Outro servidor relatou estar preocupado, visto que estudou e pesquisou os principais autores sobre comunicação pública e quando chega para trabalhar na DIRCO, percebe que tudo o que se propõe nas teorias, não é realizado na instituição. Nesse quesito, no Brasil, as

teorias sobre comunicação pública nas organizações públicas estão no início é importante que aos poucos vá se implantando essa visão de comunicação nas instituições públicas.

Durante os três dias do evento/reunião o que se pode observar com todas as exposições, conversas, debates é que existe a sensação de que os jornalistas da UFU não estão desempenhando seus verdadeiros papéis, que não estão satisfeitos com a forma imposta com a que eles devem trabalhar e não se tem uma liberdade para trabalhar verdadeiramente a comunicação na instituição.

Nos relatos evidencia-se a marca de gestões passadas nos discursos de diretores, gestores e servidores, sendo que para alguns problemas, as respostas dadas são: “mas na gestão passada” ou ainda, “isso ocorre porque na gestão passada”, sendo que o que deveria estar em foco é a UFU e não as suas gestões, uma vez que a instituição deve ser maior do que qualquer gestão.

Baseado no que se refere às gestões existe o conflito entre os servidores que apoiam as gestões anteriores *versus* os servidores que apoiam a gestão atual, fazendo com que algumas discussões ocorram em decorrência desse posicionamento tomado por cada servidor.

Em uma palestra realizada pela coordenadora de comunicação da Universidade Federal do Tocantins (UFT), percebeu-se o seguinte panorama: Na UFU por ser uma instituição mais antiga, existe muita política envolvida nos processos de comunicação. Já a UFT que é uma instituição mais nova, que surgiu no ano de 2003, mesmo não tendo uma Diretoria de Comunicação, mas departamentos dentro da instituição, pelo modelo apresentado, possui uma comunicação mais profissional e menos burocrática. Isso pode ser observado pelo método que a palestrante Bianca disse que a comunicação é feita na instituição, na forma que o reitor anuncia as informações, que os pesquisadores informam as pesquisas que estão sendo feitas e a maneira que as publicações são feitas nas redes sociais. Pelas observações realizadas na UFU, todos os processos citados anteriormente são mais enfaixados, complexos, pois na UFU é realizada uma comunicação mais institucional, mais voltada para a reitoria, já na UFT, é realizada uma comunicação mais voltada para o seu público.

De forma geral, o que se observou nos três dias do evento é que na comunicação da Universidade Federal de Uberlândia existem muitos posicionamentos políticos envolvidos em seus processos comunicacionais, além de faltar uma boa gestão e organização dos processos que impediriam muitos ruídos e fragilidades nessa comunicação.

Uma solução bastante prática para implantar a gestão na comunicação da UFU, seria a elaboração e implantação de um plano de comunicação com vistas à comunicação pública.

## 5.2 A comunicação pública da ciência na visão da administração superior

Para ter uma noção sobre a visão que a administração superior da UFU tem sobre comunicação e suas nuances como comunicação pública e comunicação científica, foi programada uma entrevista para essa pesquisa, a fim de sentir, entender e ouvir o que o reitor trabalha e pensa sobre comunicação na Universidade.

Dessa forma, com o intuito de conseguir marcar uma entrevista com o reitor, foi feito o primeiro contato com uma de suas assessoras. Em 08 de outubro de 2014, foi feito o primeiro contato com Ana Elisa Faleiros, através da orientadora Adriana. Em resposta, a secretária do reitor disse que ele queria muito nos receber para fazer a entrevista pessoalmente, porém sua agenda estava bem comprometida, com viagens, eventos e trabalhos relacionados com a Universidade.

Após algumas tentativas de marcar uma data para entrevistá-lo, a secretária achou melhor enviar as perguntas por e-mail, pois, se caso, não conseguisse marcar uma entrevista pessoalmente, ela tentaria pegar as respostas com o reitor e me repassar. Assim, no dia 14 de outubro de 2014, enviei por e-mail as perguntas que seriam feitas na entrevista.

Como não foi possível falar pessoalmente com o reitor pela agenda que estava cheia, após alguns e-mails solicitando retorno por parte de sua secretaria em 03 de dezembro de 2014 ela me retornou algumas respostas que o reitor deu ao ser questionado sobre a comunicação na Universidade Federal de Uberlândia.

Foram preparadas no total, 11 perguntas a serem feitas para o reitor, basicamente sobre políticas públicas de comunicação, comunicação pública e comunicação científica na UFU, conforme apêndice A.

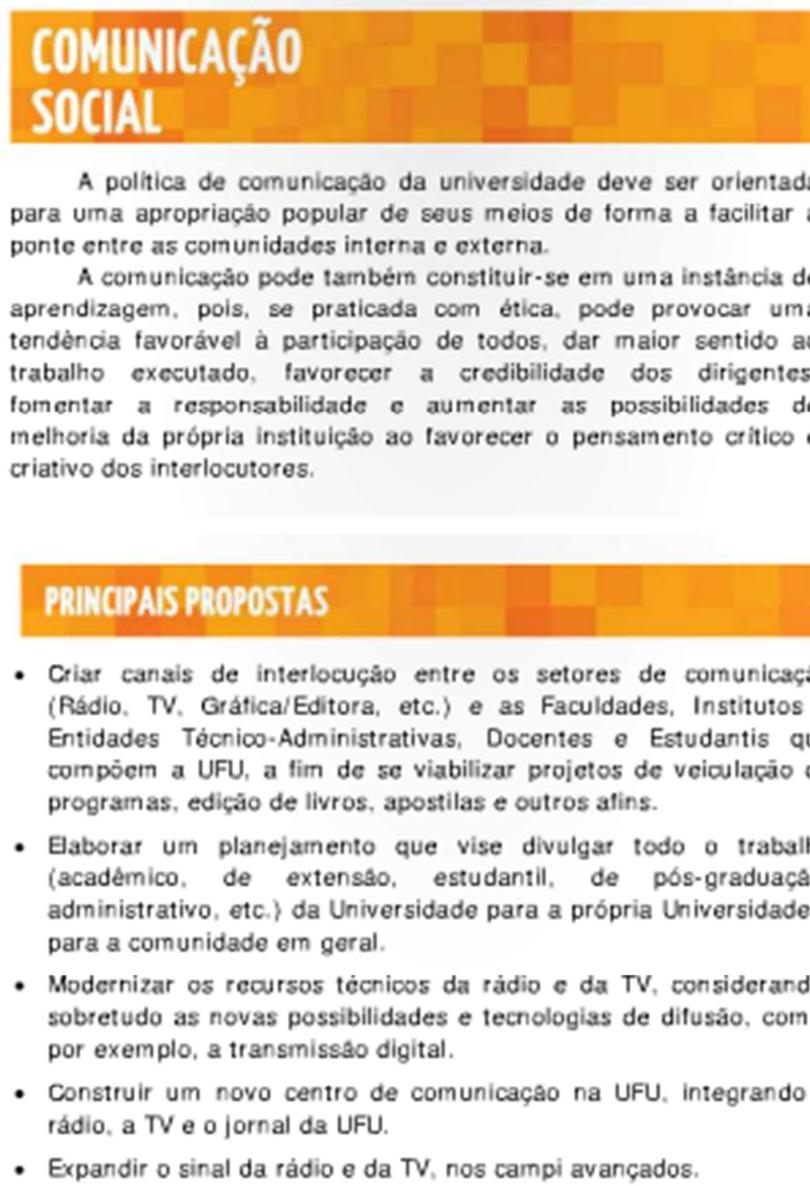
Em um primeiro momento, para iniciar as perguntas, apontou-se que nas teorias sobre políticas públicas, orienta-se que haja uma união entre governantes, sociedade civil e atores da política tais a se organizarem em prol do desenvolvimento das políticas públicas. Assim, pretendia-se saber se durante a campanha para reitoria da UFU, a chapa, mais especificamente se no plano de trabalho dos candidatos, existiam alguma proposta relacionada com Política de Comunicação pública na UFU ou sobre Comunicação Científica/Inovação.

O reitor respondeu que existia e que deveria ser olhado o material da SEGER e carta programa. O reitor ainda disse que para melhores respostas, deveria procurar a diretora de comunicação da DIRCO.

A SEGER é a Secretaria Geral da UFU, sobre esse material citado não foi disponibilizado nada e não consegui encontrar nenhum material relacionado à comunicação

nos sites institucionais da UFU. Sobre a carta programa do reitor, solicitei uma cópia, mas não foi enviada por e-mail conforme prometido. Em pesquisa na internet consegui encontrar e verificando sobre a comunicação, não existia nenhuma proposta relacionada com Política de Comunicação Pública na UFU e muito menos sobre Comunicação Científica/Inovação. O que se verificou é que a carta programa traz propostas para uma comunicação institucional, conforme pode ser visto na figura abaixo:

Figura 3 Carta Programa Reitor Elmiro Resende



**COMUNICAÇÃO SOCIAL**

A política de comunicação da universidade deve ser orientada para uma apropriação popular de seus meios de forma a facilitar a ponte entre as comunidades interna e externa.

A comunicação pode também constituir-se em uma instância de aprendizagem, pois, se praticada com ética, pode provocar uma tendência favorável à participação de todos, dar maior sentido ao trabalho executado, favorecer a credibilidade dos dirigentes, fomentar a responsabilidade e aumentar as possibilidades de melhoria da própria instituição ao favorecer o pensamento crítico e criativo dos interlocutores.

**PRINCIPAIS PROPOSTAS**

- Criar canais de interlocução entre os setores de comunicação (Rádio, TV, Gráfica/Editora, etc.) e as Faculdades, Institutos e Entidades Técnico-Administrativas, Docentes e Estudantis que compõem a UFU, a fim de se viabilizar projetos de veiculação de programas, edição de livros, apostilas e outros afins.
- Elaborar um planejamento que vise divulgar todo o trabalho (acadêmico, de extensão, estudantil, de pós-graduação, administrativo, etc.) da Universidade para a própria Universidade e para a comunidade em geral.
- Modernizar os recursos técnicos da rádio e da TV, considerando, sobretudo as novas possibilidades e tecnologias de difusão, como, por exemplo, a transmissão digital.
- Construir um novo centro de comunicação na UFU, integrando a rádio, a TV e o jornal da UFU.
- Expandir o sinal da rádio e da TV, nos campi avançados.

Fonte: pesquisa documental

Depois foi questionado se atualmente existia alguma Política Pública de Comunicação da Ciência/Inovação na Universidade Federal de Uberlândia. Se existissem, quais seriam e se

não, se já tinha ocorrido a implantação de alguma política ou se existia alguma para ainda ser implantada.

O reitor respondeu que existia na DIRCO através do *UFU noPlural* e a PROPP. O programa *UFU no Plural*, segundo informações do Site *Comunica*, é apresentado pela jornalista Frinéia Chaves, sendo exibido pela TV Universitária (Canal 5 - via cabo, ou Canal 4 - via antena comum), toda quarta-feira, às 22h, com reprises aos sábados, às 14h, e também pela Universitária FM 107,5, toda segunda-feira, às 7h da manhã, com reprises às 13h30 e 21h30. É um programa de entrevista, que toda semana conta com um convidado onde é debatido um tema de interesse da Universidade. No entanto, não é um programa somente de Comunicação de Ciência ou inovação, pois trata também de assuntos do cotidiano, como as eleições presidenciais, que foi tema de um programa em outubro, por exemplo.

Visitando o site da Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação (PROPP) nas abas do menu, existem links que levam a ciência e inovação da Universidade, como é o caso da aba Pesquisa, onde é possível buscar, cadastrar ou atualizar grupos de pesquisa; acessar plataformas de iniciação científica; buscar, cadastrar ou atualizar currículos na plataforma Lattes; acessar agências de fomento de pesquisas. Já na aba Inovação é possível acessar a agência Intelecto, responsável por patentes e inovações da Universidade. Ainda no menu, na aba Iniciação Científica é possível acessar os programas, bolsas, editais e documentos para participar do projeto de iniciação científica da Universidade. Assim, o site da PROPP seria uma boa ferramenta para utilizar como base, para publicação a respeito de ciência e inovação da Universidade Federal de Uberlândia, podendo também ser mais divulgado pela comunicação da Universidade, pois essa é uma ferramenta muito importante para o desenvolvimento da ciência e tecnologia da Universidade, mas não é divulgada sistematicamente.

Quando questionado sobre quais seriam as principais diretrizes da Política de Comunicação Pública que a Universidade Federal de Uberlândia adota para a divulgação científica/inovação, o reitor disse que essas diretrizes estariam na resolução que seria assinada, e ainda disse que sua resposta poderia ser considerada como a da primeira pergunta, pois segundo ele remetia a mesma.

Ao me entregar as respostas obtidas, a secretária do reitor me disse que ele iria assinar uma resolução que estariam todas as normas da Universidade e se tivesse alguma diretriz de política de comunicação pública na UFU, poderia ser encontrada nessa resolução. Em pesquisa no site institucional da Universidade, foi encontrada como resolução mais atual que coordena as atividades na UFU, a resolução 08/2014. Nessa resolução, não foi encontrada

nenhuma diretriz de política de comunicação pública, apenas metas de aprimorar a comunicação interna e externa da UFU, conforme quadro a seguir:

Quadro 2 - META 19: Aprimorar a Comunicação Interna e Externa da UFU

Ações	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Avaliação
Manter atualização permanente no site da UFU	x	x	X	x	x	x	Ação Permanente
Criar mecanismos de divulgação e informação da produção e serviços oferecidos pelas Unidades: Acadêmicas, Especiais de Ensino e Administrativas da UFU		x	X	x	x		Ação Permanente
Institucionalizar a Mostra “UFU na Praça” num processo de integração Universidade-sociedade.	x		X		x		Próxima ação envolve encaminhar a proposta de Institucionalizar a Mostra “UFU na Praça para o CONSUN para depois ser implementada garantindo assim um espaço necessário de integração-sociedade.
Ampliar a capacidade de inserção da mídia UFU (rádio, TV e jornal) para divulgar e socializar experiências de ensino, pesquisa e extensão com a comunidade local e regional.	x	x	X				Estreitamos nossa relação com a mídia local e disponibilizamos diversas ferramentas de divulgação das ações, pesquisas e projetos realizados pela Universidade. Hoje disponibilizamos de mídias de divulgação (...) Além disso, a TV universitária possui programas com assuntos diversificados, tratando principalmente de ações desenvolvidas no âmbito da UFU.
Produzir multimídia de projetos desenvolvidos pela	x	x	X	x	x		

UFU e apresentá-la em nível local, regional e nacional						
Criar a comunidade UFU na internet	x	x	X	x	x	A Diretoria de Comunicação Social criou páginas institucionais nas seguintes redes sociais: Facebook e Twitter. Há necessidade de criar a Intranet para divulgar assuntos relacionados especificamente a públicos específicos.
Ampliar a divulgação das premiações e invenções de servidores e discentes UFU, junto à comunidade interna e externa.	x	x	X	x	x	Todos os eventos e premiações recebidas promovidas pela Universidade e recebidas por membros da comunidade universitária têm espaço nas diversas mídias institucionais.
Melhorar a divulgação da programação da Rádio e TV Universitária, tanto por meio de folder quanto no site e jornal da UFU e SINTET.	x	x	X	x	x	Divulgamos a programação da TV e RádioUniversitária no Portal da Dirco, inclusive fazendo parcerias na produção dos programas Conversa com o Reitor (TV) e Por dentro da UFU (Rádio). Ainda mais, houve uma considerável elevação no nível de cobertura de acontecimentos e fatos inerentes à UFU.
Promover mostras permanentes dos serviços oferecidos pela UFU, nas várias unidades, tanto acadêmicas quanto administrativas e especiais de ensino , para toda a comunidade universitária e da	x	x	x	x	x	É necessária uma parceria com as Pró-reitorias de Graduação, Pesquisa e Pós-graduação, Planejamento e Recursos Humanos para organizarmos um calendário permanente de eventos relacionados à divulgação

região.							institucional.
Melhorar a divulgação dos cursos de capacitação oferecidos pela DICAP/PROREH aos servidores UFU.	x	x	X	x	x		Ação implementada com divulgação na página da UFU e distribuição para servidores do catálogo de Programação Anual de Capacitação.
Melhorar a qualidade de captação e transmissão de sons e imagens, por meio de migração paulatina para o sistema de transmissão digital.	x	x	X				
Ampliar as ações de relacionamento com a UFU, principalmente em termos de cobertura e divulgação.	x	x					Ampliamos o nosso mailing de contato e ampliamos nossas mídias de divulgação (Jornal da UFU, Boletim Eletrônico – Agência UFU de Notícias, Portal Institucional e participação na programação da TV e Rádio Universitária).
Instalar uma retransmissora de televisão e de uma emissora de rádio em Ituiutaba.		x	X	x	x	x	
Criar e ampliar a produção de programas locais e regionais, consolidando a RTU como geradora de programação.	x	X					
Ampliar o sinal de televisão para um número maior de cidades.	x	x	X	x	x	X	
Disponibilizar toda a produção de pesquisa e os projetos de extensão da Universidade na Internet, no sítio da UFU.	x	x					Atualmente, divulgamos as ações relacionadas à pesquisa e extensão que tiveram destaque em eventos acadêmicos e/ou que receberam alguma

							menção especial No entanto, é preciso avançarmos nas questões relacionadas à criação do guia de fontes e de um portal eletrônico para divulgação das pesquisas e projetos de extensão da Universidade
Criar um sistema de catalogação de toda produção científica da UFU	x	x	X	x	x	x	

Fonte: Resolução 08/2014

Em entrevista com a diretora da DIRCO, Maria Clara Tomaz Machado, foi disponibilizada uma cópia dessa resolução citada pelo reitor, porém ela ainda não tem número, pois não foi aprovada pelo conselho e não foi publicada. Analisando a resolução, não existe nenhum plano, objetivo ou meta para a comunicação, ou seja, aparentemente a comunicação não está nos planos da gestão durante esse período ou não foi documentado.

Foi questionado também como seria o acesso à informação sobre a Comunicação Pública da Ciência/Inovação na Universidade Federal de Uberlândia. O reitor afirmou que sobre o acesso a informação a Universidade não conta com nada em específico, mas através do site institucional da UFU, no menu sobre a Lei de Acesso à Informação, existe um canal de comunicação com cidadão. Assim, se alguém fizer alguma pergunta, a pessoa irá receber respostas com informações sobre aquilo que foi questionado.

Lembrando que esse menu sobre a Lei de Acesso a Informação traz informações públicas mantidas pela assessoria da reitoria, não tendo nenhum vínculo com a Diretoria de Comunicação da Instituição.

Quando questionado sobre qual o papel da reitoria no desenvolvimento da Comunicação Pública da Ciência, não obtivemos resposta por parte do reitor. Esse silêncio está refletido nas poucas ações desenvolvidas, nos planejamentos verificados em documentos pesquisados, onde não há o desenvolvimento e nem o objetivo de desenvolver a comunicação pública da ciência na Universidade Federal de Uberlândia.

Sendo mais específicos, foi perguntado, acerca da ciência/inovação, em relação à divulgação científica, se existia algum setor específico responsável pela Comunicação Pública da Ciência na UFU. O reitor respondeu simplesmente que os setores responsáveis por essa

divulgação seriam a Diretoria de Comunicação (DIRCO) e a Agência Intelecto que está ligada a Diretoria da PROPP que, juntas, são responsáveis pela inovação da Universidade. Dessa forma, se esses dois departamentos da UFU são responsáveis por isso, deveriam ser criadas parcerias e haver uma maior divulgação em torno desse conjunto, a fim de construir ações de ciência, tecnologia e inovação na universidade e ocorrer uma divulgação em torno disso.

Quando se perguntou se existia algum documento geral acerca da Política de Comunicação da Universidade Federal de Uberlândia, ele respondeu que estava aguardando a assinatura da resolução, pois na resolução terá tudo relacionado sobre a comunicação da Universidade.

Depois foi questionado quem seria o responsável pelo Plano de Comunicação da Universidade Federal de Uberlândia, sem rodeios o reitor afirmou que seria a Diretoria de Comunicação (DIRCO). Ainda afirmou que não sabia se lá teria esse plano de comunicação e que deveria estar em desenvolvimento, pois já havia solicitado e a própria diretora cobrou da DIRCO o desenvolvimento desse plano.

Voltando a pergunta anterior, ainda foi perguntado onde poderia ser encontrado o Plano de Comunicação da Universidade Federal de Uberlândia. O reitor respondeu que o plano de comunicação, específico, não existe. Se existir algo relacionado ao plano de comunicação está dentro do plano de gestão da reitoria, das resoluções.

Assim, questionamos se a DIRCO seria um setor de apoio a Diretoria e o reitor apontou que se trata de uma diretoria ligada ao GABIR (Gabinete do reitor), ou seja, um órgão administrativo ligado à reitoria.

Para finalizar, perguntou-se qual seria o papel da DIRCO nas Políticas de Comunicação Pública da Ciência e de Inovação. Obtivemos como resposta que a DIRCO tem o papel de divulgação de projetos e de resultados de pesquisa e inovações desenvolvidas no âmbito da UFU, tendo como principal papel de divulgadora dos acontecimentos relacionados a comunidade da UFU.

Para podermos analisar mais a fundo todas as questões respondidas pelo reitor, no próximo tópico foi feita uma entrevista com a diretora da DIRCO, pois assim poderemos traçar um panorama da comunicação da Universidade Federal de Uberlândia e será possível verificar se ela está de acordo com o que os pesquisadores da área propõem sobre Comunicação Pública da Ciência.

### 5.3A comunicação pública da ciência na visão da diretoria de comunicação

Com o objetivo de verificar o que a Diretoria de Comunicação da Universidade Federal de Uberlândia pensa sobre a comunicação, foi programada para essa pesquisa, uma entrevista com a diretora de Comunicação, a fim de traçar um perfil da gestão desse departamento e como estão pensando e trabalhando com a comunicação na Universidade.

Após alguns e-mails e telefonemas no mês de dezembro/2014, foi pedido que se fosse à Universidade no dia 15 de dezembro de 2014 para poder conversar com a diretora. Quando ela chegou ao departamento, em decorrência de reuniões, não pôde me atender. Assim marcou a data de 06 de janeiro de 2015, às 14h30 para se fazer a entrevista.

Atualmente, a Diretora da DIRCO da UFU é a historiadora Maria Clara Tomaz Machado, sendo graduada, mestre e doutora pela USP. Assumiu a direção do departamento em 1º de abril de 2013, pois foi convidada para ser diretora, mesmo não participando do processo eleitoral e afirma que quando foi convidada a primeira coisa que queria saber foi como estava a DIRCO, pois segundo ela, uma das promessas da gestão na campanha foi reabrir a DIRCO.

A atual gestora, antes era diretora na Editora da UFU (EDUFU), onde também, segundo ela, reiniciou o órgão do zero e deixou a gestão do departamento com vários títulos sendo publicados e uma boa relação com a universidade. Segundo a diretora, já orientou muitos alunos em relação à comunicação em vários cursos como artes, música, história, entre outros. Por isso, estava acostumada a trabalhar com interdisciplinaridade, mas quando chegou na DIRCO, foi franca disse que não era jornalista, mas estava ali para aprender para fazer o melhor que estivesse ao seu alcance para reerguer o departamento.

Mesmo assim, afirma sentir certo distanciamento dos jornalistas, evidenciando barreiras por ser historiadora, mas tenta passar por cima desses obstáculos, tanto que diz estar aprendendo muito na parte administrativa com essa direção e colocou como maior desafio da sua gestão, aprender. “Posso não saber de jornalismo como os jornalistas, mas sei e tento o que for possível para a comunicação respeitando os profissionais da área”, disse a diretora.

Anterior a essa gestão, quem era o diretor do departamento era o servidor Lucimar, que era da área da administração. Segundo a atual diretora, fizeram uma boa gestão na parte administrativa e não deixou dívidas, mas não tinha nenhuma noção e nem processos instaurados de comunicação no departamento.

Toda a alimentação de comunicação no site na gestão anterior estava sendo feita pelo Centro de Tecnologia da Informação (CTI), que é responsável pela tecnologia da

universidade, nem passando pela DIRCO. Segundo a atual gestora os próprios diretores do CTI disseram que faziam uma péssima comunicação, pois não tinham sequer noção sobre comunicação e qualquer conteúdo que tinham em mãos sobre a Universidade, eram “jogados” na página da UFU, colocando assim notícias, comunicados sem separações, pautas, com informações de caráter duvidoso provocando até mesmo algumas polêmicas na imprensa.

Quando a diretora assumiu, encontrou problemas com a falta de comprometimento dos funcionários antigos que possuem outros trabalhos fora da UFU o que exigiu a criação de dois coordenadores de área para colocar e criar mais gestão no setor. Segundo a gestora “Os funcionários devem entender que estão trabalhando para o povo”. Outra medida tomada foi a organização da relação e parceria com a Fundação Rádio e TV Universitária (RTU).

Outro ponto retomado nessa gestão da DIRCO foram os estagiários no departamento, pois não existiam mais estagiários na DIRCO, atualmente o departamento conta com 12 alunos de diferentes cursos da Universidade, mas principalmente alunos do curso de Comunicação Social.

A diretora ainda enfatizou que primeira coisa que pediu a administração superior quando assumiu a direção do departamento, foi carta branca sem políticas no processo de comunicação da Universidade, não importando se o pesquisador fez parte de outras gestões. Segundo a diretora “se a pessoa possui uma grande pesquisa não interessa quem ela seja, interessa apenas a importância dessa pesquisa para a UFU”.

Para essa entrevista, havia sido feita um questionário semiestruturado com nove perguntas que abordavam assuntos diretamente relacionados com a diretoria de comunicação da Universidade. No decorrer da entrevista foram surgindo novos pontos, novas colocações, conforme apresentados a seguir.

Em um primeiro momento, desejava-se saber qual a relação da DIRCO com a UFU, se seria um órgão de assessoria da reitoria ou se seria um setor responsável pelas políticas de comunicação da Universidade Federal de Uberlândia. Segundo a diretora, não teria como existir a DIRCO se não tivesse a UFU. Afirmou, assim, que a DIRCO nasceu como uma assessoria de comunicação mais voltada para a assessoria da reitoria, sendo que no princípio era algo bem arcaico, se tornando muito difícil fazer uma comunicação para a universidade. No início, a assessoria do reitor ficava fora do campus, funcionando em um prédio da Universidade localizado no bairro Martins e a RTU era apenas um laboratório do curso de engenharia elétrica.

A diretora informou que nesse momento, nasceu o Jornal da UFU que foi criado em setembro de 1994 e passou por várias mudanças no decorrer do tempo.

Outra pessoa que participou da entrevista foi uma jornalista, que vamos chamar de Servidora A, que, a pedido da diretora deu alguns esclarecimentos na entrevista sobre o Jornal da UFU, em sua entrevista afirmou

Na década de 90, por exemplo, o jornal foi dando prioridade a um texto mais direcionado para o seu público, mudança essa que fez parte das adequações para atingir um público maior. Já nos anos 2000, temos um jornal dinâmico, mais colorido e em 2010 voltando para a página branca. Antes o jornal da UFU era mudado em cada gestão, mudando a forma, a logo, entre outros, não tendo assim uma identidade.

Para a diretora Maria Clara, o jornal é uma fonte documental importantíssima para a Universidade.

Figura 4 Jornal da UFU - Última Edição - Nov./2014



Fonte: Diretoria de Comunicação - UFU

Durante a entrevista, a diretora afirmou que não irá contratar um editor para a DIRCO, pois segundo ela não vê essa necessidade, pois ainda é pequeno o número de matérias feitas e publicadas pela DIRCO, podendo a matéria ser feita e revisada pelo próprio jornalista que não

possui esse acúmulo de funções, por contar com vários profissionais e estagiários que os auxiliam no departamento.

Segundo a diretora da DIRCO, a reitoria hoje, entende que a Comunicação Social não é uma assessoria da reitoria. É a comunicação que a UFU deve fazer para ela mesma e para a comunidade externamente. Tanto que o departamento tem uma grande importância na gestão, sendo que é a primeira vez que a DIRCO teve um centro de custo<sup>5</sup> dentro do orçamento da UFU, podendo assim, reconstruir o departamento, o mobiliando, comprando equipamentos como câmeras, fones, *ipods* para os profissionais. Ainda segundo a diretora o departamento possui três veículos dentro da UFU. Sobre capacitação da equipe informou que existe servidor na DIRCO terminando doutorado e outro será liberado para fazer capacitação, mostrando que os gestores andam preocupados com a política de qualificação dos servidores.

Em sua fala a diretora evidenciou, também, que existem contradições, pelo fato que muitas vezes, a reitoria resolve algumas questões de comunicação sozinha e deixa a diretoria para trás, sem ao menos saber como foi encaminhado. Neste sentido, membros da administração superior algumas vezes anunciam metas e informações diretamente a imprensa sem passar pela DIRCO, deixando claro que não existe o conceito de comunicação entre os reitores e a pró-reitoria. Segundo a diretora pode até existir a vontade de se fazer comunicação, mas a falta de conhecimento e engajamento com a mesma atrapalha os fluxos comunicacionais na universidade. Assim, quebrar esses costumes, essa cultura da comunicação na UFU é algo bem difícil, se tornando um desafio a ser cumprido, para ocorrer uma boa comunicação.

A diretora de comunicação ainda disse que está buscando ajuda no curso de administração com o intuito de poder movimentar e criar interações entre os funcionários da DIRCO e da Fundação Rádio e TV. Atualmente já existe maior interação entre as entidades, as pessoas das duas entidades conversam e trocam informações com maior facilidade, se tornando um dos maiores feitos dessa gestão, segundo a diretora.

A DIRCO ainda conta em sua estrutura com um setor de marketing, que é responsável pela diagramação do Jornal da UFU, pelas artes dos *outdoors* espalhados pelos campi da Universidade, pelos processos de criações de todos os materiais da gráfica da UFU e por ações específicas da UFU, como por exemplo, brindes promocionais, tais como marcadores de livros, canetas, blocos de anotações, entre outros.

---

<sup>5</sup> Recursos financeiros do governo para órgão públicos, como a UFU, são descentralizados por rubricas específicas e dentro da IES por centro de custos.

Na entrevista a gestora esclareceu que os campi localizados fora da cidade de Uberlândia (Ituiutaba, Monte Carmelo e Patos de Minas) enviam as informações e fatos que ocorrem no local para os jornalistas da DIRCO e assim são vinculadas notas a respeito desses campi, pois não serão criados departamentos de comunicação fora do campus Uberlândia, pelo menos não se tem essa intenção. Ainda segundo a diretora, esses campi possuem um site criado por eles, mas será logo alterado, quando o novo portal da UFU estiver em funcionamento.

Após conhecer um pouco mais sobre a relação da Diretoria de Comunicação com a Universidade Federal de Uberlândia, foi questionado à diretora sobre qual seria a participação da DIRCO no desenvolvimento das políticas de comunicação da UFU.

Em suas respostas o assunto não foi abordado abertamente, o que leva a questionamentos acerca da existência de políticas concretas para essa área. A diretora disse apenas que está percebendo que atualmente as informações que estão disponibilizadas no site da UFU estão sendo usadas pela imprensa local para divulgação e daí estão surgindo novas matérias, pois os veículos de comunicação da cidade estão buscando o site da UFU, nesse caso, o *Comunica*, como uma fonte de informação. Trata-se de situação positiva, mas que não diz respeito a uma política de comunicação propriamente dita.

Segundo a diretora, um dos objetivos dessa nova gestão era isso, fazer com que a UFU fizesse a pauta para a imprensa e não publicar as informações em seu site, após a imprensa ter já pautado, como era anteriormente. Antes se sentia que existia uma pressão da imprensa querendo pautar a UFU, sendo que assim eles falavam o queria ouvir da UFU, mas agora a situação foi revertida, pois é a imprensa que procura a UFU e suas matérias, como fonte de informação. Dessa forma, “o site *Comunica* se tornou um instrumento importante para isso, pois assim a imprensa está podendo beber na fonte de informações da UFU”, disse a diretora.

Ainda segundo a diretora, infelizmente o que se vê é que a UFU em si e seus gestores, ainda não sabem o que é comunicação e a importância da comunicação social para o desenvolvimento dos fluxos. Esclareceu, em sua fala, que em sua opinião não somente a UFU, que não sabe, mas todas as universidades em geral, pois falta planejamento, faltam metas, falta dinheiro, falta investimento. Segundo a gestora “se não for por parcerias a comunicação não crescerá dentro da universidade”, como exemplo disse que no início de sua gestão, entregava jornal para os diretores de departamentos nas reuniões e eles nem davam importância ou só liam quando sabiam que tinham matérias de suas áreas, se não tivessem

nem pegavam. Concluiu sua fala afirmando que “só olham para o seu umbigo, não olham para o que está acontecendo”.

Para a diretora, o curso de comunicação foi um grande benefício para a UFU, para a Universidade começar a conhecer a importância dessa área, além de estar formando muitos bons profissionais, mas mesmo assim a UFU como um todo ainda não sabe o que é comunicação e tem muito em que aprender.

Quando questionada se havia algum diagnóstico de comunicação na UFU, a diretora disse que não, mas disse que a primeira coisa que fez quando assumiu a diretoria de comunicação, como boa historiadora que é, foi levantar a história, o passado do departamento, fazendo um panorama, assim esse seria o diagnóstico da DIRCO e não da comunicação da Universidade.

Logo após tal argumentação a respeito do diagnóstico de comunicação na Universidade, foi perguntado se existe algum plano de comunicação na Universidade Federal de Uberlândia para curto, médio e longo prazo. Segundo a diretora a Universidade não possui um plano de comunicação específico. Já foram feitos alguns, em gestões anteriores, porém foram “engavetados” e nenhum implementado. Nessa gestão, foi construído um “plano” junto com toda a DIRCO. Tinha um plano na gaveta da gestão anterior, assim ele foi refeito para poder recomeçar a DIRCO. Não seria um plano de comunicação, mas um plano de como recomeçar.

Ainda que tenha indicado a existência de um plano construído com a equipe, este não foi apresentado para a pesquisadora. Segundo a diretora a única ação feita sobre o plano de comunicação foi o lançamento de um *folder* utilizado para ter um “norte” na comunicação da Universidade. O primeiro *folder* (anexo A) contém uma apresentação da DIRCO, atribuições do departamento, os veículos e os meios de comunicação utilizados pela diretoria, as metas previstas pela gestão e ainda o que não seriam atribuições da DIRCO, pois muita gente confundia os serviços que a DIRCO deveria prestar a Universidade, misturando as coisas e tumultuando mais ainda os fluxos do setor. No ano de 2014 esse *folder* foi relançado (anexo B) com novas ações, trazendo a seção quem éramos, qual a relação com a comunidade e com os meios de comunicação da cidade.

Quando entramos especificamente no tema sobre Comunicação Pública e sobre a Lei de Acesso a Informação, como a DIRCO lidava com tudo isso e questionado se e como a diretoria encaminhava todo esse processo, a diretora foi bem clara afirmando que “as pessoas na UFU não sabem o que é Comunicação pública. Acho que eles pensam que a comunicação na UFU é para assessorar o reitor. Não é isso que essa reitoria e essa gestão quer.” Ainda

complementou dizendo que é bem complicada a questão de comunicação pública na Universidade, pois muitas vezes as pessoas relacionam a comunicação pública a propaganda, publicidade de pesquisas ou pesquisadores. Tal fala evidencia equívocos conceituais e de processo acerca da temática.

Segundo a servidora B, responsável pelo setor de marketing, que está ligado a DIRCO, que participou da entrevista com a diretora Maria Clara, a Comunicação Pública na UFU é bem formatada, bem engessada, sendo que o comportamento daquilo que é público é bem diferente do se vê e se prega mercado, pois na UFU o processo de comunicação é errado, não existindo aquela constituição ideal.

Ainda de acordo com a servidora B, “a comunicação na UFU está tão viciada que se o marketing não fizer o mínimo, um ‘briefing’ nada lá na frente sairá correto”, pois não existe um fluxo de informações direto e correto, sendo que no setor de marketing, ela tem que construir esse fluxo para poder criar a comunicação com resultado final e esperado.

A servidora ainda afirmou que a universidade tem uma excelente imagem fora dela e dentro as coisas não são bem assim, pois falta comunicação e interação interna. Tem aluno do curso de jornalismo, por exemplo, que não sabe onde fica localizada a rádio e TV da Universidade, assim esse processo de comunicação, com fluxos internos e externos devem ser trabalhados. Para a servidora “criar planejamento já se criaram milhões, é necessário fazer um bom plano e realmente executá-lo”. Em sua fala apontou, também, que “um grande problema dentro da Universidade é uma resistência crônica a mudanças, comportamento que acaba contaminando outras pessoas no departamento”.

Assim, para a servidora, “a proposta dessa gestão é organizar a questão de fluxos, de gestão, pois a comunicação é precária, envolve muita questão “reitoreira”. As outras gestões nunca pensaram em comunicação”. Segundo a servidora, hoje a DIRCO está tendo iniciativa em melhorar a comunicação na universidade, visto que atualmente se discute comunicação com a RTU, com assessoria, com a reitoria de maneira integrada. Cabe ressaltar, contudo, que embora sua fala a servidora indique tal ação nenhum documento ou encaminhamento formal foi localizado na pesquisa documental que corrobore tal fato.

Na sequência, foi questionado sobre a Comunicação Pública da Ciência, qual seria o papel da DIRCO e se em casos de matérias científicas, se havia um tratamento diferenciado. Primeiramente, a diretora apontou que são feitas reuniões de pauta todo mês na DIRCO e aqueles jornalistas que mais possuem gosto e afinidade com a divulgação científica apontam o que estão acompanhando e observando na universidade, em questão de pesquisas. Além disso, toda edição do jornal da UFU, traz a divulgação de alguma pesquisa que está sendo

desenvolvida na Universidade. Não indicou, contudo, em sua fala como são feitas tais escolhas, se existe algum catálogo das pesquisas ou algo similar que alimente as possíveis pautas sobre ciência nas publicações da universidade.

A diretora informou, contudo, que “existe um tratamento diferente sim, pois mesmo sendo um público acadêmico, as matérias são de áreas diferentes, entretanto, não são feitos textos simples, mas traz termos da área, com explicações de forma que uma pessoa de qualquer área que seja, irá entender e compreender o que está lendo”. Ainda foi explicado que nas matérias mais específicas, vêm acompanhadas de um “box” explicando termos específicos para não pesar o texto e assim popularizar os termos específicos. Esse *box* seria para não cortar texto com explicações e ao mesmo tempo não tornar uma matéria científica tão chata e incomprensível. Ainda que a fala demonstre preocupação com a publicação, está mais relacionado com a divulgação o texto propriamente dito e não com a comunicação pública da ciência.

A diretoria afirmou, ainda, que quando se trata de matéria científica, os jornalistas tentam usar uma linguagem mais atraente, pois geralmente quando se fala em ciência, as pessoas pensam como “coisa chata” ou algo ruim de ler. Ressaltou, que dessa forma, tentam relacionar os textos de divulgação científica com fatos do cotidiano para assim popularizar a ciência e deixá-la mais atraente.

O que se percebe, segundo a diretora é que muitas vezes os pesquisadores têm medo dos jornalistas divulgarem suas pesquisas, distorcidas, ou de alguém usar suas pesquisas com propriedade, prejudicando seus trabalhos. Alguns pensam que quando o jornalista da DIRCO vai divulgar sua pesquisa, irá publicar o seu artigo como se fosse uma revista científica, mas na verdade ele estará apenas divulgando uma informação ao público interno e externo da instituição. Os jornalistas explicam que a divulgação da DIRCO é uma forma de popularizar os experimentos deles e ao mesmo tempo popularizar a ciência transformando em uma linguagem mais acessível e informando links para ter acesso a mais informações sobre essa pesquisa.

Justificou as ações esclarecendo que o programa *UFU no Plural*<sup>6</sup> está tendo uma boa aceitação entre os pesquisadores tanto que está tendo “uma fila” de interessados para participar dos programas, mas o programa é transmitido em uma TV educativa, com pouca audiência e alguns pesquisadores querem falar em lugar com maior audiência ou cobertura,

---

<sup>6</sup>Programa de TV, transmitido pela TV Universitária, criado para falar dos diversos assuntos e pesquisas que ocorrem na UFU, para seu público e a comunidade em geral. Se interessar a comunidade da UFU e a universidade estiver envolvida, então é pauta para o programa.

como por exemplo, a Rede Globo, que possui filial na cidade e quase diariamente recebe pesquisadores da UFU em sua programação. Explicou que para evitar problemas como o não comparecimento do pesquisador no *UFU no Plural* a produção marca com o entrevistado dois dias antes, ensaia, faz pauta e confirma 100% se irá comparecer, pois tem gastos com profissionais para gravar, com roupa, cabelo e maquiagem da apresentadora e mesmo assim, muitas vezes o entrevistado não aparece. Para a diretora, isso é reflexo da falta de entendimento sobre a comunicação e do dever institucional que um pesquisador em devolver dados de pesquisa realizada com verba pública para a comunidade em forma de comunicação e divulgação.

A empresa que deu consultoria sobre comunicação para a reitoria no início dessa gestão, fez a proposta de organizar um café com os pesquisadores, com o intuito de propor a eles que se comuniquem mais e assim a comunidade UFU tenha a oportunidade de conhecer suas pesquisas. O receio, segundo a diretora, é de que se faça a reunião e os pesquisadores não apareçam, pois, em sua opinião, “os pesquisadores da UFU não têm um engajamento com a comunicação, pois quando são convidados a participar de algo sempre falam que não tem agenda, tem que dar aulas, tem que fazer relatórios, entre outros, mas os mesmos que dizem não para a comunicação da UFU, muitas vezes atendem e falam para as mídias fora da Universidade”. Como exemplo citou é a Faculdade de Economia, onde fica localizado o CEPES<sup>7</sup>, pois segundo a diretora ela pessoalmente em nome da DIRCO já propôs ao instituto que fizesse um programa no rádio divulgando os índices de economia de forma popular, mas até o momento nem resposta obteve, sendo que, segundo a diretora, os pesquisadores com certa frequência falam de maneira geral na mídia local e regional, mas não falam nas mídias da UFU.

A diretora ainda disse que tem a proposta de começar um trabalho de aproximação com poucos pesquisadores de cada área e depois ir expandindo para os demais. Para dar um início a essa interação, os jornalistas estão visitando os pesquisadores em seus departamentos, em cada unidade acadêmica e dizer o que a DIRCO pode fazer para eles, em termos de divulgação e auxílio na comunicação.

Ressaltou, em sua fala, que outra proposta seria de produzir material televisivo para a TV universitária e programas de rádio sobre suas pesquisas. Segundo a diretora a rádio, que se encontra bem posicionada no mercado, sendo a terceira da cidade em audiência, tem que ter

---

<sup>7</sup>Criado em 1977, o CEPES - Centro de Pesquisas Econômico-Sociais, é um órgão vinculado ao Instituto de Economia. Fonte: Site UFU

algumas alterações em suas interações e divulgações, visto que não fica bem evidente a frequência em que opera que é 107,5 MHz.

Segundo a diretora o programa de rádio que aborda especificamente assuntos relacionado com pesquisas que estão em andamento, entrevista mais pessoas de outras universidades do que pesquisadores da UFU, pois não há comprometimento, marcam e não aparecem. Ressaltou que “tem que trabalhar nas ameaças ou você vem ou falo que o pessoal não quer falar”, disse a diretora que lembrou que teve casos dela ir substituir outra pessoa para falar de determinado assunto para o programa não ficar sem entrevista. Neste ponto cabe observar que quando o entrevistado é de outra localidade a entrevista é feita por telefone, alternativa que poderia minimizar a ausência dos pesquisadores da UFU no referido programa.

Segundo a diretora outra preocupação foi uma periodicidade certa para cada jornal da UFU, pois antes era publicado quando fosse possível. Esclareceu, em sua fala, que para ter uma atração maior dos pesquisadores e professores da Universidade, o jornal da instituição também passou a ter ISSN<sup>8</sup>, que vale como publicação e, além disso, exige a periodicidade das publicações.

Foi questionado à diretora quais seriam as ferramentas e caminhos utilizados pela DIRCO para fazer sua comunicação. A diretora prontamente respondeu que as principais ferramentas utilizadas pela UFU seriam o *Jornal da UFU* e o site *Comunica*, mas que ainda conta com os sistemas de rádio e TV em parceria com a Fundação RTU.

Segundo a diretora o jornal atualmente prioriza o conteúdo com um jornalismo acadêmico. Se comparar com os jornais de outras universidades é um jornal bom tanto no conteúdo como no material. Esclareceu, em sua fala, que o critério editorial do jornal seria trabalhar com matérias frias<sup>9</sup> com um aprofundamento maior, próximo do jornalismo científico, onde se visita, por exemplo, o pesquisador, que oferece maior detalhamento. As matérias da reitoria, por sua vez, vêm com mais análises, com mais dados. A diretora afirmou, ainda, que no jornal é feita uma matéria maior, com mais aprofundamento, sendo que seria aquela matéria que pode esperar um mês para chegar até o cidadão.

---

<sup>8</sup> O ISSN é um código numérico que constitui um identificador único para cada título de publicação em série, cujos componentes não têm um significado especial em si próprio. ISSN aplica-se a todas as publicações em série, já publicadas, em publicação, ou a publicar num futuro previsível. As publicações em série compreendem as revistas, os jornais, as publicações anuais (como relatórios, anuários, diretórios, etc.), as séries monográficas, as memórias, as atas de sociedades, etc., qualquer que seja o seu suporte.

<sup>9</sup> Todo texto jornalístico de descrição ou narrativa factual divide-se em matérias “quentes” (sobre um fato do dia, ou em andamento) e matérias “frias” (temas relevantes, mas não necessariamente novos ou urgentes).

Para a diretora o *Jornal da UFU* tem a intenção de fechar no seguinte formato em todas as edições: uma parte destinada a divulgação de livros da EDUFU, outra parte para a coluna *Gente da gente* destacando servidores da UFU, algo de extensão como matérias sobre aleitamento materno, por exemplo, cursos da UFU, sobre o hospital, algo sobre a universidade (políticas de distribuição do orçamento), alguma pesquisa, textos políticos abordando temas da atualidade no qual especialistas e/ou pesquisadores da Universidade escrevem sobre os assuntos. Em sua fala, contudo, não esclareceu se tal formato foi definido em parceria com os demais servidores, principalmente com aqueles que possuem formação em jornalismo ou se faz parte de uma proposta inserida em algum planejamento. Não esclareceu, por exemplo, o motivo ou os critérios de escolha para uma coluna especificamente para um único setor da universidade, como a editora.

A diretora pontuou que tem o desejo de fazer matérias sobre problemas da UFU, principalmente aqueles que vêm sendo tratados em nível nacional, trazendo e adequando ao que acontece na UFU, tendo um discurso mais político. Isso seria importante, segundo a diretora, pois o jornal cada vez mais vem fazendo parte da comunidade UFU, sendo utilizado, por exemplo, por professores da ESEBA<sup>10</sup> para trabalhar em sala as matérias e criar discussões com os alunos através das leituras realizadas. Além disso, a diretora, afirmou que o jornal é encaminhado a cada nova edição para autoridades locais, regionais e em nível nacional.

Para a diretora, o carro chefe da comunicação na UFU seria o site *Comunica* que publica conteúdos mais imediatos como, por exemplo, eventos, comunicados, notas, pois são informações que as pessoas precisam saber logo e não podem esperar como uma matéria de jornal. Em relação às críticas que a DIRCO recebeu em ter dois portais, a diretora apontou que foi algo inspirado em outras universidades como Harvard, Universidades de Paris, onde possuíam um portal de comunicação com entradas e fontes para a imprensa. A diretora esclareceu que o site foi desenvolvido pelo CTI que é um departamento que possui um grande conhecimento sobre a UFU, seu público e o que precisava para desenvolver uma boa comunicação. A diretora complementou que sabe que o site *Comunica* possui alguns problemas, mas sabe que ele é muito bom, porque trouxe todo o trabalho e comunicação de informação de volta para a DIRCO.

Para finalizar, foi perguntado a diretora se existe algum trabalho e/ou caminho diferente para que se fizesse a Comunicação Pública da Ciência na UFU e ela respondeu que a

---

<sup>10</sup>A Escola de Educação Básica da UFU tem sido considerada como referência de ensino-pesquisa e extensão, em nossa cidade e região.

DIRCO está com uma série de planos para melhorar essa comunicação e, assim, criar novos caminhos. Entre eles, pode ser citado o catálogo de fontes dos professores que está sendo criado, pois assim o que cada professor pesquisar estará catalogado, para ficar mais fácil identificar o professor de cada área. Além disso, está sendo organizado um banco de imagens da Universidade, pois a DIRCO possui fotógrafos, mas os arquivos não estão organizados, sendo que quando precisa de uma imagem mais específica, não consegue encontrar, devido a falta de organização e com esse banco, seria mais fácil localizar as imagens, através de palavras-chave, por exemplo.

Segundo a diretora outro objetivo é fazer com que as mídias sociais da UFU sejam reformuladas para entrar nos padrões sugeridos durante o evento citado no início do atual capítulo, através da análise crítica do profissional da área. Assim, uma meta da diretoria seria passar a publicar as produções, pesquisas da UFU, livros, revistas da EDUFU como dicas nas redes sociais da UFU. Cabe ressaltar, neste ponto, que mesmo que as alterações sejam necessárias e positivas, não indicam ações efetivas de Comunicação Pública da Ciência.

Informou, também, que uma comissão formada por servidores da DIRCO e da Fundação RTU estão visitando os departamentos de comunicação de outras universidades para terem uma noção de como funciona em outros lugares e trazer inovações. Segundo a diretora já foram visitadas a Universidade de São Paulo (USP) e a Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP).

Outro ponto ressaltado na entrevista pela diretora é o fato de que a DIRCO está trazendo também especialistas da área de comunicação para discutir teorias e práticas para uma boa comunicação na UFU. A proposta é trazer profissionais que além de conhecerem o que é feito atualmente possam apontar o que pode e deve ser melhorado, podendo trazer efetivamente bons resultados a comunicação da Universidade. Um exemplo de visita de especialistas ocorreu no encontro sobre comunicação organizacional, onde foram feitas observações, conforme também citado no início desse capítulo. A diretora finalizou sua fala na entrevista ressaltando que “dessa forma, espera-se melhorar e fazer com que as pessoas na UFU entendam um pouco mais sobre comunicação e a importância que a mesma possui para a Universidade”.

## **6 TEORIAS VERSUS REALIDADE: UMA ANÁLISE INTRODUTÓRIA SOBRE A COMUNICAÇÃO DA CIÊNCIA REALIZADA NA UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA**

Após realizar a pesquisa bibliográfica, pesquisa de campo, conhecer a fundo sobre a bibliografia que envolve essa pesquisa, além de conhecer a gestão e os processos comunicacionais da UFU, é possível fazer uma análise sobre o que foi observado e encontrado durante esses dois anos de pesquisa.

Em relação às políticas públicas, quando Lopes, Amaral e Caldas (2008) afirmam que políticas públicas poderiam ser definidas como um conjunto que pode ser de programas, ações e/ou atividades que são criadas e desenvolvidas pelo governo [...] com o objetivo de assegurar direitos de cidadania à população, de forma geral ou para determinados segmentos da sociedade, é possível compreender que seriam necessárias criar, implantar e desenvolver políticas públicas de comunicação na Universidade Federal de Uberlândia, em prol de uma melhor comunicação para seu público interno e externo, divulgando suas pesquisas e o que a Universidade está produzindo em relação à ciência e tecnologia.

Assim, seria possível popularizar a ciência para a comunidade local, por exemplo, com ações voltadas para viabilização de cidadania. Além disso, por meio dessas políticas públicas seria possível desenvolver projetos de comunicação científica envolvendo a comunidade e pesquisadores, desenvolver a relação com os pesquisadores, entre outros.

De acordo com Castro (2010), seria de extrema importância analisar, como os partidos políticos e candidatos definem seus programas para as campanhas que concorrem cargos públicos como o de reitor, vice-reitor, etc., pois é nesse momento que a política pública se inicia, pelo fato que quando um candidato é eleito, geralmente segue-se o que foi proposto nas campanhas, além de o que está planejado ser sua base de governo, sendo que as formulações das políticas públicas, segundo Souza (2006) são constituídas no momento em que os governos considerados democráticos manifestam suas ideologias, planos e plataformas eleitorais através de programas e ações que serão seus planejamentos para executarem os resultados ou mudanças na realidade em que se governará, ou seja, quando fazem seus planejamentos com propostas de campanha.

Levando em conta os autores, percebe-se que, aparentemente, a atual gestão da UFU está distante de implantações de políticas públicas de comunicação relacionadas à comunicação pública da ciência, visto que no programa de governo ou carta programa como foi publicada, do então candidato a reitoria da Universidade Federal de Uberlândia, que veio a

ser eleito, não existiam propostas com tal intuito, sendo que as propostas voltadas à comunicação estavam relacionadas a manutenção e funcionamento básico da Diretoria de Comunicação, com uma comunicação mais voltada à uma assessoria do que uma comunicação de duas vias, entre a instituição e seu público.

Para a implantação de políticas de comunicação nas universidades públicas brasileiras, De Castro e Fagundes (2012) enfatizam que o todo deve prevalecer sobre as partes, isto é, a vontade da maioria que forma a organização deverá prevalecer sobre os objetivos pessoais, pois só assim este processo será possível de ser realizado, possibilitando à instituição uma maior produtividade e, consequentemente, competitividade.

O que se percebeu na Universidade Federal de Uberlândia é que nem sempre existe uma maioria, sendo que a comunicação é “puxada” para diversos lados diferentes, além do fato de não existir uma organização nos processos comunicacionais. Os gestores da UFU demonstram isso quando tomam decisões sem ao menos consultar ou informar o departamento de comunicação, como foi relatado pela diretora do setor na entrevista. Além disso, existem as questões “reitoreiras”, termo utilizado por uma servidora em entrevista, e que faz respeito ao fato de que cada servidor tenta olhar a questão de gestão, ou seja se trabalhou para esse reitor ser eleito, irá fazer da melhor forma possível, se não irá fazer “corpo mole” ou a falta de comprometimento de algumas pessoas com o trabalho e comunicação.

A sugestão para essa integração ocorrer da melhor forma possível e assim viabilizar a implantação de políticas de comunicação na instituição, seria por meio de um diagnóstico institucional com o intuito de investigar e identificar onde estão as fragilidades, entre elas os pontos sensíveis da comunicação da UFU, para assim elaborar ações e planos com a intenção de executar uma gestão a fim de derrubar essas barreiras que impedem que a comunicação tenha um bom fluxo na universidade e ocorra como deveria ser.

Segundo Lupetti (2007) é através do diagnóstico que se tem uma posição sobre o que existe no papel versus a realidade em que se encontra a empresa/instituição. De acordo com De Castro e Fagundes (2012), o diagnóstico quando feito em Universidades Públicas deve ser dividido em duas partes diferentes, sendo que na primeira parte, será realizado um levantamento de toda a estrutura organizacional da Universidade e em um segundo momento, devem ser levantados os dados referentes à Comunicação que é praticada na Universidade.

Através das pesquisas realizadas, foi possível traçar um pequeno diagnóstico da comunicação na instituição e o que se percebe é que, até o momento, tudo que foi colocado no papel relacionado à comunicação é bem diferente da realidade da instituição, tanto que segundo a atual diretoria, já foram feitos inúmeros planos de comunicação, mas nenhum deles

apresentou resultados, sendo que alguns nem chegaram a ser executados, mostrando que se não for feito primeiramente um diagnóstico da instituição com o intuito de fortalecer as fragilidades da UFU, de nada adiantará elaborar planos de comunicação, a não ser, apenas para dizer que eles existem.

Outro fato que deve ser levado em conta é a estrutura organizacional e a comunicação que é realizada na instituição, visto que as estruturas da instituição (diretoria e unidades da instituição) devem criar maneiras de comunicarem, trocarem informações, pois com essa interação seria mais fácil propor e traçar objetivos para uma boa comunicação na UFU. Trocas essas que não ocorrem atualmente na instituição, fazendo com que o fluxo de comunicação praticamente não exista ou esteja completamente comprometido, já que para Baptista (2010) o fluxo de informação está intimamente ligado à estrutura da organização e às relações existentes nesta, sendo que representa a forma como a informação e as comunicações existentes na organização se processam.

Ainda segundo essa autora, existem quatro formas de ocorrer esse processamento, sendo a comunicação descendente que está relacionada com uma estrutura de dependência hierárquica e se processa da gestão de topo para baixo, ou seja, de cima para baixo; a comunicação ascendente que parte dos subordinados para os seus superiores com o objetivo de fornecer informações aos níveis mais altos; a comunicação horizontal ou lateral que é a comunicação existente entre elementos de um grupo de trabalho, e visa a comunicação entre pessoas do mesmo nível hierárquico, proporcionando uma rápida cooperação e coordenação; e a comunicação em diagonal que é o fluxo de informação entre uma chefia funcional e elementos de um grupo de trabalho. Dessa forma, somente ao se conscientizar das fragilidades dos fluxos de comunicação da universidade, será possível implantar o processamento desses fluxos, para assim ser possível ter fluxos de informações funcionando corretamente sem barreiras e sem ruídos.

Torquato (2010), afirma que as redes de comunicação se guiam pelos seguintes fluxos: Fluxo descendente que tem como origem a estrutura emissora das informações ou os dirigentes hierárquicos que emitem mensagens. O alvo da comunicação está sempre em patamares hierárquicos para baixo, ou seja, a comunicação de cima para baixo. Fluxo ascendente, responsável pelo transporte de informações de baixo para cima. Fluxo lateral, que permite inter-relacionamento entre estruturas e pessoas do mesmo posicionamento hierárquico.

Definindo qual será o objetivo a ser alcançado com a comunicação da Universidade, por meio de diagnóstico e de um plano de comunicação, seria necessário escolher qual seria o

fluxo que guiaria as redes comunicacionais da Universidade Federal de Uberlândia ou se trabalharia com todos. Pelo que foi observado, pelo menos em um primeiro momento, seria necessário utilizar ao menos um pouco de cada fluxo pelo menos para dar início à gestão de fluxos comunicacionais e até a comunicação esteja em um patamar mais organizado.

Souza (2012) aponta que na administração pública existem grandes obstáculos em relação ao fluxo de informações e a troca de informações entre os seus colaboradores, podendo ser citado, por exemplo, a falta de conhecimento técnico, o que causa grandes danos ao serviço público, pois afeta diretamente o processo de comunicação, que é fundamental no processo do sucesso da gestão.

Foi observado que na Universidade Federal de Uberlândia existem também esses obstáculos que atrapalham o fluxo da comunicação, que segundo falas dos entrevistados, viriam de alguns servidores que não possuem muita responsabilidade e comprometimento com o trabalho. Isso foi abordado várias vezes durante a entrevista com a diretora da DIRCO, onde ela afirma que um dos seus maiores problemas nessa gestão seriam os problemas encontrados com técnicos por falta de atitude e comprometimento se tornando um desafio para a gestão e para a comunicação. Se por um lado encontramos servidores aparentemente desmotivados durante as observações realizadas em evento na DIRCO, a diretora também encontrou dificuldades com a gestão desses servidores, faltando às vezes uma gestão maior em vários quesitos da instituição, tais como uma melhor gestão da comunicação, nos modos de trabalhar e também uma gestão de recursos humanos.

Para facilitar o controle dos fluxos de informação é recomendado que fosse usado o fluxograma. O fluxograma, de acordo com De Castro e Fagundes (2012) possibilita que a comunicação tenha caráter político e deve atuar como prestadora de contas dos recursos utilizados pela instituição, possibilitando a transferência administrativa e funcionando como um termômetro na capacitação dos anseios das comunidades universitária e local. Na pesquisa documental não foi localizada fluxograma que pudesse ser analisado na pesquisa.

Uma sugestão para a UFU seria construir seus processos por meio de fluxogramas para facilitar a comunicação e o trabalho de quem irá interagir com a instituição, pois quando se possui um plano, um projeto do que deve ser feito, fica mais fácil desenvolver a atividade. Ao apresentar os objetivos e se foram alcançados conforme proposto, será apresentado um fluxograma de como poderia ser trabalhada a comunicação na UFU para processos de comunicação mais específicos, como a comunicação pública da ciência.

Acerca da comunicação pública nas IES públicas, são importantes as contribuições de Ribeiro (2014) para quem os eixos da comunicação nas Universidades Públicas são os

serviços ao cidadão, a divulgação científica, a transparência administrativa, a construção e manutenção da imagem organizacional e os relacionamentos efetivos com os públicos estratégicos (permeabilidade institucional).

Através da pesquisa realizada no campus Santa Mônica da UFU, foi possível verificar que a instituição possui alguns eixos que seriam necessários para o desenvolvimento da comunicação na universidade e outros que deveriam ser mais desenvolvidos. Os serviços ao cidadão deveriam ser um pouco mais desenvolvidos com ações de extensão que trouxessem a comunidade para dentro da UFU, oferecendo, por exemplo, cursos de alfabetização científica, aproximando a população da ciência ou desenvolvendo trabalhos sociais junto com os pesquisadores, mostrando a importância de suas pesquisas para a sociedade e fazendo com que as pessoas consigam entender o que é feito com seu dinheiro advindo dos impostos pagos, o que se pesquisa na Universidade, que às vezes sabem que existe, mas não se sabe o que pode fazer pela sociedade.

A divulgação científica é um dos eixos que deveriam ser trabalhado efetivamente na Universidade Federal de Uberlândia. Pelo que foi observado não existe uma política de comunicação, plano de comunicação implantado ou estratégicas específicas de comunicação científica. Um trabalho emergencial, além do plano de comunicação que contemple a comunicação da ciência, deveria ser feito junto aos pesquisadores da instituição no sentido de estreitar relações com a diretoria de comunicação.

Segundo a fala da diretora de comunicação a equipe tenta fazer ações de comunicação, ainda que sem planejamento ou estratégias/objetivos de médio e longo prazo, já que é feito sem muitos recursos e políticas de comunicação. A pesquisa de campo oferece indícios de que existem ações introdutórias de divulgação da ciência, pois existem servidores/jornalistas interessados na divulgação científica, mas falta vontade, interesse e comprometimento dos pesquisadores com a Universidade, com a sociedade que os financiam e com a comunicação da universidade, pois preferem falar para mídias externas e aparecer na TV aparentemente em busca visibilidade, do que falar primeiramente com a comunidade acadêmica em que está inserido.

Em relação à transparência administrativa, é necessária uma maior transparência nos atos que envolvem a gestão da universidade e a comunicação. Todos os atos deveriam envolver, ou ao menos informar a DIRCO, além de se indicar metas, objetivos e estratégias para a comunicação em seus planos de governo e de gestão. Em sua entrevista o reitor disse que teve um planejamento acerca da comunicação pública em seu plano de governo, mas analisando a carta programa divulgada durante o período de escolha da nova reitoria, os

planos para a comunicação da universidade eram primários, muito frágeis, voltados apenas para o funcionamento básico do departamento com um processo de comunicação. O que se encontra na carta programa é uma proposta simples, sem vistas a comunicação pública e mais especificamente científica e muito menos uma comunicação de duas vias, envolvendo a Universidade e a sociedade.

Analizando o plano de gestão, uma resolução apresentada pela Administração Superior aprovada pelo Conselho Universitário da UFU em dezembro de 2014, não existe sequer menção a algum plano para a comunicação na universidade ou pelos menos não consta nos planos dessa gestão um trabalho em prol de uma comunicação melhor ou voltada para a ciência.

Em relação a imagem organizacional da instituição, segundo a fala da servidora Bdurante entrevista na DIRCO, fora da UFU existe uma boa imagem da organização, pois a UFU é bem vista pela sociedade, devido aos serviços prestado para a comunidade, mas dentro da instituição, por não ter um bom fluxo de comunicação faz com que a imagem/identidade da organização não seja tão boa para seu público interno. Perante esse fato, é de extrema importância também pensar no público interno, valorizar e organizar as trocas de informações entre as diversas unidades da universidade, com o intuito de melhorar os fluxos e comunicação interna da universidade e consequentemente melhorar ainda mais a imagem externa da UFU, perante seu público.

A Lei de Acesso a Informação, que foi aprovada e sancionada pela Presidência da República, por meio da lei número 12.527, em 18 de novembro de 2011, representa um grande marco nos avanços da comunicação pública no Brasil. Na UFU, as informações da LAI estão disponibilizadas no *site* institucional da UFU, no de um link “Acesso à Informação”, bem no topo da página. Ao entrar no *link* usuário é direcionado para um *site* do governo federal, localizado no endereço eletrônico <http://www.acessoainformacao.gov.br/>. Nesse site, o usuário acessa a diversas informações sendo possível, através de *login* com usuário e senha, fazer a solicitação de alguma informação que seja de seu interesse. Quem alimenta os dados da UFU nesse site é o gabinete do reitor, sendo mais específico sua assessora Ana Elisa Faleiros, ao intermediar a entrevista com o reitor, que ela sempre se empenha em responder as solicitações dos cidadãos o mais rápido possível, além de tentar utilizar uma linguagem mais simples, com o intuito que todos possam compreender aquela informação.

Realmente, para uma comunicação fluamelhor e possa alcançar os resultados almejados com o cidadão, é importante, que a comunicação pública seja simples e objetiva,

de forma que toda a população consiga entender a mensagem não importando seu grau de instrução ou classe social. Para que seja possível ocorrer esse tipo de comunicação específica do governo com os cidadãos alguns conceitos se tornam essenciais nesse processo, tais como transparência; o fato de ouvir a voz dos cidadãos; a simplificação dos processos, buscando sempre ser o mais objetivo possível; a participação, avaliação e correção, que será possível através da opinião da sociedade; eficiência e eficácia na prestação e oferecimento dos serviços públicos aos cidadãos (GIL, 2013)

Em observação ao acesso à informação na UFU, foi verificado que os conceitos citados como essenciais no processo de comunicação pública ainda não são aplicados na Universidade. Não existe uma transparência nos processos de comunicação, as vozes dos servidores e envolvidos não são ouvidas, os processos deveriam ser simplificados, além de ser necessária uma maior participação da gestão, avaliação dos processos desenvolvidos e correção das fragilidades encontradas, além da eficácia e a eficiência que serão alcançadas quando se tem processos e fluxos mais organizados.

Cabe ressaltar que tanto a ciência quanto a tecnologia, podem ser consideradas como temas de interesse público, devido à importância que possuem no contexto atual (FRANCO, 2013). Normalmente, elas são pesquisadas e desenvolvidas dentro de universidades e centros de pesquisas e devem ser devidamente comunicadas, ou seja, a comunicação pública relacionada a ciência e tecnologia precisa ser uma prática pressuposta por estas instituições, pois isso faz com que, de um lado, haja a divulgação de informações de interesse geral e de outro, com que o receptor exerça seu direito de receber essas informações, tendo oportunidade de participar dos debates de seu interesse.

Baseado nesse direito que o cidadão possui de receber essas informações relacionadas à pesquisa de ciência e tecnologia é que deveriam ser desenvolvidos programas, objetivos e treinamentos pela Universidade com o intuito de atingir não apenas os profissionais de comunicação que desempenham funções na DIRCO, mas também os pesquisadores de forma que eles se conscientizem da importância da divulgação de seus trabalhos a sociedade, de modo que eles recebam melhor os jornalistas e possam passar para a diretoria de comunicação as informações sobre o que estão pesquisando, pois a melhor forma de aproximar os públicos e a ciência seria, segundo Fernandes (2011), por meio de uma comunicação científica, que fosse objetiva e acessiva a todos.

De fato, o vínculo entre jornalistas e cientistas tende a ser um pouco delicado, pois por um lado temos jornalistas que não possuem, a princípio, preparação necessária para entrevistar cientistas ou questioná-los sobre suas pesquisas. Por outro lado existem os

cientistas que muitas vezes não gostam de divulgar seus trabalhos e dificultam as conversas com os jornalistas, mas deixando claro que a culpa não seria dos profissionais em si, mas de suas formações e da ausência de uma cultura e alfabetização científica na nossa cultura. Cultura essa que deveria ser trabalhada na Universidade Federal de Uberlândia, melhorando a interação e a troca de informações entre as unidades e servidores da instituição.

Geralmente, a comunicação científica é feita nos meios de comunicação principalmente por telejornais, mas Carvalho e Cabecinhas (2004) propõem que essa comunicação pode ser feita também em outros formatos, como por exemplo, por meio de debates realizados em programas ou em programas infanto/juvenis que, na maioria dos casos, possuem grandes influências na construção de representação da ciência.

Neste sentido poderiam ser desenvolvidos na UFU projetos de extensão envolvendo a comunidade acadêmica e local de modo a popularizar a ciência. Poderiam ser desenvolvidos projetos para crianças, convidando-as a conhecer um pouco mais de ciência, seja através de visitas a museus, a laboratórios, criando personagens de desenhos que gostam de ciência e assim passando esse gosto para as crianças. Para o público jovem, poderiam ser convidados a participar de pequenos grupos de pesquisas, inserir visitas à própria instituição, seus museus e laboratórios, utilizando a ficção em literatura, criando interações entre diversos mundos, entre outros. Com adultos, poderiam ser desenvolvidas atividades culturais, informações por meio de informativos, jornais, programação de rádio, TV, internet, em especial mídias sociais, que também atingiriam jovens.

Tais ações são imprescindíveis em qualquer instituição que produza conhecimento e necessite popularizar a ciência, necessita trabalhar a comunicação pública da ciência. Na verdade, somente tendo esse contato mais direto com a ciência e demonstrando os bons resultados que ela pode trazer para a humanidade em geral, as pessoas tendem a tomar gosto e assim querer saber mais a respeito, pesquisar, procurar, facilitando o processo de comunicação científica e popularizando a ciência e tecnologia.

Em uma observação ao site oficial e institucional da Universidade Federal de Uberlândia, disponível na internet no endereço <http://www.ufu.br/> foi observado que todos os conteúdos desse site são direcionados para o site da Diretoria de Comunicação da UFU, disponível no endereço <http://www.comunica.ufu.br/>, o que evidencia uma redundância nas ações comunicacionais e informações disponibilizadas

Em entrevista, a diretora defendeu esse modo de disponibilização e modelo de funcionamento dos sites da Universidade, mas pelas bibliografias pesquisadas a respeito de comunicação pública, esse não seria o modelo mais indicado, visto que as pessoas conhecem

e pesquisam pela UFU na grande rede e quando se coloca em sites de pesquisa a palavra-chave UFU, a primeira ocorrência que aparece é o site institucional da UFU, sendo assim poderia existir outro portal, redirecionando as notícias para ele, entretanto, poderia conter *links* no portal da comunicação permitindo que o usuário também pudesse voltar o site institucional, dando maior visibilidade e “importância” ao site institucional.

Na pesquisa realizada nos sites da UFU ainda foram encontrados o Estatuto, o Regimento Geral e o Regimento Interno da Ouvidoria da Universidade Federal de Uberlândia. Buscou-se também, encontrar na pesquisa se a UFU possuía um Plano de Comunicação, ou se ainda possuía algum documento sobre como é feito o processo comunicacional da Universidade Federal de Uberlândia e as políticas de comunicação sobre a comunicação pública da ciência, mas em nenhum site foi possível identificá-los e/ou encontrá-los.

No estatuto, regimento geral e regimento interno da ouvidoria da Universidade Federal de Uberlândia, também não foi encontrado nada em referência a plano de comunicação da UFU ou sobre a organização dos processos comunicacionais da Universidade. Cabe ressaltar, contudo, que o estatuto da UFU está em processo de atualização, sendo que foi instaurado processo e reuniões estão sendo realizadas para discutir com toda a comunidade acadêmica o que deveria conter e deveria ser atualizado no estatuto. Uma sugestão seria a inserção e tópico sobre a comunicação pública, voltada para o direito da comunidade UFU e população em geral saber o que está sendo desenvolvido na Universidade no âmbito da ciência, assim poderia conter no estatuto algum ponto, colocando em evidencia a comunicação pública e científica da UFU tanto para público interno quanto externo.

No evento que ocorreu em outubro de 2014, na DIRCO, o que se pode observar é que na comunicação da Universidade Federal de Uberlândia existem muitos posicionamentos políticos envolvidos em seus processos comunicacionais, além de faltar uma boa gestão e organização dos processos que impediriam muitos ruídos e fragilidades nessa comunicação.

Isso pode ser comprovado na tentativa de entrevista que se teve com o reitor da Universidade. Inúmeras tentativas de conversar, entrevistá-lo, porém sem sucesso, conseguindo apenas algumas respostas escritas por sua secretaria, durante uma rápida conversa. Em que pese à compreensão das agendas congestionadas dos gestores, tais dificuldades podem ser equivocadamente interpretadas com falta de interesse por um completo e correto processo de reforma na comunicação da instituição com o intuito de melhorar os processos e fluxos comunicacionais da instituição, pois de acordo com os dados obtidos, a comunicação na UFU possui problemas e não funciona como deveria ser para se obter bons resultados.

Nas respostas o que mais foi citado, foi uma resolução que seria assinada e publicada após as férias do reitor. Tal resolução é a de número 22/2014 do Conselho Universitário (anexo C) que foi publicada em 28 de novembro de 2014, onde se aprovou o plano de gestão 2013-2016 para a Universidade Federal de Uberlândia, apresentada pelo reitor. Muitas respostas do reitor durante a entrevista foram dadas com base em tal resolução, dizendo que se teria algo relacionado à implantação de políticas públicas de comunicação, algum plano de comunicação ou projeto de comunicação científica, estariam todas disponibilizadas nessa resolução.

É importante ressaltar, contudo, que ao ler e analisar essa resolução, não foi abordado sequer uma linha sobre comunicação na UFU, demonstrando um silêncio comunicativo e de popularização da ciência na Universidade, contrariando assim todas as expectativas acerca da gestão sobre a comunicação na universidade e entrando em contradição com os dizeres da diretora de comunicação que disse que a comunicação era uma das principais metas da atual gestão.

Nas respostas concedidas pelo reitor, por todo o roteiro que a caracterizou, este demonstrou que a reitoria nem sequer conhece o que seria a comunicação e os benefícios que ela pode trazer quando aplicada de forma correta nas instituições, bem como o quanto a comunicação poderia ser usada estrategicamente para alcançar resultados em sua gestão. Provavelmente se a gestão soubesse aplicaria e poderia estar colhendo frutos para a universidade e para a sociedade em geral. Aparentemente falta, inclusive, vontade de compreender, entender e trabalhar a comunicação de uma melhor forma na UFU. Alguns pontos trabalhados nessa gestão foram bons para a comunicação, como reestruturação física do departamento de comunicação e a criação de um centro de custo no orçamento, mas muitas coisas ainda devem ser feitas, para termos a efetivação de um bom processo de comunicação na Universidade, com vistas a uma efetiva Comunicação Pública da Ciência.

Em muitos momentos da entrevista, o reitor pediu que verificasse com a DIRCO algumas respostas. Assim, procuramos a diretoria de comunicação afim de uma entrevista/conversa com a diretora de comunicação. Em um primeiro momento, foi sentida uma rejeição, dizendo que não podia, que só poderia conversar no próximo mês. Tal entrevista foi iniciada com receio, pois havia ouvido muitas negativas a respeito da diretoria durante o grupo de observação realizado no evento de comunicação organizacional. Foram citados claramente pelos servidores características como “gênio muito forte”, “intransigente”, entre outros.

Além disso, durante o evento na DIRCO, foi possível perceber claramente alguns conflitos e a veemência da gestora em suas reações nos deixou receosos acerca da entrevista necessária. E como a pesquisa dizia respeito às suas funções desempenhada atualmente receávamos uma reação mais indiferente. Cabe ressaltar, contudo, que fomos surpreendidos pela atenção, franqueza e prestatividade. Seu posicionamento na entrevista indicava disposição para esclarecimentos e, ciente de que não é da área, disposição para aprender a fim de melhor e defender o departamento e fazer com que ele melhore cada vez mais, além de oferecer o que sabe advindo de sua formação e de experiências vividas anteriormente em outros departamentos.

A diretora informou, durante a entrevista, que a comunicação é um dos principais objetivos dessa gestão, mas no decorrer da conversa ela se contradiz e afirmou claramente a atual reitoria não conhece bem o poder da comunicação, tanto que já propôs tantas vezes que o reitor tivesse um programa, que falasse com o público, mas ele acha importante outras coisas ao invés de se comunicar com a comunidade em geral. A diretora afirmou, ainda, que algumas vezes a reitoria resolve questões de comunicação sem informar a diretoria de comunicação e às vezes divulgam dados e fatos sem passar pela DIRCO, que depois necessita “ter que correr atrás para consertar alguns problemas causados por essas falhas entre reitoria e o departamento de comunicação”. Em sua fala ressaltou que situações como as expostas causam certos desgastes e desconfortos, além de prejudicar os poucos e falhos fluxos existentes.

Outro ponto que merece ser ressaltado em sua fala é a demonstração das melhorias que o departamento teve com essa gestão como reestruturação física, aquisição de novos móveis e equipamentos; além da criação de um centro de custo no orçamento para a comunicação; criação do portal *Comunica UFU*; renovação e fortalecimento da parceria com a Fundação Rádio e TV Universitária. Para a atual diretora a principal melhoria que ela alcançou a frente do departamento foi fazer com que os servidores do departamento e da fundação RTU começassem não somente a fazer comunicação, mas também criá-la dentro do trabalho, onde todos conversam uns com os outros, trocam informações, material, entre outros.

Segundo a diretora a universidade não possui um plano de comunicação implantado no momento, seguindo apenas o que foi lançado em dois folders (anexo A e B), mas que tem várias propostas para melhorar a comunicação principalmente entre a universidade e pesquisadores, desenvolvendo, por exemplo, o plano de jornalistas visitarem os pesquisadores no seu bloco e também tem a intenção de fazer periodicamente um café para que os jornalistas possam conversar e trocar informações com pesquisadores com o intuito de publicar o que

vem sendo pesquisado e trabalhado na UFU. Outra proposta, essa em andamento, é fazer uma catalogação dos pesquisadores da universidade, com suas pesquisas, para se tornar mais fácil a pesquisa em torno de quem pesquisa e o que é pesquisado. Existe também a proposta de criar um banco de imagens por palavras-chave, organizando o grande e extenso arquivo de imagens que a DIRCO possui, para facilitar o trabalho quando precisar de imagens. Outra proposta é reestruturar as redes sociais de acordo com o que o especialista Rafael Terra propõe em sua palestra na DIRCO, citada no capítulo 5 dessa dissertação e ainda através das redes sociais divulgarem pesquisas e resultados de trabalhos que estão sendo realizados na UFU.

Assim, conclui-se que mesmo que a administração superior aparentemente não esteja muito ligada à comunicação de forma geral e nem tenha tantos planos para o desenvolvimento da comunicação da UFU, existe na DIRCO ações introdutórias com vistas à comunicação da instituição. Há que ressaltar, contudo, que qualquer das iniciativas está muito distante de uma comunicação de interesse público, voltada para a popularização da ciência.

Em resumo, ainda que existam indícios de inúmeras iniciativas e novas propostas estas não estão sendo feito da melhor forma possível e da maneira como deveria ser, como indicam os especialistas. A pesquisa indicou que assim como ocorrem em muitas empresas/instituições, aparentemente muitas vezes o departamento quer fazer diferente, propor novos modelos, mas a administração superior não acompanha a intenção do setor dificultando as propostas o que torna difícil colocar os projetos em prática. Através das propostas, mesmo que simplistas, se desenvolvidos, já será um pontapé inicial para melhorar alguns aspectos, como a popularização da ciência na universidade e o engajamento da comunidade acadêmica na comunicação.

Muitos são os problemas localizados na pesquisa, que vão desde o desconhecimento da área pelos gestores, servidores insatisfeitos ou que não, forte cultura contra a comunicação na instituição, falta de engajamento da administração superior em prol de uma comunicação melhor, herança de gestões que não se preocupavam muito com comunicação, entre outros. Contudo, se houvesse ao menos interesse na elaboração de um plano de comunicação com objetivos voltados à comunicação pública da ciência na UFU, com certeza seria possível melhorar tudo o que foi visto durante essa pesquisa.

Ao iniciar essa pesquisa, tinha-se em vista o objetivo geral da pesquisa e mais cinco objetivos específicos que seriam pesquisados e observados durante a pesquisa. O objetivo geral foi alcançado nessa pesquisando quando na pesquisa documental e nas entrevistas, quando foram levantados os seguintes pontos:

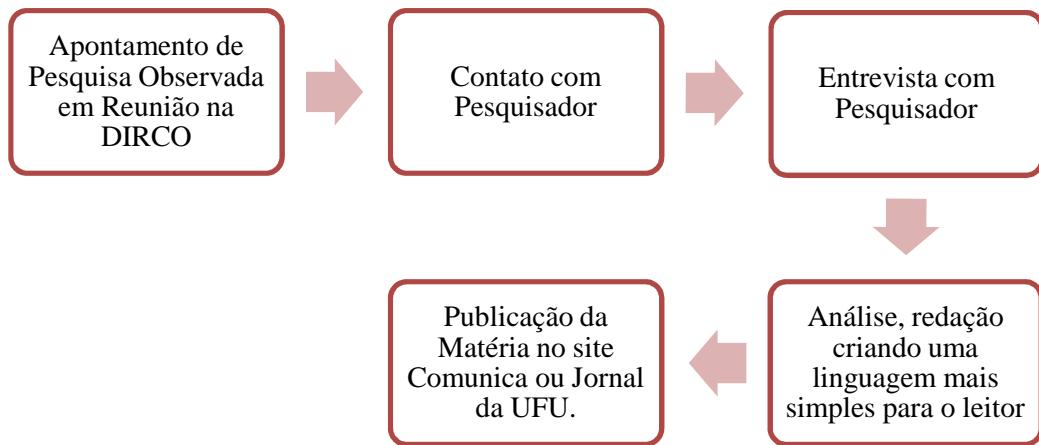
Realização de levantamento sobre as diretrizes da instituição acerca das suas políticas de comunicação. O resultado que se obteve é que não existem documentos que indicam qual a política de comunicação da instituição, da mesma maneira que não foram localizados planos para o desenvolvimento de políticas públicas de comunicação para a Universidade Federal de Uberlândia. Além disso, a comunicação pública e a comunicação científica, objeto dessa pesquisa não foram sequer citadas na carta programa da reitoria durante o processo eleitoral e nem nas resoluções que regem os planos de gestão da universidade durante essa gestão, demonstrando um silêncio comunicativo e de popularização da ciência, por parte da atual gestão.

Sobre a existência e a viabilidade de um plano de comunicação da Instituição, ao término da pesquisa, podemos afirmar com base em entrevistas que foram elaborados alguns planos de comunicação que não saíram do papel, não foram implementados, mas no momento não existe um plano de comunicação na UFU e nem existem objetivos para o desenvolvimento de um plano em curto prazo. Caso a instituição venha a desenvolver algum, é necessário ter foco na sua elaboração e principalmente na execução, para não se repetir o corrido com os outros planos citados nas entrevistas.

Na busca de indicadores ou ferramentas utilizadas para a comunicação pública da ciência na Universidade Federal de Uberlândia, as ferramentas encontradas que são utilizadas para a comunicação pública da ciência se mostram equivocados, inadequados ou inconsistentes como o site *Comunica*, que é o site da DIRCO, onde são publicadas matérias de informações que estão ocorrendo naquele momento e o leitor precisa saber mais rápido. Matérias mais trabalhadas, com pesquisas, dados, são publicadas apenas no *Jornal da UFU*, que possui circulação restrita aos campi e com baixa tiragem. Além disso, a pesquisa indicou a existência de poucas iniciativas que envolvem a entrevista com pesquisadores que são feitas e transmitidas na Rádio Universitária (quando os pesquisadores atendem os convites e comparecem) e na TV Universitária através do Programa *UFU no Plural*.

Foi observado, analisado e sistematizado durante essa pesquisa a Comunicação Pública da Ciência na Universidade Federal de Uberlândia. Essa comunicação ainda é praticamente inexistente, o pouco que existe ainda é feito de forma desordenada, mas pelas entrevistas foi possível fazer a seguinte sistematização, através de fluxograma.

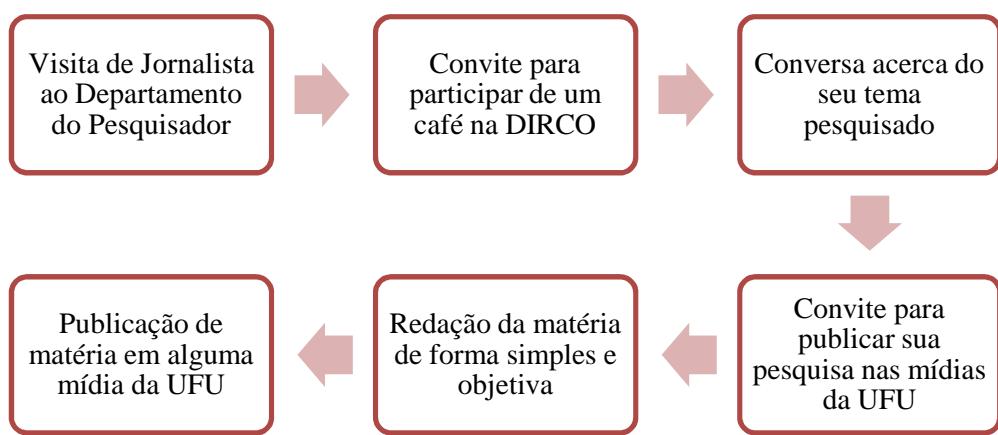
Figura 5 Fluxograma Comunicação Pública da Ciência UFU - Atualmente



Fonte: elaboração própria com base nas entrevistas

Durante a entrevista a diretora afirmou que tem como intenção fazer com que os pesquisadores conheçam mais a DIRCO e tenham mais confiança no departamento para divulgarem suas pesquisas junto ao departamento. Para isso, pretende-se que ocorra o seguinte fluxo:

Figura 6 Fluxograma processo de comunicação da DIRCO - Plano da Diretora



Fonte: elaboração própria com base nas entrevistas

Dentre os objetivos da pesquisa existia a proposta de realizar um levantamento acerca dos profissionais envolvidos pela comunicação na instituição e, consequentemente,

acompanhar como é feita essa comunicação pela DIRCO (Diretoria de Comunicação Social). A equipe de profissionais envolvidos na comunicação da UFU é formada por aproximadamente 30 pessoas, entre elas a direção do departamento. Existe um servidor responsável pelo setor de marketing, um secretário da diretoria, coordenadores, jornalistas, fotógrafos e estagiários. Os jornalistas e fotógrafos possuem uma carga horária de 6 horas/dia, trabalhando de segunda a sexta. Desempenham suas atividades dentro do departamento de comunicação nas salas destinadas ao departamento, nas faculdades dentro dos campi de Uberlândia ou esporadicamente em viagem aos outros campi da UFU, localizados em Monte Carmelo, Ituiutaba e Patos de Minas.

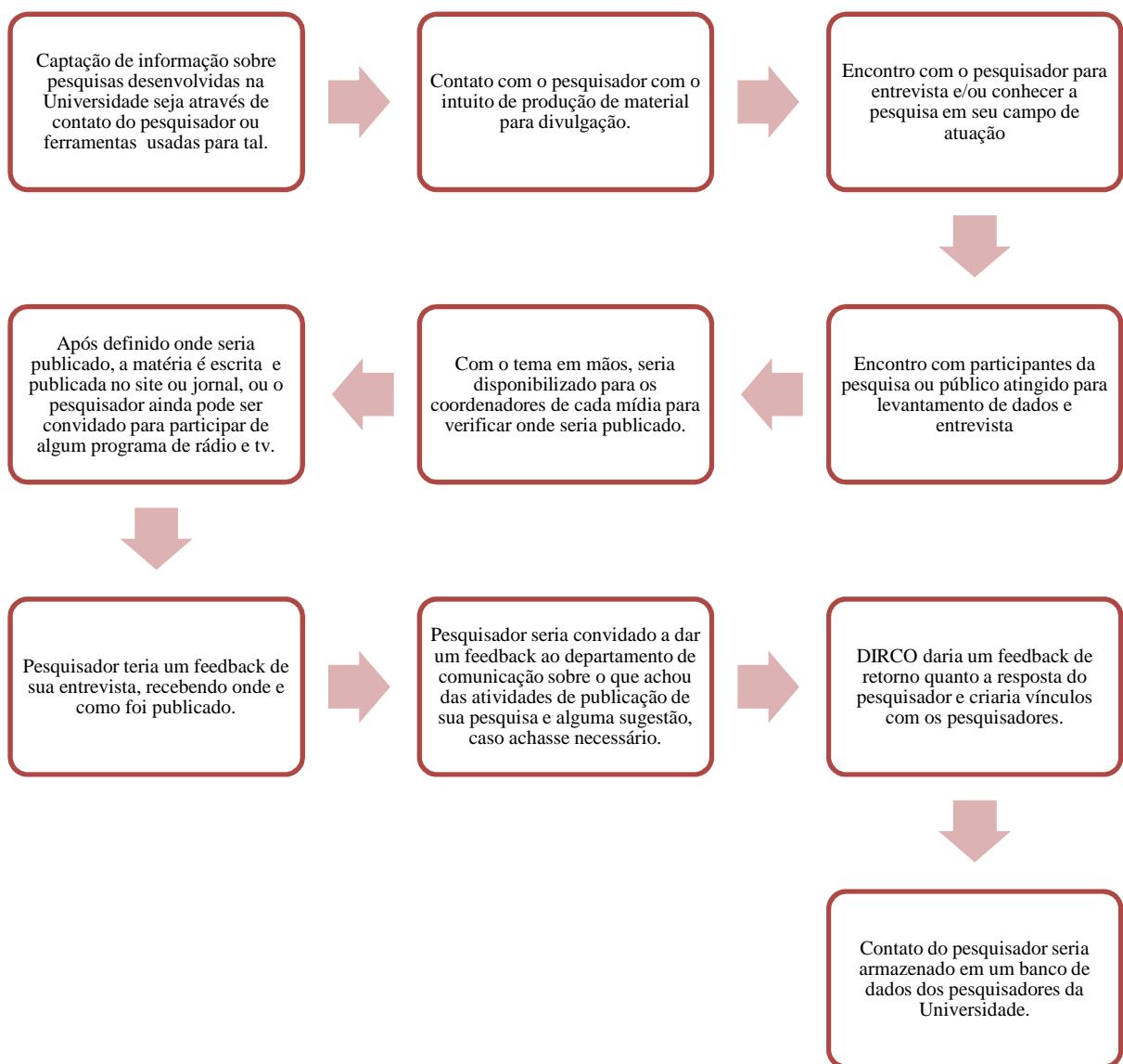
Outro objetivo seria verificar como é feito o levantamento de informações para divulgação das pesquisas da universidade visando conhecer a comunicação da ciência. Segundo a diretora de comunicação, existem alguns jornalistas que “possuem um gosto pela comunicação científica e que sempre acompanham algumas pesquisas dentro da universidade ou buscam outras novas que começam a ser desenvolvidas”. Essas pesquisas que já são conhecidas e acompanhadas pelos jornalistas, são apresentadas nas reuniões semanais da DIRCO e assim é decidido o que será feito: acompanhamento, entrevistas, levantamento de dados junto a comunidade acadêmica ou população, publicação, programa e assim o jornalista trabalhará sobre ela. Algumas vezes, algumas pesquisas não são de conhecimento da DIRCO e são publicadas na mídia local ou regional e assim os jornalistas procuram os pesquisadores para serem também informações nas mídias de comunicação da UFU.

Ao averiguar se existe algum procedimento especial quando é realizada uma matéria sobre comunicação da ciência, tais como entendimento da pesquisa, levantamento de termos específicos, entre outros, foi apontado que se tenta fazer o texto, o mais leve possível para tornar mais atraente ao leitor, usando textos literários, por exemplo, ou ainda tentando colocar a matéria em um contexto do dia-a-dia para que o cidadão consiga se colocar naquela pesquisa e ter uma maior afinidade com a ciência.

Para finalizar, o último objetivo seria indicar os critérios necessários para um plano de comunicação pública com vistas a trabalhar a divulgação da ciência na instituição. Alguns critérios indicados seriam uma melhor relação com os pesquisadores da Universidade; melhoria nos fluxos e processos da comunicação na organização criando canais diretos de comunicação com os pesquisadores através de softwares, por exemplo, desenvolvidos para esse fim; além de ser imprescindível a elaboração, implantação e execução de um plano de comunicação que realmente funcione e estabeleça melhores relações entre comunicadores e pesquisadores. Ainda é sugerido, que fossem implantados fluxos como o exemplo abaixo,

para se ter um padrão a ser seguido, quando forem realizar algum tipo de comunicação científica. Dessa forma, se propõem:

Figura 7 Fluxograma sugestão da autora de processo de comunicação na UFU



Fonte: elaboração própria com base nas entrevistas

Seguindo esse fluxo de processos e informações, se tornaria mais fácil controlar os passos de uma matéria com vistas à divulgação científica, além de facilitar a organização,

podendo dividir cada processo para funcionários diferentes, além de se criar uma maior qualidade nos processos de criação de matérias científicas. Após a utilização desse fluxo e no decorrer do tempo, ele poderia ser alterado e/ou aperfeiçoado para ir atender as demandas da universidade.

Organizando os fluxos e processos de comunicação e das formas de gerar comunicação, seria o caminho para iniciar mudanças com o intuito de profissionalizar, melhorar e trazer qualidade a comunicação da Universidade Federal de Uberlândia e viabilizar uma efetiva Comunicação Pública da Ciência que dialogasse com a sociedade em geral.

## 7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após a realização das pesquisas bibliográfica e de campo e das análises acerca da comunicação na Universidade Federal de Uberlândia, é possível chegar a algumas conclusões sobre a comunicação pública da ciência na UFU.

O processo de comunicação pública da ciência na Universidade Federal de Uberlândia é ainda feito de forma incipiente e frágil, faltando processos mais adequados com maior qualidade e, em decorrência dos problemas relacionados a fluxo de comunicação que existem na universidade, os jornalistas encontram muitas dificuldades para fazer esse tipo de comunicação, visto que a maioria dos pesquisadores da UFU não dão importância à comunicação.

Infelizmente, o que se constatou através dessa pesquisa é que a comunicação, mais especificamente, a comunicação pública da ciência, não possui tanta importância e um papel de destaque dentro da Instituição, tanto que não está relacionada no plano de gestão da administração superior, falta organização e a instituição ainda não possui um plano de comunicação ou um planejamento que oriente a comunicação e os seus processos na UFU.

Além disso, pode afirmar-se que a comunicação pública da ciência não está sendo feita da forma como a bibliografia e especialistas propõem, pois a Universidade e as pessoas envolvidas nos processos de comunicação não possuem sequer a noção do que seria a comunicação pública e muito menos sobre a comunicação pública da ciência, visto que aparentemente, é feita uma comunicação organizacional na universidade.

Algumas propostas para a efetivação de uma verdadeira comunicação pública da ciência na UFU seriam:

- ✓ Diagnóstico em toda a universidade sobre a comunicação pública da ciência com o objetivo de encontrar onde estão as fragilidades da comunicação na universidade, com o intuito de resolvê-las, para fortalecer a comunicação e melhorar esses pontos que apresentam problemas na Universidade.
- ✓ Criar processos com o intuito de desenvolver a comunicação em todos os departamentos da Universidade, com a intenção de melhorar os fluxos entre os departamentos, além de minimizar a cultura da falta de comunicação entre setores da instituição.
- ✓ Elaborar um planejamento de comunicação para que se tenha uma gestão na instituição e, assim, consiga-se implantar uma comunicação que se trabalhada conforme o

planejamento conseguirá produzir uma comunicação bem sucedida, podendo ser tornar uma estratégia para alcançar bons resultados.

✓ Profissionalizar a comunicação na Universidade para que ocorra como deve: com transparência, sem ruídos, sem política envolvida, com o principal objetivo que a comunicação tem de informar o público àquilo que têm o direito de saber. Dessa forma, para que a comunicação ocorra com o intuito de informar a comunidade acadêmica e os cidadãos da melhor forma possível sobre o que está sendo feito e/ou pesquisado na Universidade Federal de Uberlândia.

Uma proposta para continuação dessa pesquisa seria fazer um diagnóstico mais aprofundado em torno da comunicação pública da ciência na Universidade Federal de Uberlândia, ouvindo também os pesquisadores e desenvolver um plano de comunicação para a UFU, com vistas à comunicação pública da ciência.

## REFERÊNCIAS

ABRAÃO, Pauliane Lisboa. *Políticas Públicas e diversidade sociocultural*. **Rev. Bras. De Políticas Públicas**, Brasília, v.1, n.3, p. 1-20, dez. 2011.

ARAUJO, C. R. R. et al. *Comunicação pública e política*. In: KUNSCH, Margarida Maria Krohling. (Org.). **Gestão estratégica em comunicação organizacional e relações públicas**. 1 ed. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2008, v. 1, p. 31-45.

BAPTISTA, Ana Margarida Mesquita Martins dos, et al. **Plano de comunicação interna para a Sonae Sierra**. Dissertação de Mestrado. Instituto Universitário de Lisboa, 2010.

BARBOSA, Henrianne et al. *Comunicação e consultas públicas online em Ciência e Tecnologia. Redes.Com* n°7, 2012.

BERNARDES, Cristiane Brum. *O conceito de jornalismo público nos veículos da Câmara dos Deputados*. **RevistaPJ:Br**, São Paulo, v. 10, p. 10, 2008.

BRANCHI, Aline Zeller. **O uso do fluxograma analisador na compreensão dos processos comunicativos em um serviço de APS**. Projeto de Pesquisa. Curso de especialização em informação científica e tecnológica em saúde, Porto Alegre, 2010.

BRANDÃO, Elizabeth Pazito. **Usos e Significados do Conceito Comunicação Pública**. CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 29, 2006, Brasília. Intercom, 2006. 1 v. Disponível em:  
<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/38942022201012711408495905478367291786.pdf>. Acesso em: 10 out. 2014.

BUCCI, Maria Paula Dallari. **Direito administrativo e políticas públicas**. São Paulo: Saraiva, 2002.

CALDAS, Graça. *Divulgação Científica e Relações de Poder*. **Inf.**, Londrina, v. 15, n. esp, p.31-42, 2010

CAMARGO, Suelen Fernanda de; RODELLA, Cibele Abdo. *Comunicação pública como diretriz para assessorias de imprensa das câmaras de vereadores em cidades de pequeno porte: uma proposta de trabalho*. **Identidade Científica**, Presidente Prudente-SP, v. 1, n. 2, p. 213-227, jul./dez. 2010.

CANELA, Guilherme. *A cobertura jornalística das políticas públicas sociais: elementos para debate*. In: **Políticas Públicas sociais e os desafios para o jornalismo**. ANDI, 2010.

CASTILHO, Alessandra de; MIAN, MariellaBatarra. **A Comunicação Pública à Caminho da Democracia: Análise da implantação da Lei de Acesso à Informação na Universidade Federal do ABC**. CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 36., 2013, Manaus: Intercom, 2013 1 v. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/navegacaoDetalhe.php?id=54223>

CARVALHO, Anabela. *Política, cidadania e comunicação ‘crítica’ da ciência*. **Comunicação e Sociedade**, 1 Vol. 6, 2004.

CARVALHO, A. e CABECINHAS, R. (2004) *Comunicação da ciência: perspectivas e desafios. Comunicação e Sociedade*.6, pp. 5-10, Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho, Braga e Campo das Letras, Porto

CASTRO, Maria Helena Guimarães. *Políticas Públicas: conceitos e conexões com a realidade brasileira*. In: **Políticas Públicas sociais e os desafios para o jornalismo**. ANDI, p. 66-80, 2010.

CASTRO, Regina C. Figueiredo. *Impacto da Internet no fluxo da comunicação científica em saúde*. **Rev Saúde Pública**, v. 40, n. Esp, 2006.

CHINELATO FILHO, João. **Arte de organizar para informatizar**. Rio de Janeiro: LTC, 1993.

CORREA, Roberto. **Planejamento de propaganda**. 9 ed. São Paulo: Global, 2004.

COSTA, Sely M.S. **O novo papel das tecnologias digitais na comunicação científica**. CID/UnB, 2012.

COSTA, Antonio Roberto Faustino da et al. *Modelos de comunicação pública da ciência: agenda para um debate teórico-prático. Conexão – Comunicação e Cultura*, UCS, Caxias do Sul, v. 9, n. 18, jul./dez. 2010.

CUNH, Bruno Santos. *Direitos fundamentais: da constituição às políticas públicas*. **Rev. Bras. De Políticas Públicas**, Brasília, v.1, n.1, p. 65-82, jan./jun. 2011.

DALFOVO, Michael Samir. NUNCIO, Christiane Tereza. *Plano de comunicação para posicionamento da marca Bella Janela Indústria de Cortinas Ltda*. **Revista Interdisciplinar Científica Aplicada**, Blumenau, v.3, n.4, p.258-282, Sem II, 2009.

DE ANDRADE, Gabriela Exupery Virga et al. **Análise da aplicação conjunta das técnicas sipoc, fluxograma e fta em uma empresa de médio porte**. XXXII Encontro Nacional de Engenharia de Produção Desenvolvimento Sustentável e Responsabilidade Social: As Contribuições da Engenharia de Produção Bento Gonçalves, RS, 2012.

DE CASTRO, S. R. R., e FAGUNDES, E. J. *Proposta de roteiro para implantação de políticas de comunicação nas universidades públicas brasileira*. **Revista Científica do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Maranhão - UFMA**, 2012.

DE MESQUITA, Wákila Nieble Rodrigues. **Políticas de acesso à informação: a Transparência Ativa nos sites dos Institutos Federais de Educação Ciência e Tecnologia**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste – Águas Claras – DF, 2014.

DE OLIVEIRA, Diego et al. *Planejamento estratégico de comunicação empresarial: estudo de caso da galeria de arte Myralda*. **Revista Expressão**, n. 05, p. 20 Páginas, 2014.

DE SOUZA, Marconi Brasil Soares; RODRIGUES, Adriano Almeida. *O processo de comunicação no projeto Profisco/RN*. **Revista de Gestão e Projetos-GeP**, v. 3, n. 3, p. 88-108, 2012.

DUARTE, Jorge (org). **Comunicação Pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público**. 2. Ed. São Paulo: Atlas, 2009.

DYE, Thomas D. **Understanding Public Policy**. Englewood Cliffs, N.J.: PrenticeHall. 1984.

FERNANDES, Joana Lobo. *Perspectivas sobre os discursos da divulgação da ciência*. **Exedra**, número especial, 2011.

FRANCO, Melina Paixão. **Comunicação Pública da ciência**: releases e reportagens sobre a UFU no Correio de Uberlândia. 2013. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social: habilitação em Jornalismo) – Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2013.

FONSECA, Ana. *A evolução histórica das políticas sociais no Brasil*. In: **Políticas Públicas sociais e os desafios para o jornalismo**. ANDI, p. 94-103, 2010.

GIL, Patricia Guimarães. **A comunicação pública no desenvolvimento do turismo regional: uma questão de direitos e oportunidades de deliberação**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2013.

\_\_\_\_\_ ; MATOS, Heloiza. *Quem é o cidadão na Comunicação Pública?* Uma retrospectiva sobre a forma de interpelação da sociedade pelo Estado em campanhas de saúde. In **Comunicação Pública: interlocuções, interlocutores e perspectivas**. Heloiza Matos (org). São Paulo: ECA/USP, 2013.

GOMES, Pedro G. **Comunicação Social**: filosofia, ética, política. São Leopoldo: Ed. Unisinos, 1997.

GOMES, Maria E.; BARBOSA, Eduardo F. **A Técnica de Grupos Focais para obtenção de dados qualitativos**. 1999.

GRANATO, Mariany Schievano. **Comunicação pública e políticas públicas: análise do portal eletrônico da Secretaria dos Direitos da Pessoa com Deficiência do Estado de São Paulo**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2013.

KNELLER, G. F. **A ciência como atividade humana**. Rio de Janeiro: Zahar, Edusp, 1980.

KOÇOUSKI, Marina. *Comunicação Pública: Construindo um Conceito*. In **Comunicação Pública: interlocuções, interlocutores e perspectivas**. Heloiza Matos (org). São Paulo: ECA/USP, 2013.

KUNSCH, Margarida M. Krohling. *Comunicação pública: direitos de cidadania, fundamentos e práticas*. In **Comunicação Pública: interlocuções, interlocutores e perspectivas**. Heloiza Matos (org). São Paulo: ECA/USP, 2013. 288p.

- LIEDTKE, Paulo Fernando. *Políticas públicas de comunicação e o controle da mídia no Brasil*. Revista Eletrônica dos Pós-Graduandos em Sociologia Política da UFSC. Vol. 1 nº 1 (1), agosto-dezembro/2003, p. 39-69.
- LIMA, L., CALDAS, M. **Comunicação Pública da Ciência e a FAPESP**, 2011.
- LIMEIRA, Tânia M. Vidigal. **Comportamento do consumidor brasileiro**. São Paulo: Saraiva, 2006.
- LOPES, Brenner; AMARAL, JeffersonNey; CALDAS, Ricardo Wahrendorff. **PolíticasPúblicas: conceitos e práticas**. Belo Horizonte : Sebrae/MG, 2008. 48 p.
- LUPETTI, Marcélia. **Gestão estratégica da comunicação mercadológica**. São Paulo: Thomson Learning, 2007.
- LYNNLynn, L. E. **Designing Public Policy: A Casebook on the Role of Policy Analysis**. Santa Monica, Calif.: Goodyear. 1980
- MAINIERI, Tiago; RIBEIRO, Eva Márcia Arantes Ostrosky. *A comunicação pública como processo para o exercício da cidadania: o papel das mídias sociais na sociedade democrática*. ORGANICOM, ano 8, número 14, 2011.
- MANCINI, Paolo. **Manuale di comunicazione pubblica** (1996/2002). 5 ed. Roma-Bari: Laterza, 2008
- MARANDINO, Martha *et al.* **A educação não formal e a divulgação científica: o que pensa, quem faz?** IV Encontro Nacional de Pesquisa em Educação em Ciências, 2012.
- MASSARANI, Luisa. *Comunicação da ciência e apropriação social da ciência: algumas reflexões sobre o caso do Brasil*. Uni-pluri/versidad, Vol. 12, N.º 3, 2012.
- MATOS, Heloiza. **Comunicação pública, democracia e cidadania: o caso do legislativo**. XXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares – INTERCOM, 1999.
- MATOS, Heloiza. **A Comunicação Pública no Brasil e na França: desafios conceituais**. CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. Vol. 32 – INTERCOM, 2009.
- MEAD, L. M. **PublicPolicy**: Vision, Potential, Limits, PolicyCurrents, Fevereiro: 1-4. 1995.
- MENDES, Isabel Amélia Costa; PALUCCI, Maria Helena. *As novas exigências da comunicação científica na era do Conhecimento*. Rev Latino-amEnfermagem, 2002.
- MONTEIRO, Maria da Graça Miranda de França. *O Cientista, a Imprensa e a Comunicação Pública da Ciência*. UNIrevista - Vol. 1, nº 3: julho 2006.
- MUELLER, Suzana Pinheiro Machado. *A comunicação científica e o movimento de acesso livre ao conhecimento*. Ci. Inf., Brasília, v. 35, n. 2, p. 27-38, maio/ago. 2006.

NOBRE, Guilherme Frágua. *Comunicação Política e tecnologia linguística*. In **Comunicação Pública: interlocuções, interlocutores e perspectivas**. Heloiza Matos (org). São Paulo: ECA/USP, 2013.

OLIVEIRA, Djalma de P.R. de. **Planejamento Estratégico**: conceitos, metodologia e práticas. 14. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

\_\_\_\_\_, D. P. R. **Sistemas, Organização e Métodos**: uma abordagem gerencial. 18. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

\_\_\_\_\_, M. J. da C. **Comunicação Pública**: Um novo conceito ou (apenas) mais um rótulo? 7º Congresso Brasileiro de Comunicação no Serviço Público, 2007.

\_\_\_\_\_. *Comunicação organizacional e comunicação pública: interações, convergências e conflitos em ações voltadas à saúde pública*. In **Comunicação Pública: interlocuções, interlocutores e perspectivas**. Heloiza Matos (org). São Paulo: ECA/USP, 2013.

PETERS, B. G. **American Public Policy**. Chatham, N.J.: Chatham House. 1986.

PIMENTA, M. A. **Comunicação Empresarial**. 5 ed. São Paulo: Alínea, 2008.

PINHEIRO, Liliane Vieira; SAVI, Maria Gorete Monteguti. **O fluxo de informação na comunicação científica**: enfoque nos canais formais e informais. Universidade Federal de Santa Catarina, 2002.

PRIBERAM. **Dicionário de Língua Portuguesa**. Disponível em: <[www.priberam.pt/DLPO/](http://www.priberam.pt/DLPO/)>. Acesso em 20 de dez. de 2014.

RAMALHO, Marina et al. **Ciência em Telejornais: Uma Proposta de Ferramenta para Análise de Conteúdo de Notícias Científicas**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2013.

RAMOS, Murilo César. Comunicação, direitos sociais e políticas públicas. **Direitos à Comunicação na sociedade da informação**. São. São Bernardo do Campo, SP: Umesp, p. 245-253, 2005.

RIBEIRO, Bianca Zanella. **Comunicação na Universidade**. Uberlândia: UFU, 2014. (Comunicação Oral).

ROCHA, Luiz Oswaldo Leal. **Organização e métodos: uma abordagem prática**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 1980.

ROGLIO, K. D. **Aperfeiçoamento de processos: uma oportunidade para desenvolvimento da aprendizagem em equipe**. In: Encontro Nacional de Engenharia de Produção – ENEGP, Salvador – BA, 2011.

RUA, Maria das Graças; ROMANINI, Roberta. **Para aprender políticas públicas**. Unidade IV - Tipologia e Tipos de políticas públicas. 2014. Disponível em:<[http://igepp.com.br/uploads/ebook/para\\_aprender\\_politicas\\_publicas\\_-unidade\\_04.pdf](http://igepp.com.br/uploads/ebook/para_aprender_politicas_publicas_-unidade_04.pdf)>, acessado em 10 de janeiro de 2014.

SEABRA, Diana Filipa dos Santos. **O envolvimento dos jovens em conteúdos de ciência online**. 2012.

SITE COMUNICA UFU. Disponível em <http://www.comunica.ufu.br/> Acessado em 15 de junho de 2014.

SOUZA, Celina. *Políticas Públicas: Questões Temáticas e de Pesquisa*. **Sociologias**, Porto Alegre, ano 8, nº 16, jul/dez 2006, p. 20-45.

SPINATO, P. **A importância do Fluxo de Informações**. Disponível em:<[www.administradores.com.br](http://www.administradores.com.br)>, acesso em 22 jun. 2014.

TAVARES, Mauricio. **Comunicação Empresarial e planos de comunicação: integrando teoria e prática**. 3ª Ed. São Paulo: Atlas, 2010.

TORQUATO, Gaudêncio. **Tratado de comunicação organizacional e política**. 2ª Ed. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

UFU. CONSELHO UNIVERSITÁRIO. Procede à revisão do Plano Institucional de Desenvolvimento e Expansão (PIDE) da Universidade Federal de Uberlândia, e dá outras providências. Resolução nº 08/2014. Uberlândia, 21 de fevereiro de 2014.

UFU. ESTATUTO UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA, 1998. Disponível em [http://www0.ufu.br/documentos/legislacao/Estatuto\\_da\\_UFU.pdf](http://www0.ufu.br/documentos/legislacao/Estatuto_da_UFU.pdf), acessado em 05 de ago. de 2014.

UFU. REGIMENTO INTERNO DA OUVIDORIA, 2008. Disponível em <http://www.portal.ouvidoria.ufu.br/sites/ouvidoria.ufu.br/files/Resolucao-30-2008-Conselho-Universitario.pdf>, acessado em 05 de ago. de 2014.

UFU. REGIMENTO GERAL, 1999. Disponível em [http://www.transparencia.ufu.br/sites/transparencia.ufu.br/files/Regimento\\_Geral\\_da\\_UFU.pdf](http://www.transparencia.ufu.br/sites/transparencia.ufu.br/files/Regimento_Geral_da_UFU.pdf). Acessado em 05 de ago. de 2014.

VANZINI, Kátia Viviane da Silva. **Políticas Nacionais de Comunicação do Poder Judiciário sob a ótica das Competências ou Modos de Comunicação Pública de Pierre Zémor**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2013.

ZÉMOR, Pierre. **La Communication Publique**. PUF, Col. Que sais-je? Paris, 1995, tradução resumida do livro da Prof. Dra. Elizabeth Brandão.

## ANEXO A – FOLDER DIRCO LANÇADO EM 2013



## APRESENTAÇÃO

A Diretoria de Comunicação Social da Universidade Federal de Uberlândia (DIRCO/UFU) é um órgão suplementar vinculado à Reitoria, cuja finalidade precípua é a de estabelecer laços com a comunidade acadêmica e com a sociedade na qual se encontra inserida. Esses vínculos se efetivam por meio da divulgação dos atos e ações administrativas, bem como ao tornar pública a produção do conhecimento científico, suas atividades de ensino e extensão.

Assim, pesquisas, eventos, projetos e programas sociais e de caráter cultural devem ser compartilhados pelos meios de comunicação – rádio, TV, jornal e *site* – tanto com o público institucional, quanto com a imprensa e mídia local, regional e nacional.

Para tanto, faz-se necessário alimentar e manter uma rede não só de informação, mas, sobretudo, de interação entre as instâncias públicas e aquelas de caráter político social que tangenciam os valores éticos e democráticos e o desenvolvimento sustentável.

Essa política se viabiliza por meio da convergência de interesses recíprocos entre a DIRCO e a Fundação Rádio e Televisão Educativa de Uberlândia (RTU). Essa Fundação, de caráter privado, se consubstancia na produção e veiculação de programas de rádio e televisão educativas, com o objetivo de contribuir para a melhoria da educação e cultura (Art. 4º Estatuto RTU).

Os interesses conexos entre DIRCO e RTU se tornam concretos à medida em que se estabelece a inter-relação com a UFU no que diz respeito a:

- Divulgação de eventos de interesse desta instituição, da cidade e da região;
- Proporcionar estágios práticos para discentes UFU e demais IES;
- Dar suporte a projetos de pesquisa, ensino, extensão e de desenvolvimento institucional, científico e tecnológico de interesse da UFU e, primordialmente, à inovação, criando condições mais profícias ao estabelecimento de relações com o ambiente externo (Parágrafo Único – Art. 4º - Estatuto da RTU).

Portanto, a comunicação organizacional integrada, desenvolvida pela DIRCO em parceria com a RTU, é determinante para a divulgação do conhecimento produzido pela Universidade a seus públicos diversos, o que fortalece a imagem institucional

\*Somente serão produzidos pela RTU se houver previsão de recursos financeiros para este fim nos respectivos proje

\*\*Realização RTU.

da UFU, ao tornar a informação qualificada acessível, de forma transparente, como estabelecem os princípios da comunicação pública.

### **Atribuições da DIRCO**

- Administrar e coordenar as áreas:
  - Imprensa;
  - Relações Públicas;
  - Marketing;
- Assessorar gestores com os planos de divulgação, projetos e ações institucionais;
- Promover a imagem institucional;
- Divulgar notícias e informações sobre as atividades diversas da instituição.
- Produção de releases segmentados;
- *Media Training*;
- Relacionamento com a mídia, fontes e públicos estratégicos externos à UFU;
- Consultoria em gerenciamento de crise;
- Cobertura jornalística de eventos institucionais:
  - divulgação interna e externa;
  - produção de matérias e notícias;
  - cobertura fotográfica;
  - assessoria de imprensa à mídia local, regional e nacional;
  - promover campanhas institucionais;
  - cobrir o calendário (*online*) anual de eventos.
- Produção de vídeos\*.

### **Veículos e meios de comunicação**

- Portal da UFU (*online*);
- Página da DIRCO (*online*);
- Jornal da UFU (mensal);
- Boletins de Portarias (*online*);
- Núcleo de produção audiovisual: vídeo-aulas, institucionais, VTs, produção de

- programas, entre outros\*\*;
- Agência UFU de notícias (*online*);
- Rádio Universitária 107,5;
- TV Universitária 24 horas (programação composta por produção local e retransmissão de programas da rede pública de televisão: TV Brasil e Rede Minas);
- Captação e operacionalização de projetos de incentivo/cultura\*\*.

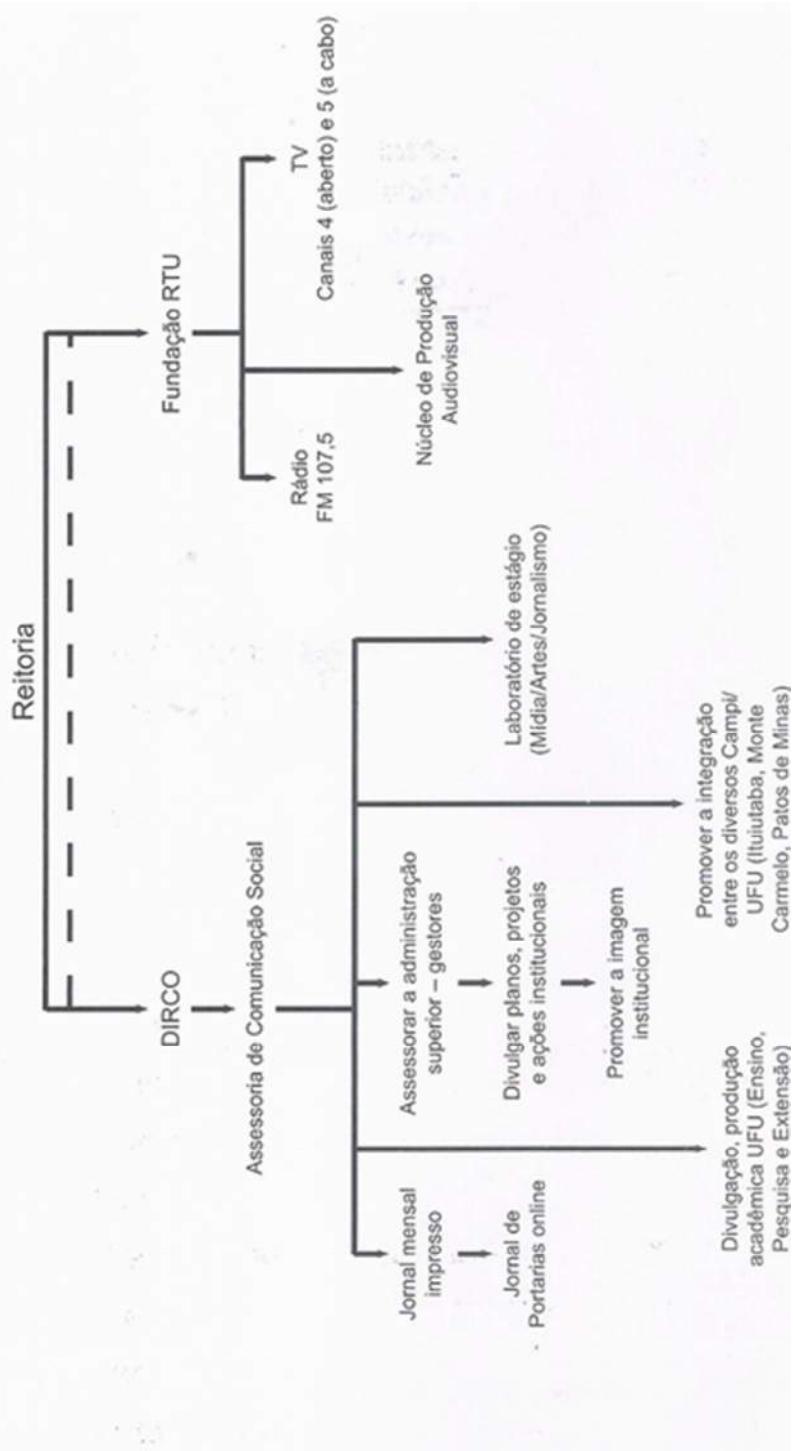
### **Metas previstas**

- Criação de um Conselho de Políticas de Comunicação Social;
- Reformulação do Portal da UFU;
- Clipping* impresso e eletrônico – análise e controle de resultados;
- Banco de dados sobre atividades de ensino, pesquisa, extensão e cultura;
- Guia de fontes/dados institucionais – UFU;
- Manual de redação;
- Mailing (mala direta de e-mails e dados);
- Definições de públicos-alvo UFU;
- Elaboração de projetos em convênio com órgãos institucionais para captação de recursos, objetivando realizar programas, campanhas, entre outros;
- Aproximação com as diversas instâncias acadêmicas, com vistas a dinamizar nossa programação com projetos de cunho político/social;
- Centro de documentação (imagens e filmes);
- Aplicativo para dispositivo móvel.

### **Não são atribuições da Dirco**

- Correção/revisão ortográfica (copydesk);
- Elaboração e diagramação de cartazes, folders, peças publicitárias;
- Produção de filmes e videodocumentários\*;
- Gravação de eventos acadêmicos na íntegra;
- Distribuição de cartazes, folders;
- Organização e apresentação de eventos.

Dessa forma, nossas atividades assim se apresentam:



**Diretoria de Comunicação Social  
(DIRCO)**

Bloco 1S, campus Santa Mônica  
[www.dirco.ufu.br](http://www.dirco.ufu.br)  
[secretaria@dirco.ufu.br](mailto:secretaria@dirco.ufu.br)  
[jornalismo@dirco.ufu.br](mailto:jornalismo@dirco.ufu.br)  
[facebook.com/comunicacaoufu](http://facebook.com/comunicacaoufu)  
[twitter.com/ufucomunicacao](http://twitter.com/ufucomunicacao)

**Telefones:**

(34) 3239-4349 - Diretoria  
 (34) 3239-4352 - Secretaria  
 (34) 3239-4350 - Assessoria

**Direção da DIRCO**  
 Maria Clara Tomaz Machado

**Coordenação de áreas**  
 Cairo Mohamad Ibrahim Katrib  
 Fabiano de Moura Goulart  
 Jorge Sebastião da Silva

**Secretaria geral**  
 Adelmo Gonçalves Dutra

**Divulgação de eventos e notícias:**  
[www.dirco.ufu.br/divulgacao](http://www.dirco.ufu.br/divulgacao)

**Fundação Rádio e TV Educativa de  
Uberlândia (RTU)**

Bloco 1S, campus Santa Mônica  
[www.rtu.ufu.br](http://www.rtu.ufu.br)  
[facebook.com/tvu.ufu](http://facebook.com/tvu.ufu)  
[www.universitariafm.ufu.br](http://www.universitariafm.ufu.br)  
[facebook.com/universitariafmuberlania](http://facebook.com/universitariafmuberlania)  
[www.programatrocandoemmiudos.com.br](http://www.programatrocandoemmiudos.com.br)

**Telefones:**

Rádio FM: (34) 3239-4345  
 TVU: (34) 3239-4342/3239-4343

**Direção da Fundação RTU**  
 João Batista do Amaral

**Universidade Federal de Uberlândia -Av.**  
 João Naves de Ávila, nº 2121, Bairro  
 Santa Mônica - CEP 38.408-144



## ANEXO B – FOLDER DIRCO LANÇADO EM 2014



## APRESENTAÇÃO

A Diretoria de Comunicação Social (Dirco) da Universidade Federal de Uberlândia (UFU) é um órgão administrativo vinculado à Reitoria, cuja finalidade precípua é a de estabelecer laços com a comunidade acadêmica e com a sociedade na qual se encontra inserida. Esses vínculos se efetivam por meio da divulgação das ações administrativas e de suas atividades de ensino e extensão, ao tornar pública a produção do conhecimento científico.

Assim, os resultados de pesquisas, eventos, projetos e programas sociais e de caráter cultural devem ser compartilhados por nossos meios de comunicação – rádio, TV, jornal e site – tanto com o público institucional quanto com as mídias local, regional e nacional.

Para tanto, faz-se necessário alimentar e manter uma rede não só de informação, mas, sobretudo, de interação entre as instâncias públicas e aquelas de caráter político-social perpassadas por valores éticos e democráticos e o desenvolvimento sustentável.

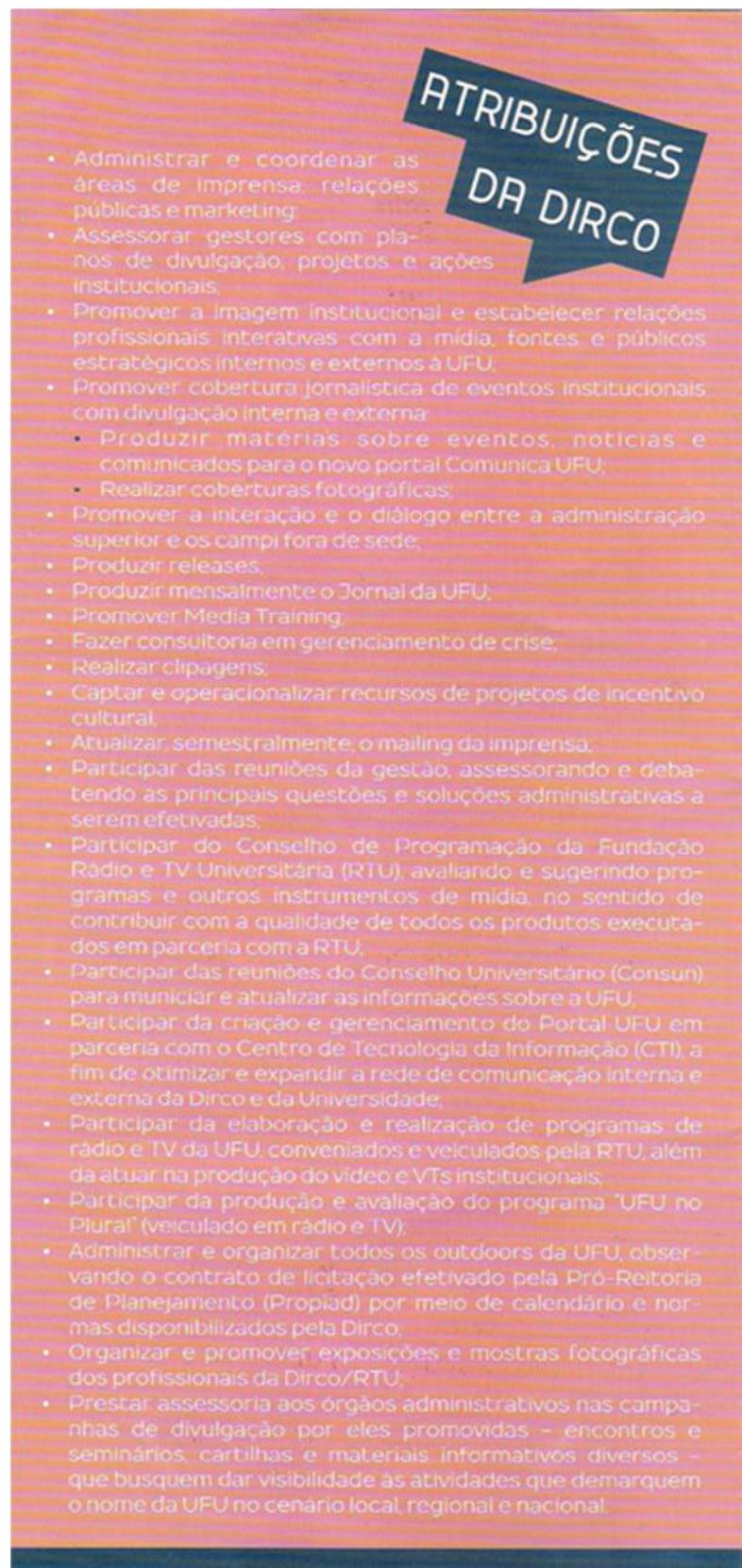
Essa política se viabiliza por meio da convergência de interesses recíprocos entre a Dirco e a Fundação Rádio e Televisão Educativa de Uberlândia (RTU). Essa fundação, de caráter privado, consubstancia-se na produção e veiculação de programas de rádio e televisão educativos, com o objetivo de fomentar a educação e a cultura (Art. 4º Estatuto RTU).

Os interesses conexos entre Dirco e RTU se tornam concretos à medida que se estabelece a inter-relação com a UFU no que diz respeito a:

- Divulgar eventos de interesse desta instituição, da cidade e da região;
- Proporcionar estágios para discentes da UFU e de demais Instituições de Ensino Superior (IES);
- Dar suporte a projetos de pesquisa, ensino, extensão e de desenvolvimento institucional, científico e tecnológico de interesse da UFU e, primordialmente, à inovação, criando condições mais profícias para o estabelecimento de relações com o ambiente externo (Parágrafo Único - Art. 4º - Estatuto da RTU).

Portanto, a comunicação organizacional integrada, desenvolvida pela Dirco em parceria com a RTU, é determinante para a divulgação do conhecimento produzido pela universidade a seus públicos diversos. A imagem institucional da UFU é fortalecida por meio da informação qualificada, acessível, de forma transparente, como estabelecem os princípios da comunicação pública.

A Dirco respeita os Códigos de Ética Profissional e do Servidor Público Civil, a Declaração Universal dos Direitos Humanos, a Constituição e as regras do jornalismo na condução de suas ações. Adota os valores próprios ao serviço público: legalidade, imparcialidade, moralidade, eficiência e publicidade.



## METAS PREVISTAS

- Reformular o Portal da UFU;
- Aproximar-se das diversas instâncias acadêmicas, com vistas a dinamizar nossa programação com projetos de cunho político/social;
- Elaborar projetos, em parceria com a RTU e órgãos institucionais, tais como o Ministério da Educação e o das Comunicações, no sentido de trazer inovações tecnológicas necessárias a Dirco;
- Organizar e manter o projeto Web TV da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), disponibilizando TVs pelos principais pontos de fluxo da UFU;
- Organizar e promover cursos de capacitação na área de comunicação social para os diversos setores das pró-reitorias e órgãos administrativos;
- Elaborar guia de fontes e organizar banco de imagens e de dados institucionais;
- Utilizar meios alternativos para divulgação das notícias;
- Estabelecer calendário de visitas aos campi da UFU, sendo que cada jornalista da Dirco é responsável por um determinado campus. Este jornalista deve, conforme critérios da assessoria, divulgar informações dos cursos e ações ocorridas fora de sede, estreitando o relacionamento de todos com a diretoria e, consequentemente, com toda a comunidade acadêmica;
- Apoiar o CTI nos serviços que a UFU selecionar por meio da Rede Nacional de Ensino e Pesquisa (RNT) ligada ao Ministério da Educação (MEC) e ao Ministério das Comunicações (videoaulas, videoconferências, periódicos da Capes etc.);
- Apoiar o projeto Financiar – sistema de busca, via web, que disponibiliza informações sobre fontes financeiras para projetos de Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação (PD&I) para pesquisadores, professores, gestores e empresários – da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais (Fapemig) proposto pela Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação (PROPP);
- Proporcionar estágios para alunos da UFU e demais instituições de ensino, mantendo, inclusive, o convênio entre o curso de Comunicação Social: habilitação em Jornalismo da universidade, a Dirco e a RTU;
- Criar um conselho de comunicação social com representação dos setores de TV e rádio da RTU para discutir e planejar o regimento do setor;
- Acompanhar a implantação do projeto Ginga e das torres de retransmissão da TV e rádio nos campi avançados (Pontal, Monte Carmelo e Patos de Minas);
- Adquirir painéis de LED para divulgar eventos institucionais;
- Fazer-se representar frente a todos os outros órgãos administrativos, estabelecendo parcerias institucionais;

## DIRCO

Bloco IS, Campus Santa Mônica

[www.comunica.ufu.br](http://www.comunica.ufu.br)

[secretaria@dirco.ufu.br](mailto:secretaria@dirco.ufu.br)

[jornalismo@dirco.ufu.br](mailto:jornalismo@dirco.ufu.br)

[facebook.com/comunicacaoufu](http://facebook.com/comunicacaoufu)

[twitter.com/ufucomunicacao](http://twitter.com/ufucomunicacao)

Telefones:

(34) 3239-4349 - Diretoria

(34) 3239-4352 - Secretaria

(34) 3239-4350 - Assessoria

### Direção da Dirco

Maria Clara Tomaz Machado

### Coordenação de áreas

Cairo Mohamad Ibrahim Katrib

Fabiano de Moura Goulart

Jorge Sebastião da Silva

### Secretaria geral

Adelmo Gonçalves Dutra

### Divulgação de eventos e notícias

[www.dirco.ufu.br/divulgacao](http://www.dirco.ufu.br/divulgacao)

## RTU

Bloco IS, campus Santa Mônica

[www.rtu.ufu.br](http://www.rtu.ufu.br)

[facebook.com/tvu.ufu](http://facebook.com/tvu.ufu)

[www.universitariafm.ufu.br](http://www.universitariafm.ufu.br)

[facebook.com/universitariafmuberlandia](http://facebook.com/universitariafmuberlandia)

[www.programatrocandoemmiudos.com.br](http://www.programatrocandoemmiudos.com.br)

Telefones:

Rádio FM: (34) 3239-4345

TVU: (34) 3239-4342/3239-4343

### Direção da Fundação RTU

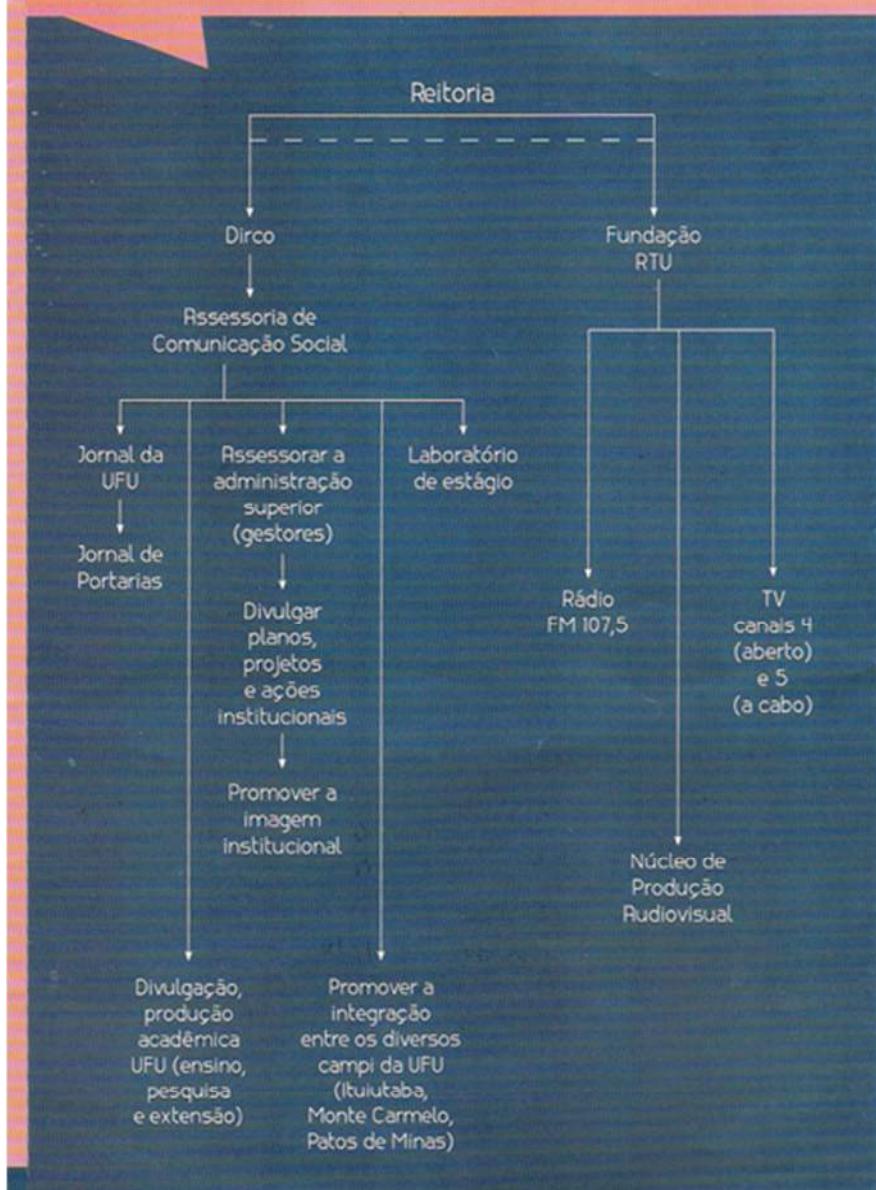
João Batista do Amaral



Universidade Federal de Uberlândia  
Av. João Naves de Ávila, nº 2121, Bairro Santa  
Mônica. CEP 38408-144. Uberlândia-MG

## VEÍCULOS E MEIOS DE COMUNICAÇÃO

- Portal de notícias Comunica UFU ([www.comunica.ufu.br](http://www.comunica.ufu.br)).
- Portal UFU ([www.ufu.br](http://www.ufu.br)).
- Facebook – Comunicação UFU.
- Jornal da UFU (mensal, impresso e online).
- Jornal de Portarias (online).
- Rádio Universitária FM 107,5.
- TV Universitária 24 horas (programação composta por produção local e retransmissão de programas da rede pública de televisão: TV Brasil e Rede Minas);
- Núcleo de produção audiovisual: videoaulas, vídeos institucionais, VTs, programas, entre outros.



## ANEXO C – RESOLUÇÃO 22/2014



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL  
MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA



RESOLUÇÃO N° 22/2014, DO CONSELHO UNIVERSITÁRIO

Aprova o Plano de Gestão 2013-2016 da Universidade Federal de Uberlândia.

O CONSELHO UNIVERSITÁRIO DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA, no uso das competências que lhe são conferidas pelo art. 12 do Estatuto, em reunião realizada aos 28 dias do mês de novembro do ano de 2014, tendo em vista a aprovação do Parecer nº 156/2013 de um de seus membros, e

CONSIDERANDO que o Reitor deve apresentar o seu Plano de Gestão, conforme estabelece o inciso IV, do art. 12 do Estatuto da Universidade;

CONSIDERANDO a relevância institucional do estabelecimento de uma gestão transparente e democrática, com planejamento de ações e proposição de diretrizes e políticas a serem adotadas nos próximos quatro anos de mandato da Reitoria; e ainda,

CONSIDERANDO a relevância das metas e propostas de execução constantes do Plano de Gestão para o quadriênio 2013-2016, as quais obtiveram o respaldo da comunidade universitária por meio de eleições democráticas,

### RESOLVE:

Art. 1º Aprovar o Plano de Gestão 2013-2016 para a Universidade Federal de Uberlândia, apresentado pelo Reitor, cujo inteiro teor se publica a seguir:

#### **"1 - Introdução**

A Universidade Federal de Uberlândia (UFU), como Fundação de direito público e parte integrante da administração indireta do Estado, é um lugar, por excelência, da construção, do desenvolvimento e da difusão do conhecimento, da cultura, das artes e da formação de pessoas, como elemento intrínseco da política educacional brasileira e da própria identidade nacional. A dimensão social e pública da UFU, que reconhecemos como o essencial de suas funções, exige, portanto, a confirmação de compromissos históricos com o ensino, a pesquisa e a extensão de qualidade, todos tratados a partir de um enfoque inovador e crítico, que confluí para uma formação holística, competente e ética.

A formação de profissionais qualificados, as descobertas científicas, a geração de inovações tecnológicas e a produção de novos conhecimentos são tarefas essenciais da Universidade e que não podem atender interesses fragmentados e particulares, situados em poucos setores da sociedade. As ações da Universidade, ao contrário, devem atender às prioridades de um amplo espectro de demandas sociais, incluindo desde o aumento da riqueza e a diminuição da concentração de renda, até a superação da dependência tecnológica, o controle social da violência, o manejo consciente e sustentável do meio ambiente, dentre tantos outros grandes objetivos, ao mesmo tempo em que se conquistam as condições essenciais da cidadania.

As peculiaridades da educação superior, na modalidade presencial e a distância, a educação básica e a educação profissional, todas aqui ofertadas em um mesmo ambiente acadêmico ampliam nossas experiências e nossa compreensão da realidade educacional, mas igualmente nos impõem muitos desafios com rebatimentos que se desdobram na pesquisa e na pós-graduação, exigindo uma permanente articulação no bojo dos grandes projetos nacionais. Para tanto, é de fundamental importância definir prioridades e motivar a participação da comunidade por meio de editais abertos e

1 de 18

Universidade Federal de Uberlândia – Avenida João Naves de Ávila, nº 2121, Bairro Santa Mônica – 38408-144 – Uberlândia – MG



públicos de estímulo e apoio ao desenvolvimento de ações estratégicas. Assim, distintamente do atendimento de balcão, sem critérios claros e definidos, a proposta do nosso planejamento é apoiar abertamente projetos e ações que visem ao aperfeiçoamento e integração das atividades fins e das experiências das pessoas, de modo a elevar o grau de comprometimento social da UFU com a comunidade em geral.

Para tanto, o Plano de Gestão teve uma preocupação particular com relação às atividades de extensão, cultura e assuntos estudantis, procurando desenvolvê-los à luz das diretrizes nacionais presentes na Política Nacional de Extensão, aprovada pelo XXXI Encontro Nacional de Extensão em maio de 2012; no Projeto de Lei do Plano Nacional de Educação; no Plano Nacional de Assistência ao Estudante (Decreto nº 7.234, de julho de 2010) e no Plano Nacional de Cultura (Lei nº 12.343, de dezembro de 2010).

Há que se destacar, também, a importância de nos situarmos dentro de um contexto e de um processo que está em curso, buscando valorizar ações de gestores que nos precederam, evitando rupturas bruscas, mas atuando no sentido de recuperar e de construir caminhos que nos levem a um estreitamento dos laços com a comunidade e com os movimentos sociais. Amplia-se, desta forma, as possibilidades de atuação da Universidade junto à sociedade, numa perspectiva transformadora, e criam-se as oportunidades de formação aos discentes numa linha que valoriza e aprofunda a indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão, mas que também aponta para o compromisso social.

Considerando que a atual estrutura da UFU é bastante diversificada e cada vez mais complexa por conta dos diversos projetos nela desenvolvidos, acrescida de uma notória expansão experimentada a partir de 2007 com a criação do *Campus* Portal na cidade de Ituiutaba e com a adesão, no ano de 2008, ao Plano Nacional de Reestruturação das Universidades Federais (REUNI), complementado a partir de 2010 com a criação dos campi de Monte Carmelo e Patos de Minas, a Universidade que estamos construindo deve basear suas atividades acadêmicas e administrativas em modelos de planejamento de conteúdo integrado e sistêmico.

Para atingir a eficácia desejada, nossa proposta é desenvolver procedimentos que integrem a Instituição por completo, ampliando e consolidando uma sistemática de planejamento global que inclua adoção de mecanismos de acompanhamento e controle da execução orçamentária, com a devida flexibilidade e transparência. Neste sentido, entende-se que a elaboração de um plano orçamentário amplo se faz necessário para dar consistência e visibilidade ao planejamento. Para tanto, é necessário não só dar início a um processo de planejamento no âmbito das Unidades Acadêmicas e Administrativas, com a devida antecedência, mas ainda conhecer melhor os custos indiretos dessas unidades. Isso, certamente, exige a reestruturação do organograma funcional da Instituição e a abrangência, no plano orçamentário, de estruturas que ainda não se constituem como unidades orçamentárias.

Com o intuito de promover um processo de planejamento estratégico para os anos subsequentes que envolva toda a Instituição, este Plano de Gestão foi concebido a partir de um amplo debate que, tendo sempre no horizonte as grandes metas e ações que constam do Plano Institucional de Desenvolvimento e Expansão (PIDE) em vigência, nos oriente para a incorporação dos planejamentos feitos pelas diversas Unidades que compõem a estrutura da UFU.

O desenvolvimento e a implantação de um sistema interativo que integre todos os níveis, acadêmicos e administrativos, naquilo que entendemos como um “sistema integrado de planejamento e gestão” exige considerável aporte de recursos em novas tecnologias da informação. A Tecnologia da Informação (TI) é uma realidade internacional e vem sendo implantada nas Universidades e no Governo Federal. Neste



sentido, precisamos estimular as competências que já temos para nos mantermos atualizados e, ainda, desenvolver domínios para o futuro.

Em qualquer nível de governança é sempre desafiador apontar caminhos e ações para o campo da TI. Para uma instituição de ensino superior que também desenvolve múltiplas ações de pesquisa e extensão, permeando todos os campos do conhecimento, este desafio torna-se maior, uma vez que ela também deve estar na fronteira desse conhecimento e ser propositora de novas tecnologias. Ao mesmo tempo, o nosso usuário, por mais simples que seja a sua atividade, faz uso constante de ferramentas e infraestrutura de TI que devem estar disponíveis em tempo integral e com desempenho adequado. O investimento em TI é sempre um recurso de alto valor agregado e, portanto, deve ser administrado para promover a melhoria de oportunidades de serviços, a simplificação do cotidiano administrativo da instituição e, assim, facilitar a execução de suas atividades fins.

O investimento em novas tecnologias e infraestruturas na Universidade não pode ocorrer sem a devida atenção às políticas inovadoras de recursos humanos que incentivem os servidores a assumirem um papel verdadeiramente ativo e crítico em suas formulações para o conjunto das ações institucionais. Investir nas pessoas e no tratamento das relações interpessoais constitui-se em pressuposto básico, uma vez que é no trabalho que as pessoas buscam sua identidade com sentido individual e social possibilitando, além do provimento à subsistência, a criação de significados para sua própria existência.

A compreensão do trabalho na vida das pessoas permitirá a percepção de motivações e visões, embasando o desenvolvimento de novas práticas de gestão de pessoas. Assim sendo, é necessário transformar o quadro da pura e simples submissão para se alcançar níveis de participação verdadeira nos processos a serem desenvolvidos. Portanto, o foco passa a ser a implementação de uma política de gestão de pessoas centrada no desenvolvimento humanizado dos ambientes de trabalho e no crescimento da Universidade, com total adesão aos princípios éticos e de respeito à liberdade e à diversidade.

Essa concepção deve ser orientadora de todo o trabalho de gestão, respeitando as pessoas e suas diversas inserções nos processos de trabalho. Assim, a política de recursos humanos aqui proposta encontra-se orientada por uma visão holística do "ser humano", buscando compreendê-lo em toda a sua complexidade. O desenvolvimento de relações fraternas será estimulado permanentemente no ambiente de trabalho, criando condições para a construção coletiva com base na liberdade de expressão, na solidariedade, no respeito às diferenças e no comprometimento com as finalidades da Universidade e do compromisso desta última com a sociedade brasileira.

Consideramos imperiosa a necessidade de administrar o crescimento físico da UFU pautado em projetos e ações economicamente viáveis, ecologicamente sustentáveis, socialmente justas e com garantia de acessibilidade. A tecnologia hoje disponível permite-nos trabalhar com um rol considerável de bens, técnicas e serviços ambientalmente amigáveis, voltados para a redução do impacto ambiental e social. Para incorporar o conceito de sustentabilidade no cotidiano da UFU, é preciso que tais técnicas, bens e serviços, sejam implantados num horizonte de curto a médio prazos, enquanto se aprofunda, ao mesmo tempo, o conceito de sustentabilidade.

Além disso, o Plano de Gestão visa garantir uma prestação de serviços com eficiência, qualidade e agilidade necessária ao bom funcionamento da Universidade, acompanhado de uma política permanente de supervisão e avaliação destes serviços. A gestão da Universidade deve ser balizada pela firme convicção de que a educação é um investimento social e um bem público e que os conhecimentos e saberes aqui produzidos constituem patrimônios sociais destinados a todos a sociedade.



A importância das Universidades Federais, enquanto objetos de gastos estratégicos do Estado, reside no enorme patrimônio público construído ao longo de muitas décadas, em termos de investimento, de capacitação e de qualificação de pessoal, cujo legado ainda compõe uma das mais importantes referências sociais, bem como tem seu imprescindível papel na construção de uma sociedade mais igualitária promovendo o acesso à riqueza social em sentido amplo. Sendo assim, a Universidade deve ser conduzida com os objetivos de cumprir um papel de destaque dentro dos marcos institucionais do Estado, de ajudar a reconstrução de um planejamento político do desenvolvimento nacional e de servir como instrumento da sociedade na construção de um país mais justo, social e economicamente mais desenvolvido.

A UFU, embora situada fora do eixo das principais capitais, possui cursos de graduação e de pós-graduação reconhecidos pelo Ministério da Educação (MEC) e pelas agências de fomento à pesquisa, governamentais e públicas, denotando sua importância no plano estadual e nacional. Contudo, pela qualidade dos serviços prestados, é preciso fortalecer estes cursos garantindo sua internacionalização tendo em conta o caráter estratégico da UFU, que se constitui na maior e mais importante instituição pública na macro-região do Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba, cuja esfera direta de ação cobre ainda uma extensa área do Centro-Oeste brasileiro. O fortalecimento desta posição e do papel da Universidade neste espaço social exige uma contínua interlocução com os poderes municipais, estaduais e federais, bem como uma presença constante nos grandes fóruns de debates locais, regionais e nacionais.

## 2 - Plano de ações para o fomento da graduação

### 2.1. Promover a consolidação dos *Campi Fora de Sede* e dos cursos de graduação envolvidos nos Projetos de Expansão da UFU:

I - desenvolver, em parceria com a Pró-Reitoria de Recursos Humanos (PROREH), estudos sobre as condições reais do quadro de docentes e de técnicos de apoio ao ensino e propor ações que contribuam para a superação de dificuldades e ou atendimento de necessidades;

II - desenvolver, em parceria com a Prefeitura Universitária (PREFE) e com a Pró-Reitoria de Planejamento e Administração (PROPLAD), estudos sobre as condições de infraestrutura dos laboratórios e das salas de aula e propor ações que contribuam para a superação de dificuldades e ou atendimento de necessidades de cada curso; e

III - apoiar projetos de criação de novos cursos técnicos e de graduação, especialmente em áreas inéditas na UFU.

### 2.2. Promover a permanência e a conclusão dos estudos dos discentes em regime de inclusão racial, com deficiência, com necessidades educativas especiais ou com dificuldades acadêmicas:

I - assegurar o debate e o encaminhamento de medidas institucionais para a incorporação de estudos sobre a história e a cultura afro-brasileira e indígena nos cursos de graduação, conforme estabelecem as Leis nºs 10.639/03 e 11.645/08;

II - desenvolver, em parceria com o Núcleo de Estudos Afrobrasileiros (NEAB), ações que visem à inclusão dos estudos étnico-raciais nos currículos da UFU e à superação de problemas relacionados à abordagem desse tema no espaço acadêmico;

III - promover, em parceria com o Centro de Ensino, Pesquisa, Extensão e Atendimento em Educação Especial (CEPAE) da Faculdade de Educação (FACED), seminários de interação entre a UFU e a comunidade externa sobre o tema da inclusão de alunos com deficiência ou com necessidades educacionais especiais;



IV - assegurar adaptações pedagógicas necessárias para a ampliação das possibilidades de aprendizagem e de aproveitamento dos estudos feitos por estudantes com deficiências;

V - desenvolver, em parceria com a PROREH, ações de capacitação de técnicos administrativos e de docentes para a realização do trabalho educacional junto a pessoas com deficiência;

VI - desenvolver, em parceria com a Pró-Reitoria de Extensão, Cultura e Assuntos Estudantis (PROEX) e com a sua Diretoria de Assuntos Estudantis (DIRES), ações e estratégias didáticas e administrativas para o amparo e acompanhamento do estudante em regime especial de aprendizagem e em regime especial de inclusão;

VII - criar, em articulação com a Pró-reitoria de Pesquisa e Pós-graduação (PROPP) e com a sua Diretoria de Pós-graduação (DIRPG), um Programa de Bolsas de Tutoria para estudantes dos cursos de pós-graduação assistirem e acompanharem estudantes da graduação; e

VIII - realizar estudo diagnóstico sobre as necessidades de apoio pedagógico aos alunos dos cursos de licenciatura e propor ações que contribuam para o atendimento desse tipo de demandas.

**2.3. Aprimorar o trâmite interno dos processos relacionados ao ensino e à normatização do controle acadêmico:**

I - revisar e atualizar permanentemente as Normas Gerais da Graduação, estabelecendo regras alternativas coerentes e eficientes para a gestão de processos e controle acadêmico;

II - atualizar, adequar e ou corrigir os dados institucionais sobre os cursos de graduação nos cadastros E-MEC, Senso da Educação Superior e PingFES;

III - efetivar, em harmonia com a PROPP, a sistematização do controle acadêmico para os cursos de pós-graduação *stricto sensu* (mestrados e doutorado) e *lato sensu* (especializações);

IV - efetivar, em harmonia com a Escola de Educação Básica (ESEBA), a sistematização do controle acadêmico dos cursos de educação infantil e ensino fundamental regulares;

V - manter atualizado o registro acadêmico dos Projetos Pedagógicos e das reformulações e ou alterações curriculares dos cursos de graduação e dos cursos de educação profissional oferecidos pela Escola Técnica de Saúde (ESTES);

VI - desenvolver um Sistema de Cadastro de fichas das disciplinas e demais componentes curriculares ativos e inativos dos cursos de graduação e da Educação Profissional;

VII - promover, periodicamente, cursos de treinamento para coordenadores e secretários de curso no uso dos sistemas de informação tecnológica relacionados ao desenvolvimento da rotina acadêmica;

VIII - reduzir as pendências de documentação dos alunos com o objetivo de evitar problemas, diligências e atrasos no registro do diploma.

**2.4. Promover a melhoria do ensino básico e profissional e o aperfeiçoamento dos cursos de graduação:**

I - promover a articulação das políticas de ensino com as ações de extensão e pesquisa;

II - promover adaptações curriculares, adequações didático-pedagógicas e ou reestruturações acadêmico-administrativas consideradas benéficas e necessárias, principalmente nos aspectos relacionados à promoção da inserção social e da formação cidadã e crítica dos estudantes;

III - desenvolver, de forma articulada entre a PROPP, a Diretoria de Relações Internacionais e Interinstitucionais (DRII) e a Pró-Reitoria de Graduação (PROGRAD), ações e programas de formação para a pesquisa e fortalecimento da mobilidade acadêmica nacional e internacional dos estudantes;



IV - desenvolver estudos e fomentar a discussão sobre a criação de espaços e de oportunidades de revisão de conteúdos, a fim de que estudantes que não obtiverem média mínima tenham chance de reavaliação;  
 V - garantir a integração entre as ações desenvolvidas na graduação, pós-graduação, pesquisa e extensão com a educação básica e profissional, por meio de projetos e programas que interfiram positivamente na qualidade do ensino em Uberlândia e região de abrangência.

**2.5. Dinamizar, em articulação com a Comissão Própria de Avaliação (CPA), a sistemática de avaliações (interna e externa) dos cursos:**

- I - acompanhar os atos regulatórios relacionados aos processos de reconhecimento, renovação de reconhecimento dos cursos de graduação, presenciais e a distância, e o credenciamento da UFU junto ao MEC;
- II - orientar as Coordenações de Curso e os Núcleos Docentes Estruturantes (NDE's) sobre o Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior (SINAES) e sobre o processo nacional de regulação da Educação Superior; e
- III - providenciar, em harmonia com as Coordenações de Curso, a articulação dos Projetos Pedagógicos dos Cursos ao PIDE e às considerações registradas nos relatórios de avaliação externa e interna no sentido de detectar e reverter inadequações.

**2.6. Fortalecer os projetos nacionais e institucionais de desenvolvimento do ensino profissional e da graduação e ampliar a participação de estudantes nos programas de bolsas de ensino:**

- I - melhorar o sistema interno de divulgação de programas de bolsas e de projetos de formação discente;
- II - aumentar o número das bolsas do Programa de Bolsas de Graduação (PBG), ampliar os subprogramas, incluindo outros novos;
- III - aumentar o valor das bolsas de graduação equiparando-as aos valores nacionais praticados pelo MEC, pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais (FAPEMIG) e pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) no campo da pesquisa e da extensão;
- IV - ampliar a participação das Unidades Acadêmicas e Coordenações de Curso nas ações e no desenvolvimento dos Grupos PET (Programa de Educação Tutorial);
- V - propor a revisão da Resolução da Monitoria; e
- VI - apoiar a participação da UFU no Programa Nacional de acesso ao Ensino Técnico e Emprego (PRONATEC).

**2.7. Aprimorar o processo de controle e acompanhamento de estágios acadêmicos:**

- I - incluir, em colaboração com o Centro de Tecnologia da Informação (CTI), um *link* direto para informações referentes ao estágio na página inicial da UFU;
- II - criar e divulgar um tutorial com orientações sobre o processo de formalização de estágio;
- III - realizar seminários sobre estágio junto a secretários de curso, coordenadores de estágio e professores orientadores;
- IV - promover encontros semestrais com os coordenadores de estágio para divulgação de informações;
- V - institucionalizar a função de coordenador de estágio e de professores orientadores de estágio;



VI - ampliar a parceria da UFU com a Prefeitura Municipal de Uberlândia para a abertura de campos de estágios nas unidades de saúde; e

VII - articular, com a PROREH, o acompanhamento dos estágios remunerados realizados internamente na UFU, sobretudo nas Unidades Administrativas.

**2.8. Consolidar institucionalmente o apoio à formação continuada dos docentes da UFU:**

I - identificar as necessidades de formação continuada do corpo docente e fornecer apoio aos docentes com dificuldades didáticas;

II - criar, em parcerias com o CTI e com o Centro de Educação a Distância (CEaD), espaços para o desenvolvimento de novas metodologias e o uso de tecnologias de ensino como suporte para o trabalho pedagógico;

III - incentivar a utilização da plataforma *Moodle* e demais ferramentas tecnológicas ligadas à educação como instrumentos para o desenvolvimento de ações de formação e apoio pedagógico aos docentes;

IV - desenvolver, em parceria com a PROREH, ações voltadas para o desenvolvimento pessoal e profissional dos docentes e técnicos administrativos de apoio aos cursos; e

V - desenvolver, em harmonia com a Comissão Permanente de Pessoal Docente (CPPD), mecanismos para que as ações de formação docente certificadas sejam incluídas e pontuadas nos formulários de avaliação de desempenho para efeitos de progressão na carreira.

**2.9. Consolidar institucionalmente o processo de formação de professores da educação básica:**

I - fortalecer o Fórum das Licenciaturas como espaço institucional de discussão e proposição de ações para o desenvolvimento dos currículos de licenciatura e da formação de professores;

II - articular, com a Superintendência Regional de Ensino e Secretaria Municipal de Educação, ações para o envolvimento dos sistemas de ensino no Fórum de Licenciaturas da UFU;

III - fortalecer parcerias com as redes públicas de ensino e assegurar as oportunidades de estágio e de trocas de experiências;

IV - incentivar e apoiar a participação de cursos de licenciatura em programas de intercâmbio entre instituições e de mobilidade acadêmica internacional;

V - melhorar a infraestrutura dos laboratórios de ensino nos cursos de licenciatura; e

VI - promover a articulação entre educação superior, educação básica e profissional ofertadas no âmbito da UFU para o desenvolvimento das atividades de ensino, pesquisa e extensão.

**2.10. Elaborar e implementar uma Política Institucional de Ingresso na UFU, mantendo a instituição em sintonia com as demandas da sociedade:**

I - consolidar o sistema de cotas, de caráter afirmativo, como forma principal de ingresso nos cursos de graduação ofertados na UFU;

II - difundir, por meio de palestras, a política nacional de inclusão por cotas sociais e raciais, o sistema ENEM-SISU (Exame Nacional do Ensino Médio - Sistema de Seleção Unificada) e demais processos seletivos adotados na Instituição;

III - aprimorar e reeditar, em parceria com os Grupos PET/UFU, o Projeto "Vem pra UFU", bem como outras ações de contato com as escolas de Ensino Médio em Uberlândia, Ituiutaba, Monte Carmelo, Patos de Minas e demais cidades da região, para divulgar os cursos oferecidos pela UFU;

7 de 18



- IV - ampliar a participação da UFU na parceria com o Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (INEP) para a elaboração de questões para o Banco Nacional de Itens (BNI), aplicação e correção de provas do ENEM;
- V - aprimorar e atualizar a divulgação dos procedimentos de obtenção de isenção de taxas dos concursos;
- VI - aprimorar as adaptações e condições especiais de aplicação dos processos seletivos a candidatos com deficiência ou com necessidades educacionais especiais;
- VII - melhorar os editais de processos seletivos, concursos e certificações, objetivando a transparência e a minimização de eventuais questionamentos legais;
- VIII - aprimorar os mecanismos que tornam transparentes as ações de divulgação e acompanhamento de gabaritos e provas, explicitando os procedimentos legais, prazos para apresentação de recursos e respectivas respostas;
- IX - tornar transparentes os procedimentos de seleção de fiscais através da ampla divulgação dos critérios de seleção, bem como o calendário das inscrições, datas e de resultados da seleção;
- X - introduzir políticas afirmativas na seleção de fiscais para aplicação de provas com a reserva de 40% das vagas para discentes bolsistas da Divisão de Assistência ao Estudante (DIASE);
- XI - adequar, em harmonia com a PREFE, os espaços físicos disponíveis para aplicação de processos seletivos;
- XII - tornar transparentes os relatórios de pagamento a colaboradores e acompanhamento das horas trabalhadas pelos servidores, em cumprimento à legislação vigente;
- XIII - ampliar as atividades da Diretoria de Processos Seletivos (DIRPS) por meio da aplicação das provas escritas nos concursos de docentes para as unidades acadêmicas; e
- XIV - elaborar relatórios de acompanhamento de estudantes que ingressaram pelo sistema de cotas, a partir de dados extraídos no período de matrículas e anualmente.

**2.11. Atualizar a Política Geral para os Egressos:**

- I - apoiar cursos de atualização;
- II - criar e manter cadastro dos egressos;
- III - divulgar as atividades acadêmicas e culturais da UFU;
- IV - promover cursos de especialização;
- V - apoiar eventos científicos para egressos; e
- VI - apoiar reuniões de confraternização.

**2.12. Imprimir visibilidade, efetividade e celeridade aos serviços de apoio aos cursos da UFU com o desenvolvimento de sistemas de informação:**

- I - desenvolver, em conjunto com o CTI, o Portal de Serviços da PROGRAD, de forma a reunir demandas da comunidade acadêmica em uma única interface;
- II - aprimorar os sistemas eletrônicos já implementados na PROGRAD, que são o SIPROT (Sistema de Protocolos) e expandi-lo para as coordenações de curso e o SISMAT (Sistema de Matrícula) e implementá-lo para a matrícula online no âmbito da pós-graduação;
- III - desenvolver sistema de informação para gestão de processos de desenvolvimento de cursos e currículos;

8 de 18



- IV - implementar, em harmonia com a PREFE, um sistema de atendimento eletrônico de telefonia – URA, aumentando a eficiência do atendimento;
- V - aperfeiçoar o Sistema de Gerenciamento da PROGRAD (SISGRAD) para gerenciamento completo dos Programas de Bolsas de Graduação e Monitoria;
- VI - atualizar listas de discussão da PROGRAD para divulgação das ações de interesse da comunidade interna;
- VII - articular, com o CTI, a criação de uma política de segurança da informação para as aplicações da PROGRAD;
- VIII - atualizar regularmente os procedimentos tecnológicos de segurança na elaboração, aplicação, correção e processamento dos resultados das provas;
- IX - implementar, em parceria com o CTI e CEaD, sistemas de videoconferência entre os campi.
- X - desenvolver, em articulação com a CPA, um sistema de informação para a avaliação dos cursos de graduação com parâmetros padronizados e integrados ao SIE (Sistema de Informação para o Ensino);
- XI - disponibilizar o acesso aementas digitalizadas de componentes curriculares para consulta da comunidade interna e externa;
- XII - possibilitar, pelo sítio da UFU, ao estudante formando, o acompanhamento do trâmite do processo de registro do seu diploma (a partir da colação de grau até a entrega do diploma); e
- XIII - fornecer às coordenações de curso a gravação, em mídia, dos processos dos Projetos Pedagógicos dos Cursos digitalizados.

**3. Plano de ações para o fomento da pesquisa e da pós-graduação:**

**3.1. Estimular e ampliar os cursos e programas de pós-graduação:**

- I - ampliar a oferta de novos cursos em áreas inovadoras, a fim de atender novas demandas da sociedade induzidas pelos órgãos de fomento;
- II - atingir, em quatro anos, o número de 40 programas *stricto sensu* (mestrado acadêmico, mestrado profissional e doutorado); e

III - oferecer oportunidades de capacitação para o corpo de servidores da UFU por meio de programas de pós-graduação.

**3.2. Apoio e fomento aos programas de *lato sensu*:**

- I - ofertar novos cursos *lato sensu* em áreas inovadoras;
- II - aumentar o número de vagas nacionais e internacionais dos programas de pós-graduação, conciliando uma projeção nacional e internacional;
- III - ampliar o número de pós-doutorandos e pesquisadores visitantes;
- IV - induzir projetos MINTER (Mestrado Interinstitucional) e DINTER (Doutorado Interinstitucional) tendo a UFU como ofertante, fomentando a rede de solidariedade nacional e internacional; e
- V - ofertar programas de treinamento e capacitação em rotinas e processos de órgãos de fomento.

**3.3. Investimentos em infraestrutura de pesquisa:**

- I - melhorar a infraestrutura dos laboratórios existentes;



- II - direcionar investimentos para a implantação da estrutura básica de novos laboratórios;
- III - fomentar as ações de captação de recursos via agências de fomento, com destaque para os projetos CT-INFRA; e
- IV - aperfeiçoar o processo de participação e tomada de decisões nos editais do CT-INFRA.

**3.4. Regulação e tramitação de processos no sistema de pós-graduação, pesquisa e inovação:**

- I - estabelecer nova regulação das duplas diplomações e cotutelas;
- II - informatizar os processos ligados à pesquisa e à pós-graduação;
- III - melhorar os padrões de acesso, publicidade e de conhecimento dos processos e normas da pesquisa e pós-graduação;
- IV - agilizar os processos e normas, inclusive com a criação de órgãos fracionários, evitando a sobrecarga de assuntos administrativos de importância secundária;
- V - reestruturar e indexar a revista Horizonte Científico; e
- VI - redefinir competências valorizando o papel do planejamento e das políticas de pós-graduação, pesquisa e inovação.

**3.5. Políticas de integração internacional da pesquisa e pós-graduação:**

- I - estreitar as relações entre a DRII e a PROPP facilitando a efetivação dos convênios existentes e a criação de novos;
- II - criar um programa de tutores de convênios;
- III - realizar seminários e eventos periódicos para trocas de experiências internacionais;
- IV - tradução, revisão e assessoramento para publicação e edição; e
- V - subsidiar ou apoiar o pagamento de publicações internacionais.

- I - estreitar as relações entre a DRII e a PROPP facilitando a efetivação dos convênios existentes e a criação de novos;
- II - criar um programa de tutores de convênios;
- III - realizar seminários e eventos periódicos para trocas de experiências internacionais;
- IV - tradução, revisão e assessoramento para publicação e edição; e
- V - subsidiar ou apoiar o pagamento de publicações internacionais.

**3.6. Políticas de recursos humanos da pesquisa e pós-graduação:**

- I - manter e melhorar a política de apoio aos servidores recém-doutores e recém-contratados;
- II - reformular as normas internas para ampliar a participação de técnicos administrativos como pesquisadores e orientadores nos programas institucionais; e
- III - efetivar a reestruturação geral (administrativa e orgânica) da PROPP, proporcionando maior suporte aos diversos programas internos de pesquisa e pós-graduação.

**3.7. Fortalecimento e expansão da pesquisa e inovação:**

- I - estimular a criação de centros de pesquisas em áreas inovadoras, com a competência de integrar as redes multicêntricas nacionais e internacionais de pesquisas e inovação abrigando laboratórios multiusuários de grande porte;
- II - criar instrumentos para incremento quantitativo e qualitativo da produção científica e tecnológica da UFU;
- III - aumentar o número de bolsas de Iniciação Científica e redefinir critérios de distribuição entre as diversas áreas do conhecimento;



- IV - apoiar a criação de uma central de projetos para dar suporte aos pesquisadores no atendimento das demandas dos diversos editais de órgãos de fomento;
- V - criar um repositório *online* de projetos de pesquisa financiados e não financiados;
- VI - criar um banco de "expertise" na UFU, gerenciado pela Agência Intelecto;
- VII - criar câmara técnica científica permanente vinculada à PROPP para discutir política científica no âmbito da UFU;
- VIII - desenvolver ações que fortaleçam a Agência Intelecto, criando dotação orçamentária específica e estimulando a inovação, transferência de tecnologia e empreendedorismo;
- IX - criar câmara técnica permanente de inovação, transferência de tecnologia e empreendedorismo vinculada à PROPP para discutir políticas de inovação, propriedade intelectual, transferência de tecnologia e empreendedorismo no âmbito da UFU; e
- X - estabelecer a política de apoio institucional à pesquisa por meio de editais como, por exemplo, modernização e adequação de infraestrutura de pesquisa, recém-doutor, pró-equipamentos.

**3.8. Fortalecimento dos vínculos com a comunidade:**

- I - fortalecer a integração da pesquisa, inovação tecnológica e pós-graduação com a comunidade extra-campi;
- II - fortalecer a integração da pesquisa, inovação tecnológica e pós-graduação com as atividades de extensão;
- III - fortalecer a integração da pesquisa, inovação tecnológica e pós-graduação com a rede pública de ensino em seus vários níveis;
- IV - fortalecer a integração da pesquisa, inovação tecnológica e pós-graduação com entidades da sociedade civil, organizações não-governamentais e entidades internacionais.

**4. Plano de ações para o fomento e valorização da extensão, da cultura e dos assuntos estudantis**

**4.1. Fortalecimento dos programas de extensão:**

- I - equiparar o valor das bolsas de extensão com o valor das bolsas de pesquisa;
- II - reestruturar os editais PROEX com ampliação da vigência e das possibilidades de submissão;
- III - elaborar diretrizes para organização, execução e acompanhamento de projetos de extensão propostos pela comunidade com fonte de financiamento de emendas parlamentares;
- IV - articular e negociar para a continuidade de obtenção de recursos via emenda parlamentar no contexto estabelecido a partir de 2013;
- V - formar Grupo de Trabalho (GT) para a organização e a efetivação do Sistema de Museus Universitários da UFU;
- VI - fortalecer as ações da Rede UFU com ações efetivas de estreitamento de parceria com os superintendentes regionais de educação, prefeitos e secretários municipais de educação;
- VII - criar eventos para a divulgação dos projetos de extensão e cultura desenvolvidos com recursos de emendas parlamentares;
- VIII - estabelecer parcerias e acordos de cooperação com o poder público municipal e outras entidades para o desenvolvimento de ações de extensão;

11 de 18



- IX - elaborar e executar cursos de formação e capacitação para elaboração de projetos e captação de recursos abertos à comunidade;
- X - elaborar e implantar o programa Ações Formativas - Apoio aos discentes do 3º ano do ensino médio de escola pública para ingresso em Universidades Federais via ENEM;
- XI - implantar o SIAE (Sistema de Informação de Assistência ao Estudante) e modernizar o servidor interno de armazenamento de dados e informações da Extensão (SIEX) e sua vinculação ao CTI;
- XII - criar, fortalecer e ampliar o apoio e a infraestrutura para implantação das Coordenações de Extensão nas Unidades Acadêmicas;
- XIII - criar uma agenda eletrônica e impressa de eventos e de ações de extensão;
- XIV - promover cursos de capacitação para bolsistas e servidores na área de extensão;
- XV - criar programa e ou editais destinados ao aluno trabalhador, especialmente do período noturno;
- XVI - criar uma Central de Projetos de Extensão e Culturas como espaço necessário para o desenvolvimento de ações de extensão e cultura dentro da Universidade;
- XVII - realizar, em Uberlândia, em parceria com a PMU, evento regional e ou nacional sobre captação de recursos destinados às instituições do Terceiro Setor;
- XVIII - realizar e ampliar o evento “Extensão e Cultura em Mostra”, em parceria com a Diretoria de Cultura (DICULT);
- XIX - criar e organizar o Centro de Memória da extensão da UFU;
- XX - consolidar os centros da PROEX e os demais setores ligados à extensão e culturas, tais como a Casa de Cultura Graça do Axé, buscando a ampliação de ações multi e interdisciplinares entre as diversas Unidades Acadêmicas da Instituição e a comunidade externa;
- XXI - ampliar a ação extensionista e cultural, em articulação com o NEAB, as Unidades Acadêmicas, as escolas públicas e os movimentos negros e de gênero, visando ampliar e consolidar os eixos de raça/etnia e gênero na sociedade;
- XXII - constituir um fórum de debate (de forma permanente e regular) sobre a extensão universitária, com o intuito de fomentar a discussão acerca da política de extensão da Universidade; e
- XXIII - ampliar e integrar as ações extensionistas direcionadas ao tratamento e difusão dos direitos humanos contando com a parceria efetiva das entidades, movimentos sociais, poder judiciário e o Escritório de Assistência Jurídica Popular (ESAJUP) da UFU.

#### 4.2. Promoção e valorização da cultura:

- I - promover a ampliação do Programa Federal de Fomento e Incentivo à Cultura (PROFIC) e dar ampla visibilidade à política de cultura da UFU e seus respectivos programas de apoio à criação e divulgação da cultura, de defesa, conservação, guarda e difusão dos bens patrimoniais, universitários e comunitários e da organização da atuação plena no campo da cultura;
- II - consolidar ações educativo-culturais em projetos e programas permanentes, ultrapassando a característica de entretenimento eventual;
- III - criar o Sistema Universitário de Museus como canal de difusão das culturas, de mediação, qualificação e cooperação mútua;
- IV - dar atenção especial aos procedimentos de término da construção do teatro e cinemateca da UFU favorecendo o pleno funcionamento destes importantes espaços;

12 de 18



V - realizar regularmente diversos eventos como: UFUzue Itinerante; O Samba Mandou Me Chamar Na UFU; Chorinho No Coreto; [saraú poético/música]; Arte na Praça; Clube de Cinema; Pólo UFU da Rede Arte na Escola; Oficinas no Graça do Axé; Fórum Permanente de Cultura; Núcleo de desenho gráfico; Levada Cult – Programa de Rádio; Ladeira Metálica; Tubo de Ensaio – Programa de TV;

VI - apoiar a realização de projetos como: Projeto Recordare do Grupo de Flauta Doce da UFU; 3º Mundo Minas: OPC convida Paulo Jobim; 3ª Conferência Municipal de Cultura de Uberlândia; Grito Rock Ituiutaba;

VII - incentivar a participação da comunidade universitária na elaboração de projetos artísticos e culturais em parceria com a comunidade externa;

VIII - agir em prol da construção do intercâmbio de ações culturais entre os campi UFU;

IX - criar projetos em rede cultural com as instituições federais de ensino superior da região sudeste do FORPROEX (Fórum de Pró-Reitores de Extensão) para ser um canal aberto ao diálogo entre as universidades públicas;

X - lutar pela institucionalização do Coral da UFU e da Orquestra Popular do Cerrado e por espaço físico adequado à realização de suas atividades, fomentando, desta forma, o cultivo à arte coral brasileira e universal;

XI - institucionalizar o Festival Latino Americano de Teatro Ruínas Circulares e o Programa Institucional de Bolsa de Iniciação Artística – PINA – Edital de bolsistas;

XII - institucionalizar o Programa Incentivo à Produção Artístico Cultural – Edital PROEX/PROPLAD;

XIII - dar apoio ao projeto do Centro Cultural da UFU – Projeto, Construção e Gestão;

XIV - viabilizar estrutura física para realização de eventos culturais (palco, banheiros, som, iluminação, dentre outros) e condições de segurança para eventos culturais e esportivos promovidos pela Universidade;

XV - criar programa para fomentar e divulgar as culturas locais, regionais e nacionais, colaborando com a formação da cidadania, em articulação com o ensino e a pesquisa;

XVI - ampliar os programas e projetos universitários culturais tais como: Interlúdios Cênicos-Musicais; FestUFU da Canção; Festival Anime Mundo; Semana Nacional de Museus; Semana de Reflexões e Ações no Ensino de Arte, entre outros;

XVII - recuperar projetos artístico-culturais "esquecidos" como Esquerdos Autorais; Revista Em Cômodos; Música Eletroacústica no Museu, dentre outros;

XVIII - incentivar o uso e o desenvolvimento das mídias de comunicação, tais como rádio, TV, Web e materiais impressos, como ferramentas para o processo crítico e criativo da cultura; e

XIX - promover ações de criação e de preservação do patrimônio cultural, bem como divulgação dos acervos dos museus, centros de documentação, dentre outros.

**4.3. Política de promoção dos assuntos estudantis:**

I - criar um sistema de pesquisa anual sobre o perfil socioeconômico dos discentes da UFU que instrumentalizará a formulação e avaliação de políticas de assistência;

II - reabilitar a Divisão de Esporte e Lazer Universitário (DIESU) e a Divisão de Restaurante Universitário (DIVRU), restabelecendo a fiscalização e a gerência;



- III - viabilizar o sistema de transporte intercampi gratuito e realizar a padronização e a regularização dos critérios para as demandas de transporte;
- IV - melhorar as condições de funcionamento dos Restaurantes Universitários, expandindo-os para os campi fora de sede, realizar pesquisas periódicas de satisfação do usuário e elaborar o Regimento para o seu funcionamento;
- V - apoiar a extensão da Central de Línguas (CELIN) para os campi fora de sede;
- VI - ampliar e melhorar o projeto institucional de recepção aos ingressantes, instituindo a atenção à saúde e reforçando o combate ao trote tradicional;
- VII - promover melhorias e expansão dos Centros Esportivos Universitários da UFU, nos diversos campi, com a criação de calendário de atividades esportivas regulares, incluindo programas de treinamento desportivo permanente de atletas que representam a UFU, financiamento da estadia das equipes e apoio médico e psicológico;
- VIII - ampliar os programas de bolsas e auxílios aos estudantes (graduação, pós-graduação, técnico e fundamental), investir em espaço físico para as entidades estudantis e implantar projetos de atenção à saúde física e mental do discente UFU;
- IX - garantir o pleno funcionamento da Moradia Estudantil e promover a discussão da normatização das condições de funcionamento e uso deste espaço;
- X - ampliar a infraestrutura física e de pessoal (psicólogos, assistentes sociais, dentre outros profissionais) destinada ao atendimento dos estudantes de baixa renda socioeconômica;
- XI - criar o memorial do movimento estudantil da UFU;
- XII - promover, junto ao movimento estudantil, seminários de formação política e assessoria às entidades estudantis (planejamento, uso de recursos e prestação de contas);
- XIII - criar programa de auxílio a eventos, incluindo infraestrutura local, participações individuais e coletivas em eventos estudantis, acadêmicos, culturais e esportivos; e
- XIII - criar programa de auxílio a eventos, incluindo infraestrutura local, participações individuais e coletivas em eventos estudantis, acadêmicos, culturais e esportivos; e
- XIV - criar um programa de saúde do estudante e programa de apoio ao estudante estrangeiro.

## 5. Plano de Humanização das Relações de Trabalho, Desenvolvimento e Gestão de Pessoas

### 5.1. Políticas de gestão e qualificação dos servidores:

- I - desenvolver e aprimorar o Programa Anual de Capacitação, de modo que os servidores participem de atividades planejadas que os capacitem para a busca da excelência em seu desempenho pessoal e institucional;
- II - elaborar e executar o Plano de Capacitação a partir do Levantamento de Necessidades de Capacitação (LNC) realizado anualmente com todas as unidades acadêmicas e administrativas;
- III - divulgar anualmente o relatório de execução da Programação Anual de Capacitação, para conhecimento e avaliação pela comunidade universitária;
- IV - fazer com que a Programação de Capacitação, além de subsidiar o desenvolvimento pessoal e profissional dos servidores, atenda aos propósitos de prepará-lo para pleitear ações de qualificação;
- V - criar um Programa Institucional de Apoio à Qualificação dos servidores, tendo como um dos instrumentos de ação a concessão de bolsas de estudo para a participação em cursos de educação formal (ensino fundamental e médio, graduação, especialização, mestrado e doutorado);



VI - implementar o processo de desenvolvimento de pessoal em consonância com o planejamento de cada equipe de trabalho, de forma a melhorar as possibilidades coletivas de alcance das metas definidas;

VII - estimular e propor um programa de capacitação do quadro gerencial da instituição para que o processo de gestão de pessoas, equipes e outros recursos sejam realizados com eficiência;

VIII - criar curso de capacitação para fiscais de contrato;

IX - acompanhar, orientar e consolidar espaços de acolhida aos novos servidores, de forma a facilitar sua adaptação ao novo ambiente de trabalho, realizando semestralmente, o Seminário de Integração dos Servidores Recém Admitidos e promover ações de esclarecimento, assessoria e intermediação de conflitos;

X - instituir um programa de gestão da força de trabalho considerando o perfil, as competências do servidor e necessidades das Unidades, com ampla divulgação de todo o processo;

XI - apresentar um estudo que mapeie a força de trabalho na UFU apresentando, em seus aspectos quantitativo e qualitativo, o quadro de pessoal docente e técnico-administrativo;

XII - trabalhar, junto ao MEC, pela ampliação do quadro de servidores na perspectiva de atender a expansão da instituição;

XIII - rever a terceirização da força de trabalho considerando as atividades realizadas no âmbito da Universidade;

XIV - trabalhar, junto aos órgãos competentes, para melhorar a carreira dos servidores, garantindo-lhes ascensão funcional plena;

XV - aperfeiçoar a sistemática de avaliação de desempenho e competência com ênfase no mérito, minimizando a subjetividade dos processos de avaliação das pessoas, equipes e atividades;

XVI - fortalecer e ampliar as ações inclusivas de acessibilidade e permanência dos servidores com deficiência, bem como desenvolver ações voltadas para a capacitação de técnicos administrativos e de docentes quanto à inclusão destas pessoas no ambiente universitário; e

XVII - apoiar as ações institucionais das diversas unidades acadêmicas e administrativas voltadas para o desenvolvimento pessoal e profissional dos servidores da instituição.

### **5.2. Política de atenção aos servidores:**

I - melhorar o atendimento e a assistência à saúde dos servidores redefinindo o papel do Núcleo de Atenção e Assistência à Saúde do Servidor (NAASS) com expansão e descentralização de seus serviços, consolidando a boa assistência nos diversos campi;

II - redefinir a gestão do NAASS com adequação e construção de um novo espaço físico para atendimento, equipar as unidades de atendimento nos campi com farmácias para primeiros socorros e ampliar o período de atendimento da ambulância;

III - trabalhar, em conjunto com a Comissão de Acompanhamento e Fiscalização da Concessão do Benefício Saúde Suplementar, para a renegociação do contrato do plano de saúde suplementar, indicando ajustes e reformulações necessárias visando a inclusão das especificidades dos campi fora de sede, a busca de alternativas para a melhoria do plano e a maior inclusão dos servidores;

IV - criar mecanismos de maior comunicação, divulgação e interlocução entre a PROREH e a comunidade universitária visando divulgar os serviços prestados e a disseminação das informações, coordenar as ações do Subsistema Integrado de Atendimento à Saúde do Servidor (SIASS) em parceria com SRH/MPOG em localidades do Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba;



V - consolidar e ampliar as ações voltadas à qualidade de vida dos servidores, tais como instituir o programa de apoio aos servidores portadores de doenças crônicas; expandir o programa de apoio aos servidores e familiares com dependência química de álcool e outras drogas; instituir o programa de prevenção e tratamento da obesidade; consolidar o programa de saúde mental com atendimento e plantão psicossocial; propiciar os programas e os torneios esportivos; instituir programas e projetos de apoio, orientação e participação dos aposentados;

VI - criar e revisar periodicamente o manual PROREH de orientação aos servidores; e

VII - elaborar e divulgar um Boletim de informações da PROREH.

**5.3. Política de acompanhamento e controle dos processos de trabalho:**

I - desenvolver programas de humanização das condições e das relações de trabalho na UFU e nas Fundações de Apoio;

II - implementar novas formas de acompanhamento e aferição da jornada de trabalho, garantindo a eficiência e qualidade dos serviços prestados pela Instituição;

III - trabalhar para a melhoria das condições e segurança no trabalho;

IV - defender a luta histórica dos trabalhadores pela redução da jornada de trabalho e discutir o regime de 30 horas sem redução dos salários e sem prejuízo das condições de trabalho e da qualidade dos serviços prestados à sociedade; e

V - realizar plenárias ou encontros anuais de servidores para planejamento, acompanhamento e avaliação da política de pessoal em desenvolvimento, buscando a maior participação da comunidade universitária nas decisões ligadas à gestão de pessoas.

**6. Plano de Infraestrutura, logística e sustentabilidade**

**6.1. Plano de expansão e melhoria da infraestrutura dos campi:**

I - realizar a manutenção e ampliação da infraestrutura necessária às atividades acadêmicas;

II - estimular o uso dos espaços livres dos campi pela comunidade universitária, ampliando as áreas verdes e de jardinagem;

III - elaborar os planos diretores e de ocupação do *Campus Glória* e demais campi fora de sede e apresentá-los para discussão da comunidade universitária;

IV - implantar programas de acessibilidade à infraestrutura e equipamentos da instituição para portadores de necessidades especiais, particularmente os de necessidades físicas;

V - ampliar e melhorar os estacionamentos, as vias de trânsito e as diversas sinalizações;

VI - dar total apoio ao funcionamento da CGTI (Comitê Gestor de Tecnologia de Informação) para a definição e implantação dos investimentos e estratégias de suporte aos serviços de TI na universidade; e

VII - ampliar, modernizar, otimizar e adequar a infraestrutura necessária às atividades acadêmicas, incluindo salas de aula, anfiteatros, bibliotecas, salas de professores, laboratórios de pesquisa e ensino e espaços administrativos.

**6.2. Plano de ações de sustentabilidade:**

I - elaborar e implantar o projeto de gestão de recursos energéticos dos campi da UFU;

II - fazer o controle de pragas, insetos, animais peçonhentos e aves transmissoras de doenças;



- III - implantar o plano de gerenciamento de resíduos de serviços de saúde (RSS) em todas as unidades geradoras (UG) dos *campi* UFU;
- IV - aprimorar e ampliar o sistema de gestão de resíduos sólidos, químicos, biológicos e radioativos nos *campi* da UFU;
- V - elaborar e executar a agenda ambiental da UFU; e
- VI - implantar o programa de controle da qualidade da água potável consumida na Universidade e otimização do uso de energia elétrica e telefonia.

**6.3. Plano de gestão e logística:**

- I - melhorar e otimizar o sistema de transportes para a comunidade acadêmica da UFU;
- II - ampliar e oferecer novas atividades e serviços disponibilizando condições de segurança do patrimônio e das pessoas;
- III - melhorar as condições de mobilidade, acessibilidade e trânsito nos *campi* da UFU;
- IV - aprimorar a eficiência administrativa, organizacional, financeira e econômica da PREFE por meio da otimização de sistema de gestão de ordem de serviços, recursos e processos de aquisição, distribuição, aplicação e controle de bens e serviços;
- V - implantar o sistema de georreferenciamento dos espaços físicos da instituição; e
- VI - assegurar a continuidade dos projetos de humanização dos espaços físicos, incluindo a programação visual de identificação dos blocos e das unidades acadêmicas e administrativas.

**7. Programas estruturantes**

Além do conjunto de ações e políticas específicas programadas, devem ser destacados os principais programas estruturantes:

- 7.1. implantação do *Campus Glória* dentro de princípios democráticos, atendendo os preceitos de estruturas e espaços sustentáveis e funcionais;
- 7.2. planejamento, implantação e consolidação dos cursos e da infraestrutura dos *campi* fora de sede;
- 7.3. ampliação e modernização da infraestrutura e recursos de TI;
- 7.4. ampliação e democratização da política de comunicação da UFU;
- 7.5. revisão do Estatuto e Regimento Geral da Universidade com a reestruturação do organograma e funções;
- 7.6. apoio à criação e à consolidação dos centros de pesquisa multidisciplinares, que deverão funcionar como centros de referência da Instituição;
- 7.7. modernização e reestruturação do funcionamento do Hospital de Clínicas (HC);
- 7.8. aprimorar as práticas de gestão direcionadas para o planejamento e o desenvolvimento da Instituição;
- 7.9. modernização e ampliação dos espaços de bibliotecas;
- 7.10. elaborar, em conjunto com os conselhos curadores das fundações, planos de recuperação financeiros, reestruturação funcional e de gestão de processos das Fundações de Apoio; e
- 7.11. elaborar um plano de apoio e expansão da internacionalização da UFU, envolvendo programas de bolsas, mobilidade e parcerias e discuti-lo com a comunidade universitária.

17 de 18



#### **8. Programa de Modernização da Gestão**

Um programa de modernização da gestão deve contemplar princípios e diretrizes que garantam a participação democrática da comunidade universitária, a transparência nas ações administrativas e o respeito à diversidade de concepções. Planejar as ações da Instituição vai além do planejamento do uso de recursos econômico-financeiros. Implica, também, repensar a Universidade em sua missão, diretrizes, objetivos, metas, estratégias e planos de ação, frente às diversas e sucessivas conjunturas que interferem e requerem mudanças de rumos.

O PIDE, como base de um planejamento integrado da UFU, não pode se constituir em uma peça meramente burocrática e amarrada no financiamento governamental para a Instituição. Integrante do sistema federal de ensino, a UFU deve nortear-se pelas políticas de educação nacional, mas, também, garantir seu espaço de autonomia e capacidade criativa. Ela precisa delinear, claramente, uma proposta de caminho de médio e longo prazo que permita à instituição cumprir a sua função social.

**8.1. Reavaliar e readequar a estrutura administrativa e gerencial da UFU às diretrizes do Estatuto e do Regimento Geral de forma a assegurar a agilidade para implementar decisões estratégicas, a efetiva institucionalização das decisões dos Conselhos Superiores e a visibilidade das decisões para toda a comunidade universitária e para a sociedade.**

**8.2. Criar grupos de trabalho e comissões voltados à racionalização e integração das rotinas operacionais, superação de fluxos de papéis, modernização dos processos, gerenciamento integrado de documentos eletrônicos e demais mecanismos que alimentam a burocracia administrativa e acadêmica da UFU.**

**8.3. Estabelecer um plano de aprimoramento dos procedimentos administrativos e da gestão acadêmica tratando-os como um processo de avaliação institucional permanente.**

**8.4. Desenvolver programas de promoção da imagem da UFU junto às comunidades interna e externa.**

#### **9. Conclusão**

Estes são os pontos assinalados e que serão priorizados ao longo da gestão e que deverão ser continuamente acompanhados pela comunidade da UFU, discutindo e aprimorando o processo de construção institucional coletiva.”.

Art. 2º Esta Resolução entra em vigor nesta data.

Uberlândia, 28 de novembro de 2014.

ELMIRIO SANTOS RESENDE  
 Presidente

## ANEXO D – TERMO DE CONSENTIMENTO

### TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E Eclarecido

Você está sendo convidado(a) para participar de uma entrevista, com observação participante em eventos no setor, sobre COMUNICAÇÃO PÚBLICA DA CIÉNCIA NO ENSINO SUPERIOR: DIAGNÓSTICO PRELIMINAR E PROPOSIÇÕES SOBRE A DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA NA UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA, sob a responsabilidade de Mayara Abadia Delfino dos Santos e orientação de Adriana Cristina Omêna dos Santos. Nesta pesquisa nós estamos realizando um levantamento sobre como em sido realizada a comunicação pública da ciéncia na Universidade Federal de Uberlândia.

Na sua participação você responderá perguntas relacionadas com sua atividade profissional acerca da comunicação na UFU e sobre a comunicação da ciéncia. Os resultados da pesquisa serão publicados e, na medida do possível, a sua identidade e de outros servidores citados/observado será preservada e você não terá nenhum gasto e ganho financeiro por participar na pesquisa.

Enfatizamos que a intenção deste termo é esclarecer qualquer preocupação que você tenha relacionado à pesquisa, fatores que possam contrariar a Resolução 196/96, por isso a equipe executora responsável pela pesquisa tem o compromisso com a identidade das pessoas (sujeitos) da pesquisa.

Os benefícios, por sua vez, são de ordem indireta e diz respeito a um maior conhecimento a respeito dos assuntos pesquisados, como a importância e o papel da instituição na comunicação pública da ciéncia na sociedade.

Sua participação poderá ser interrompida a qualquer momento sem nenhum prejuízo para o(a) senhor(a).

Uma cópia deste Termo de Consentimento Livre e Eclarecido ficará com o(a) senhor(a).

Qualquer dúvida a respeito da pesquisa o senhor poderá entrar em contato com a orientadora da dissertação: Adriana Cristina Omêna dos Santos, Av. João Naves de Ávila, 2121, Bloco G sala 122, fone 3291-6396.

CEP/UFU: Av. João Naves de Ávila, nº 2121, bloco F, Campus Santa Mônica – Uberlândia – MG, CEP: 38408-100; fone: 34-32394531

Uberlândia, ..... de janeiro de 2015

Assinatura dos pesquisadores

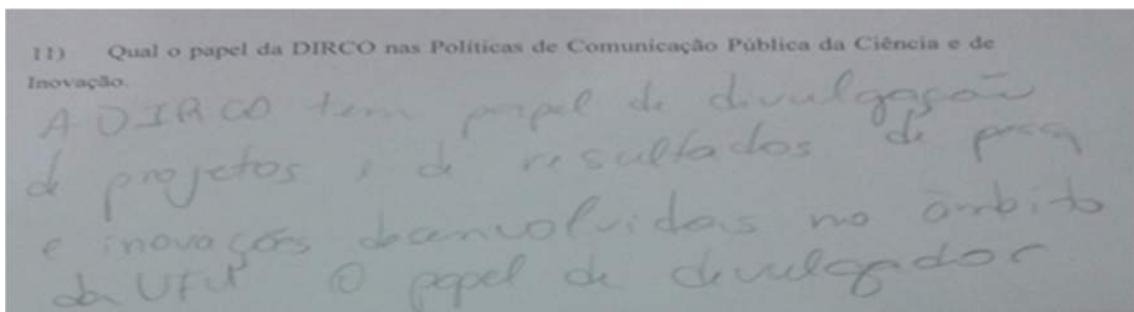
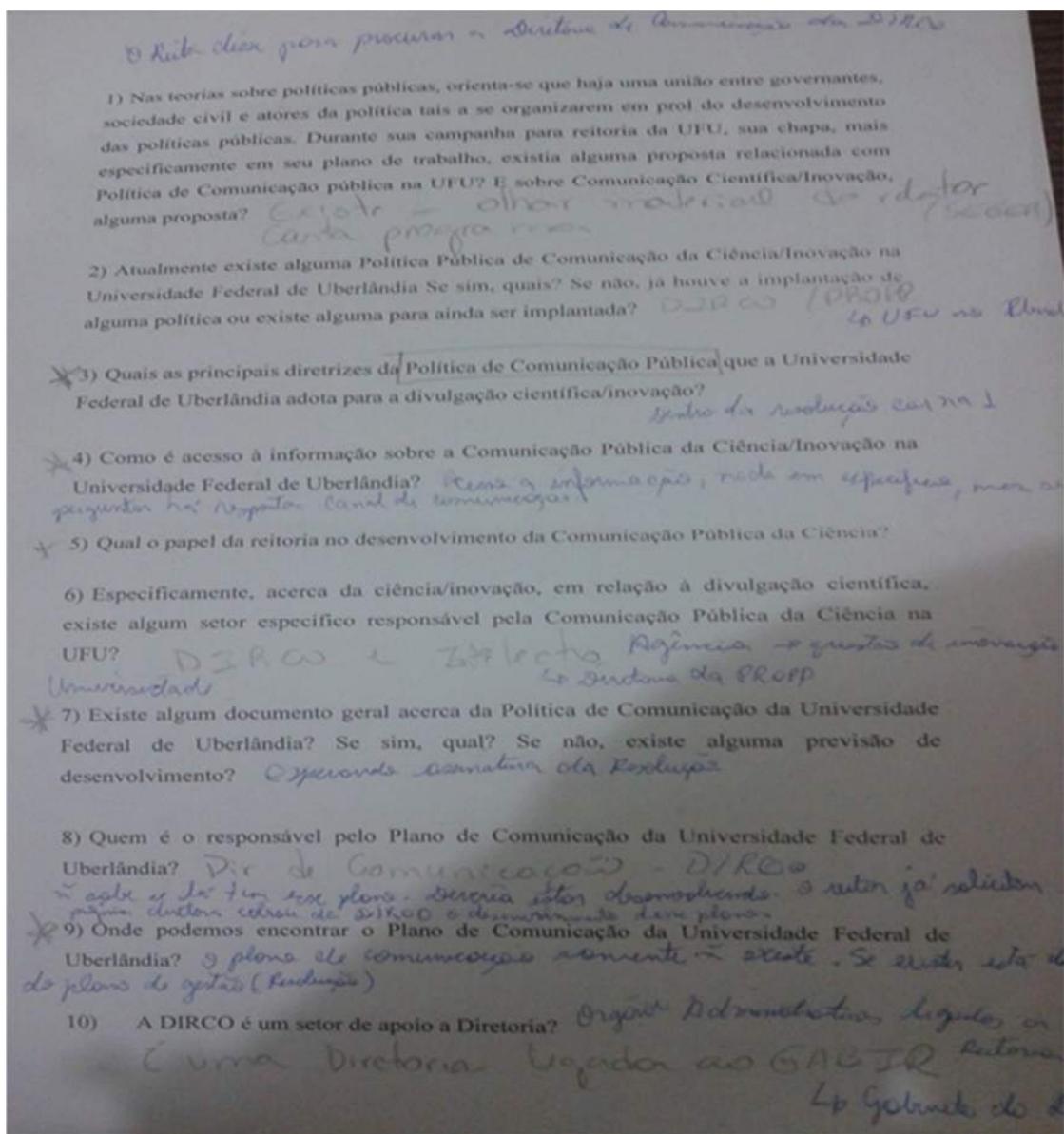
Eu aceito participar do projeto citado acima, voluntariamente, após ter sido devidamente esclarecido

*Marcielene Borges Machado*  
Participante da pesquisa

Universidade Federal de Uberlândia  
Profª Drª Maria Clara Tomaz Machado  
Diretora do Comunicação Social - DICO  
00434-0 mil 230/17/13

*Obs → gostaria de ter uma cópia da transcrição  
da minha entrevista*

## APÊNDICE A – RESPOSTA ENTREGUE DA ENTREVISTA COM O REITOR



## APÊNDICE B – TRANSCRIÇÃO ENTREVISTA DIRETORA DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO

- ✓ Não tem como ter DIRCO se não tivesse UFU
- ✓ A DIRCO nasceu como uma acessória de comunicação ficava na reitoria e alguns jornalistas trabalhavam como autores
  - ✓ Era algo bem arcaico, muito difícil fazer a divulgação
  - ✓ Nasceu nesse momento o jornal da UFU
  - ✓ Jornal Informação e Memória da UFU os 20 anos do jornal da UFU
  - ✓ Antes tinha outros jornais: boletins, Viva UFU
  - ✓ Mary Toledo, jornalista da UFU durante a criação do jornal da UFU
  - ✓ José Maria era o diretor de comunicação quando foi criado o jornal da UFU
  - ✓ Década de 90 foi priorizando um texto mais direcionado para seu público. Começou a adequar para atingir o público
    - ✓ Antes o jornal da UFU era mudado em cada gestão, não tinha identidade, mudava a gestão, mudava forma, logo.
    - ✓ Manteve o jornal da UFU desde 1994.
    - ✓ Anos 2000 revolução tecnológica muita empolgação (Overdose de cores) empolgação dos profissionais
      - ✓ A partir dos anos 2010 indo mais para bom gosto com branco de página
      - ✓ Hoje prioriza o conteúdo um jornalismo acadêmico
      - ✓ Comparando com outras universidades é um jornal bom tanto no conteúdo como no material o jornal da UFOP, por exemplo, bem poluído, sem conteúdo mais informação
        - ✓ Separaram assim (critério editorial): conteúdos mais imediatos tipo evento, comunicado nota vai para o site porque as pessoas precisam saber logo. Jornal impresso trabalha com matérias frias com um aprofundamento maior, com jornalismo científico, visita pesquisador, eles dão mais detalhes, as matérias da reitoria vem com mais análises, com mais dados
        - ✓ No jornal é uma matéria maior, com mais aprofundamento. Aquela matéria que pode esperar um mês para chegar até o cidadão
        - ✓ Jornal criado em setembro de 1994
        - ✓ Matéria científica há um tratamento diferente? Há. Pois mesmo sendo um público acadêmico são áreas diferentes. Não faz texto simples traz termos da área, mas com explicações. Uma pessoa de qualquer área vai entender
        - ✓ Nas matérias específicas traz boxs explicando termos específicos para não pesar o texto e popularizar os termos específicos. Box para não cortar texto e não ficar chato
        - ✓ Usa linguagem mais atraente, pois quando fala em ciência, a pessoas pensam em ser coisa chata, ruim de ler. Tenta relacionar textos de divulgação científica com coisas do cotidiano para popularizar e deixar mais atraente.
        - ✓ Às vezes os pesquisadores têm medo dos jornalistas divulgarem suas pesquisas, distorcidas, ou de alguém usar suas pesquisas com propriedade
        - ✓ Normalmente o pesquisador da área médica possuem mais dificuldade para divulgar suas pesquisas do que os pesquisadores das área humanas.
        - ✓ Alguns pensam que quando o jornalista da DIRCO vai divulgar sua pesquisa, irá publicar o seu artigo como se fosse uma revista científica

- ✓ Os jornalistas explicam que a divulgação da DIRCO é uma forma de popularizar os experimentos deles e ao mesmo tempo popularizar a ciência transformando em uma linguagem mais acessível e informando links para ter acesso a mais informações sobre essa pesquisa.
- ✓ Fazem reunião de pauta todo mês e aqueles jornalistas que mais gostam de divulgação científica trazem o que estão vendo, observando na universidade.
- ✓ Tem gente que tem medo de divulgar as vezes os jornalistas vão falar com os pesquisadores e eles não dão muita atenção dizendo por exemplo que estão desenvolvendo os relatórios, mas as vezes dá entrevistas pra a mídia fora da universidade.
- ✓ UFU no plural está tendo uma boa aceitação entre os pesquisadores tanto que ta tendo uma fila para os programas, mas é uma TV educativa, sem fins de ibope e alguns pesquisadores querem falar em lugar com mais ibope tipo a globo.
- ✓ Percebe-se que as matérias que saem no site da UFU estão sendo usadas pela imprensa local para divulgação
- ✓ Os veículos da cidade buscam o site da UFU como fonte de informação.
- ✓ Um dos objetivos dessa nova gestão era isso que a UFU fizesse a pauta para a imprensa. Antes sentia que tinha uma pressão da imprensa querendo pautar a UFU. Então eles falavam o queria ouvir da UFU. Agora reverter esse sentido pois a imprensa que procura a UFU e suas matérias.
- ✓ O Comunica é um instrumento importante para isso, pois assim a imprensa esta podendo beber na fonte de informação da UFU.
- ✓ A DIRCO está construindo um programa de fontes dos professores, o que cada professor pesquisa, para ficar mais fácil identificar o professor de cada área.
- ✓ Para a diretora o jornal é fonte documental importantíssima
- ✓ Está aprendendo muito na parte administrativa com essa direção. O desafio é aprender.
- ✓ A diretora foi convidada para ser diretora. Não participou do processo eleitoral.
- ✓ Já orientou muitos alunos em relação a comunicação em vários cursos como artes, música, história, entre outros.
- ✓ Vinha da EDUFU, onde reiniciou o órgão do 0 e deixou funcionando com vários títulos e boa relação com a universidade.
- ✓ Quando foi convidada a primeira coisa que queria saber foi como estava a DIRCO, pois uma das promessas da gestão na campanha foi reabrir a DIRCO.
- ✓ Disseram que a gestão (adm/dinheiro) seria da Fundação RTU seria por conta do João batista Amaral.
- ✓ Estava acostumada a trabalhar com interdisciplinaridade, quando chegou na DIRCO, foi franca disse que não era jornalista, mas estava ali para aprender para fazer o melhor que estivesse ao seu alcance para reerguer o departamento.
- ✓ Encontrou problemas com a falta de comprometimento dos funcionários antigos que possuem outros trabalhos fora da UFU, ainda mais pelo fato que o departamento estava praticamente fechado quando chegou.
- ✓ A primeira coisa que fez como historiadora que é, foi levantar a história, o passado do departamento, um panorama.
- ✓ Dirco = luta de egos x fogueira de vaidades, um querendo derrubar o outro.
- ✓ Houve muitos roubos pela falta de organização do setor.

- ✓ Anterior a eles o gestor foi o Lucimar que era administrador. Fez um bom trabalho na parte administrativa e não deixou dividas, mas não tinha noções de comunicação.
- ✓ O programa do antigo reitor deixou de ser feito pela DIRCO e passou a ser feito por uma empresa particular, para fazer sua assessoria.
- ✓ Quando a diretora assumiu ela teve que começar do 0, porque não tinham nem moveis mais.
  - ✓ Toda a comunicação estava sendo feita pelo CTI, nem passava pela DIRCO
  - ✓ O CTI disse que fazia uma péssima comunicação, pois não tinha noção e qualquer conteúdo que tinham jogavam na página da UFU
  - ✓ Colocava notícias, comunicados sem separação, sem pauta, com notícias de caráter duvidoso provocando polemicas na imprensa
  - ✓ Quanto aos críticos de ter dois portais foi inspirado em outras universidades como Harvard, Paris, com um portal de comunicação com entradas e fontes para a imprensa.
  - ✓ Portal feito pelo CTI que conhece a fundo a UFU, seu público e o que precisava
  - ✓ Questão de comunicação pública é complicado, pois as vezes pensão que estão fazendo é propaganda.
  - ✓ Sabe que o Comunica tem alguns problemas, mas é muito bom, porque trouxe todo o trabalho e comunicação de informação de volta para a DIRCO
  - ✓ Outro ponto retomado nessa gestão da DIRCO foram os estagiários no departamento. Hoje tem 12 alunos.
    - ✓ Não tinha comando,tanto que um jornalista vigiava e liberava o outro.
    - ✓ Quando começou tinha que organizar a relação e parceria com RTU.
    - ✓ Lançou folder para ter como “norte” e apresentação, atribuições da DIRCO, Veículos e meios de comunicação, metas previstas e não atribuições da DIRCO. Em 2014 relançou esse folder de ações.
    - ✓ Primeira coisa que pediu foi carta branca sem política na comunicação. Teve por exemplo o projeto de pesquisa de pesquisador que era diretor da outra gestão mas ela disse que não importava em divulgar se é importante para a UFU vai divulgar
    - ✓ Se a pessoa tem uma grande pesquisa não interessa quem ela seja interessa a importância para a UFU.
    - ✓ No folder:quem nos éramos? Qual nossa relação com a comunidade? Qual a relação com os meios de comunicação da cidade? Pequeno plano de trabalho
    - ✓ A diretora a principio sentiu uma rejeição dos jornalistas. Precisou conversar com os professores do curso de jornalismo por conta da grande resistência, causando até alguns tumultos dizendo que quem deveria administrar a DIRCO seria o jornalismo. Foram até a ouvidoria, para assim acertar os ponteiros.
    - ✓ Posso não saber de jornalismo como os jornalistas, mas sei e tento o que for possível para a comunicação respeitando os profissionais da área.
    - ✓ Primeira vez que a DIRCO teve um centro de custo dentro do orçamento da UFU, foi refeito o departamento mobiliando, comprando equipamentos (câmeras, fones, ipods) para os profissionais, a DIRCO possui 3 veículos dentro da UFU, tem fotografo e estagiários. Tem jornalista terminando doutorado e outro será liberado para fazer capacitação, política de qualificação.
    - ✓ Atual diretora assumiu dia 1º de abril de 2013

- ✓ As mídias sociais da UFU serão reformuladas para entrar nos padrões sugeridos durante o evento citado no inicio desse capítulo – análise critica do profissional
- ✓ Graduada, mestre e doutora pela USP
- ✓ Distanciamento: eu sou jornalista x você é historiador, mas tenta entender.
- ✓ No primeiro ano dessa gestão foi contratada a consultoria da empresa Somma. Entre os cursos oferecidos foi dado o de media tranning.
- ✓ Reitoria entende hoje que a Comunicação Social não é uma assessoria da reitoria. É a comunicação que a UFU deve fazer para ela mesma comunidade externamente.
- ✓ Se eles quisessem uma assessoria, bastaria dois jornalistas.
- ✓ Toda segunda a tarde tem reunião com a diretoria, passando o que foi/será feito.
- ✓ UFU no plural foi passado para a reitoria. Criado para falar dos diversos assuntos e pesquisas que ocorrem na UFU, para seu público e a comunidade em geral. Se interessa a comunidade e a universidade está envolvida então é pauta para o programa.
- ✓ A diretora ou quem ela indica é quem faz o editorial do jornal.
- ✓ Outra preocupação foi uma periodicidade certa para cada jornal.
- ✓ Passou a dividir responsabilidades dentro da DIRCO
- ✓ O jornal para atrair textos de professores deve ter INSS. Assim nessa getao foi implantada essa norma. Por isso tem que ter periodicidade
- ✓ Foi construído um “plano” junto com toda a DIRCO. Tinha um plano na gaveta, assim ele foi refeito para poder recomeçar a DIRCO. Não seria um plano de comunicação, mas um plano de como recomeçar;
- ✓ A primeira coisa foi seguir o folder com metas.
- ✓ A gestão teve a comunicação como meta, assim começou a incentivar e criou centro de custo para o departamento.
- ✓ A nova meta é passar a publicar as produções, pesquisas da UFU, livros, revistas da EDUFU como dicas nas redes sociais da UFU.
- ✓ Precisava de dois coordenadores de área para colocar mais gestão no setor
- ✓ Repetiu que está convencida que não precisa de um editor
- ✓ O carro chefe da comunicação na UFU seria o Comunica
- ✓ Todo jornal traz a divulgação de uma pesquisa
- ✓ A intenção de fechar no formato: uma parte para divulgação de livros da EDUFU, outra parte para gente da gente destacando servidores da UFU, algo de extensão como aleitamento materno, cursos da UFU, sobre o hospital, algo sobre a universidade (políticas de distribuição do orçamento), alguma pesquisa, textos políticos ( gostaria que o jornal tivesse dimensão sobre o que conhecem) pegando temas da atualidade e especialistas/pesquisadores escrevendo sobre
- ✓ Problemas da UFU ser tratado em nível nacional adequando a UFU e discutir politicamente
- ✓ Professores da ESEBA estão usando o jornal para trabalhar em sala para criar discussões através das leituras
- ✓ Jornal é encaminhado para autoridades locais, regionais e nacional
- ✓ Não veio para esconder as coisas debaixo do tapete
- ✓ Está buscando ajuda na administração para poder movimentar e interagir DIRCO e Fundação

- ✓ Hoje as pessoas da Fundação e DIRCO conversam, trocam informações
- ✓ Ferramentas para fazer comunicação DIRCO: Jornal da UFU e Comunica
- ✓ A DIRCO conta com um setor de marketing – faz diagramação do jornal, outdoor, processo de criação da gráfica e tudo do marketing.
- ✓ UFU foi contemplada com o projeto Ginga Brasil que está relacionado com a digitalização da TV. Concurso com vaga para 10 universidades. Ganhou em 5º. Interdisciplinaridade nesse projeto entrou turma da engenharia elétrica.
- ✓ Duas rádios aprovadas: Ituiutaba e Monte Carmelo
- ✓ Os campus fora de Uberlândia mandam todas as notícias para a DIRCO. Eles tem um site entre eles, mas o site vai ser cortando quando o novo portal da UFU estiver pronto
- ✓ Os programas de rádio serão gerados na RTU Uberlândia e levados para Monte e Ituiutaba, pois não serão montados departamentos de comunicação em cada campus, será tudo feito pela DIRCO. Se esses campus tiver algum programa regional e quiser levar para a radio Uberlândia poderá ser feito.
- ✓ A radio da universidade é educativa e cultural. Estão tentando criar novos programas, aumentar o telejornalismo. Cinco novos programas. Programas antigos terão que ser reformulados, reciclados.
- ✓ A DIRCO (comissão) está visitando os departamentos de comunicação de outras universidades para terem uma noção de como funciona em outros lugares e trazer inovações. Já foram na USP e UFOP.
- ✓ A experiência obtida até o momento é que a comunicação na USP enfrenta problemas não é tão levada a serio.
- ✓ Trazendo gente para discutir comunicação na UFU e visitando outros lugares para discutir.
- ✓ UFOP = pouca gente, mas usam muito a criatividade, produzindo ótimos trabalho. O pouco produz muito. Usam a interdisciplinaridade. Cenários feitos pela turma de artes, textos junto com letras. Tem parcerias junto com a comunicação.
- ✓ Perguntei se seria possível um dia fazer comunicação com parcerias com as outras áreas, se existia a proposta de unir as pessoas na UFU para fazer a comunicação.
- ✓ O que se vê é que a UFU não sabe o que é comunicação e a importância da comunicação social. Não só a UFU, mas todas as universidades falta planejamento, falta metas, falta dinheiro, falta investimento.
- ✓ Se não for por parcerias a comunicação não crescerá dentro da universidade
- ✓ A universidade não sabe a força da comunicação. Nas reuniões propõe novos programas, pede pro reitor falar e tals, mas não vêem tanta importância.
- ✓ As vezes a reitoria toma decisões da área de comunicação e nem é de conhecimento do departamento.
- ✓ O curso de comunicação foi um grande benefício para a UFU, para a Universidade começar a conhecer a importância dessa ciência, além de estar formando muitos bons profissionais, mas a UFU ainda não sabe o que é comunicação.
- ✓ No inicio pegava o jornal e entregava para os diretores de departamentos nas reuniões e nem davam importância ou só liam quando sabiam que tinham matérias de suas áreas, se não tivessem nem pegavam “só olha pro seu umbigo, não olha para o que está acontecendo”

- ✓ Uma proposta da empresa que deu consultoria foi organizar um café com os pesquisadores e ir propondo que eles se comuniquem e assim conheçam suas pesquisas
- ✓ O medo é de que faça a reunião e os pesquisadores não apareçam
- ✓ Os pesquisadores da UFU não tem engajamento. Falam que não tem agenda, tem que dar aulas, tem que fazer relatórios
- ✓ A diretora disse que tem a proposta de começar com poucos pesquisadores de cada área e depois ir expandindo para os demais, uns irem passando para outros
- ✓ Proposta de fazer vt's, programas de rádio sobre pesquisas
- ✓ Pesquisadores quando mandam algo para a divulgação não querem seguir as normas, quer burlar o sistema, fazer do jeito deles.
- ✓ Os jornalistas estão visitando os pesquisadores em seus departamentos em cada unidade acadêmica e dizer o que a DIRCO Pode fazer para eles
- ✓ Tem dificuldade dos pesquisadores em divulgar já propôs para a Faculdade de Economia fizesse um programa no rádio do CEPES divulgando os índices de economia de forma popular. Falam na mídia, mas não falam na UFU. Conselhos de como gastar
- ✓ O programa de rádio sobre pesquisas fala com mais pessoas de outras universidades do que com pessoas da UFU, pois não há comprometimento. Marcam e não aparecem. Tem que trabalhar nas ameaças ou você vem ou falo que o pessoal não quer falar. Ou já teve caso de diretora ir substituir outra pessoa para falar de determinado assunto.
- ✓ UFU no plural marca com o entrevistado dois dias antes, ensaiá, faz pauta e confirma 100% se irá comparecer, pois tem gastos com profissionais para gravar com roupa, cabelo e maquiagem da apresentadora. As vezes não aparece
- ✓ Para a diretora isso é reflexo de falta de entendimento sobre a comunicação e do dever institucional que um pesquisador que recebe bolsas e incentivos em devolver isso para a comunidade em forma de comunicação e divulgação
- ✓ Alguns pesquisadores usam termos de difícil compreensão para divulgar suas pesquisas e não gostam de explicar para os jornalistas para fazer uma comunicação mais simples
- ✓ As pessoas na UFU não sabem o que é Comunicação pública. Acha que eles pensam que a comunicação na UFU é para assessorar o reitor. Não é isso que essa reitoria e essa gestão quer.
- ✓ Segundo Marilia a Comunicação Pública na UFU é bem formatada. O comportamento público é diferente do mercado. Na UFU o processo de comunicação é errado, em qualquer lugar, não existe aquela constituição ideal.
- ✓ A comunicação na UFU está tão viciada que se o marketing não fizer o mínimo (briefing) nada lá na frente sairá correto, porque La não tem um fluxo de informação correto, ela tem que construir.
- ✓ A Comunicação da UFU era como feudos cristalizados, a nova diretora que vem chutando o balde, quebrando a resistência aos poucos.
- ✓ Antes a assessoria do reitor ficava fora do campus e a RTU era laboratório da engenharia elétrica
- ✓ Projeto burguês da ditadura. Antes não tinha a idéia de se criar algo legal para a Comunicação Pública. Fruto da ditadura, inclusive os blocos em fila. Uma fila não conversa e não troca informações com a outra. A comunicação não chega assim. O que o I faz o G não fica sabendo.

- ✓ O que quebrou um pouco foi o centro de convivência que começou a quebrar e depois a internet com intranet.
- ✓ Esse fluxo de comunicação entre os blocos é que deve ser construído
- ✓ A universidade tem uma excelente imagem fora dela e dentro não tem
- ✓ Tem aluno do jornalismo que não sabe onde fica a radio e TV – falta essa comunicação interna
  - ✓ Esse processo de comunicação deve ser trabalhado
  - ✓ Criar planejamento já se criaram milhões. Deve fazer um bom e executar
  - ✓ Existe uma resistência crônica a mudanças, não quer trabalhar, contamina
  - ✓ A proposta dessa gestão é organizar a questão de fluxos, gestão, pois a comunicação é precária, envolve muita questão reitoreira. “Na gestão fazia isso, fazia aquilo”
    - ✓ As outras gestões nunca pensaram em comunicação
    - ✓ Hoje a DIRCO discute comunicação com a RTU, assessoria, todos juntos
    - ✓ Viagens vai uma comissão de cada setor
    - ✓ A radio está bem posicionada no mercado. É a terceira da cidade, é bem ouvida
    - ✓ Tem que ter algumas alterações: tipo não tem divulgação da freqüência da radio que é 107,5
      - ✓ A reitoria resolve algumas coisas de comunicação sozinhos e deixa a diretora para trás, já anunciou na imprensa
      - ✓ Não existe o conceito de comunicação entre reitores e pró-reitoria
      - ✓ O reitor fala uma coisa na reunião, o vice reitor fala outra sobre o mesmo assunto
      - ✓ Quebrar esses costumes, culturas é algo bem difícil, um desafio
      - ✓ Está organizando banco de imagens. Tem muitos arquivos mas quando precisa não encontra, pois está desorganizado.
      - ✓ As pessoas não tem horário. Mesma hora que vão a tarde, já vão de manhã. Entram de férias e deixam projetos para ultima hora.
      - ✓ Os funcionários devem entender que estão trabalhando para o povo.