

## Diagnóstico eixo temático Infraestrutura: **ESTRATÉGIAS E MEIOS PARA A COMUNICAÇÃO INTERNA E EXTERNA**

A Assessoria de Comunicação Social (ACS) tem como uma de suas principais atribuições a definição e a implementação de estratégias de comunicação social na Instituição. Os delineamentos destas estratégias, geralmente feitos caso a caso, levam em consideração principalmente o público-alvo para o qual se destinam. Pois é a partir da definição deste público que acontece também a escolha dos meios de comunicação a serem empregados para que a informação seja produzida e distribuída da maneira mais exitosa possível.

Dessa forma, como a ACS trabalha com o tratamento e divulgação de informações provenientes dos mais diversos setores e campi da Unipampa e que possuem, conseqüentemente, diferentes públicos-alvo, existem atualmente alguns meios utilizados pelo setor, seja internamente para a comunicação com técnico-administrativos, docentes e discentes, seja externamente para a comunicação com a sociedade e seus vários públicos de interesse.

Meios utilizados pela ACS para comunicação interna e externa:

**Portal institucional:** o portal institucional ([www.unipampa.edu.br](http://www.unipampa.edu.br)) é o principal meio utilizado para comunicação com públicos internos e externos. A ACS é atualmente responsável pela publicação de material noticioso no espaço “Notícias”; criação de materiais gráficos para ampliar a divulgação de assuntos relevantes às comunidades interna e externa que são publicados como *slide*; relatos de acontecimentos da gestão superior em “Acontece na Reitoria” e a produção e publicação de vídeos jornalísticos e informativos na área “Vídeos”. Além disso, a Assessoria é também responsável, em parceria com a Diretoria de Tecnologia da Informação e Comunicação (DTIC), pela organização e disposição das informações (arquitetura da informação) do portal.

**Divulgação Científica do Pampa:** em 2018 a ACS lançou a Divulgação Científica do Pampa (Dicipa) (<http://novoportal.unipampa.edu.br/dicipa>) que tem como proposta levar ao público externo e interno o conhecimento científico, dissipando informações relevantes à sociedade, em um formato acessível e conectado. Por meio de um site e de páginas nas redes sociais, a Dicipa divulga projetos de pesquisa desenvolvidos na Unipampa, utilizando-se de conteúdos jornalísticos como notícias, reportagens, entrevistas, vídeos, etc. Além disso, também é possível conhecer a produção acadêmica, por meio do acesso aos principais trabalhos do(a) pesquisador(a) na área.

**Envio de boletins à imprensa:** além das notícias publicadas no portal institucional, a ACS também produz boletins para a imprensa. Os textos dos releases são adaptados de acordo com as características dos veículos de comunicação (jornal impresso, rádio, televisão, sites e revistas), que possuem linguagem própria que deve ser considerada no momento da produção.

**Relacionamento com a imprensa:** O relacionamento com a imprensa ocorre por meio do envio de sugestões de pauta, agendamento e mediação de entrevistas. Também são produzidos press kits para entrega em eventos institucionais.

**Newsletter/e-mail marketing:** a fim de ampliar a divulgação de campanha, assuntos e informações consideradas de extrema relevância à comunidade interna da Unipampa, a ACS também realiza o envio de e-mails para as listas de endereços de alunos e servidores.

**Mídias sociais:** a ACS é a responsável pelo gerenciamento dos canais oficiais da Unipampa nas mídias sociais. As publicações nesses canais são realizadas a partir de notícias, editais, avisos e materiais de divulgação, sempre considerando a linguagem ideal para atingir cada tipo de público. Além da publicação de conteúdo a ACS realiza o atendimento às dúvidas e comentários recebidos através desses canais, primando pela eficiência e qualidade da informação ali prestada. Atualmente, a Unipampa está oficialmente em apenas duas mídias sociais: Facebook ([www.facebook.com/UnipampaOficial](http://www.facebook.com/UnipampaOficial)) e Twitter ([www.twitter.com/UnipampaOficial](http://www.twitter.com/UnipampaOficial)).

**Material publicitário impresso:** muitas das campanhas publicitárias de cunho institucional produzidas pela ACS a pedido de setores e eventos são veiculadas apenas digitalmente (via portal e sites institucionais, e-mails e mídias sociais). No entanto, em algumas campanhas há a

necessidade e a disponibilização de verba para a produção de material gráfico, como cartazes, folders, panfletos, banners, faixas, etc., como é o caso da campanha para ingresso via Sistema de Seleção Unificada (SiSU) e para o Salão Internacional de Ensino, Pesquisa e Extensão (SIEPE). Nestes casos, a ACS realiza a criação dos layouts gráficos seguindo as normas técnicas pertinentes e as estratégias de comunicação publicitária definidas previamente com o solicitante. E por fim, faz o encaminhamento para a produção em gráficas contratadas pela Universidade.

**Gestão do cerimonial de eventos:** a ACS é responsável pela organização dos eventos institucionais promovidos pelo Gabinete da Reitoria e Pró-Reitorias, bem como dá suporte aos eventos realizados nos campi da Instituição sempre que demandada.

### **C. Metas pactuadas no último PDI**

Este eixo temático não estava previsto no Plano de Desenvolvimento Institucional anterior. Relacionado a este assunto havia apenas a iniciativa “Adequação dos fluxos de comunicação” dentro do Objetivo 2: “Aperfeiçoar os processos de comunicação interna e externa” do Eixo Aperfeiçoamento Institucional.

### **D. Análise de potencialidades**

É perceptível que a comunicação é elemento estratégico para o desenvolvimento institucional da Unipampa, pois é capaz de atuar direcionada para o público interno e para o público externo.

Assim, a futura construção de uma **Política Institucional de Comunicação Social** deverá definir as diretrizes, valores e princípios da comunicação na e para a Unipampa apresenta-se como uma das mais proeminentes potencialidades para este eixo. Organizar e sistematizar uma Política Institucional de Comunicação Social para a Unipampa significa pensar com quem ela se comunica, o que ela quer e/ou precisa comunicar e de que forma ela pode fazê-lo de maneira mais eficaz.

Ligado a Política, faz-se necessária a construção também de um **Plano de Comunicação** que contemple o planejamento e previsão de ações relacionadas à divulgação

das ações desenvolvidas na e pela Universidade, com a participação de docentes, discentes e técnico-administrativos.

Tanto a Política quanto o Plano de Comunicação devem ser pautados pelo objetivo de integração da Unipampa com a comunidade na qual está inserida, respeitando e valorizando a construção coletiva de sua comunidade acadêmica, observando questões de acessibilidade e diversidade que permeiam este PDI, e garantindo a transparência e a visibilidade das ações da Universidade.

### **E. Análise de fragilidades**

Uma das principais fragilidades da comunicação atualmente na Unipampa é justamente a ausência de uma **Política Institucional de Comunicação Social**. A carência de diretrizes, valores e princípios previamente estabelecidos para a comunicação social da Instituição prejudica o direcionamento e alinhamento das futuras estratégias comunicacionais.



