



UNICAMP



FACULDADE DE
ENFERMAGEM



POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO

Faculdade de Enfermagem

Universidade Estadual de Campinas



CAMPINAS

2022

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS
FACULDADE DE ENFERMAGEM

POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO DA
FACULDADE DE ENFERMAGEM DA UNICAMP

Política de Comunicação da Faculdade de Enfermagem da Unicamp elaborada pela servidora Letícia Fabiane Zanotto e aprovada na reunião da Congregação da Faculdade de Enfermagem em 11 de fevereiro de 2022.

CAMPINAS

2022

UNICAMP
FACULDADE DE CIÊNCIAS MÉDICAS
BIBLIOTECA

Ficha catalográfica elaborada por
Maristella Soares dos Santos
CRB8/8402

Z172p Zanotto, Letícia Fabiane.

Política de comunicação da Faculdade de Enfermagem da Unicamp /
elaborada por Letícia Fabiane Zanotto. - Campinas, SP : [s.n.], 2022.
18 p. PDF

“Aprovada na reunião da Congregação da Faculdade de Enfermagem em
11 de fevereiro de 2022.”

1. Política de comunicação. 2. Comunicação empresarial. 3.
Planejamento da comunicação. 4. Ensino superior - Administração. I.
Universidade Estadual de Campinas. Faculdade de Enfermagem. II. Título.

CDD. 658.45

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	6
2. CONCEPÇÃO DA POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO DA FENF	9
2.1. CONCEITO DE POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO	9
2.2. CONCEITO DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL	9
2.3. OBJETIVOS GERAIS	9
2.4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	9
2.5. PRINCÍPIOS	10
2.6. PÚBLICOS DA FACULDADE DE ENFERMAGEM DA UNICAMP	11
3. GESTÃO DA COMUNICAÇÃO	13
3.1. MACROPROCESSOS	13
3.2. DIRETRIZES	14
3.3. GESTÃO DA POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO	16
3.4. RECURSOS PARA A COMUNICAÇÃO	16
3.5. RESPONSABILIDADES	17
4. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	19



INTRODUÇÃO

3 // // // // //

1. INTRODUÇÃO

Silveira (2012) percebe a Política de Comunicação como um processo articulado da comunicação organizacional que define valores, objetivos, diretrizes, normas e estruturas, e tem como finalidade a orientação e o desenvolvimento de ações, estratégias e produtos da área de comunicação de uma organização.

O desafio de coincidir a educação pública, gratuita e de qualidade com as exigências sociais de divulgação científica e entrega de produtos no setor público demanda estruturação e funcionamento da comunicação da Faculdade de Enfermagem (FEnf) da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp). Perceber as tendências tecnológicas, compreender as dinâmicas das plataformas digitais, organizando a produção e divulgação de conteúdos e aproximar o relacionamento com os diversos públicos são ações necessárias para a consolidação do planejamento estratégico da comunicação no âmbito da FEnf.

A comunicação que é realizada nas organizações, comunicação organizacional (CO), se estabelece como um “conjunto integrado de ações, estratégias, planos, políticas e produtos planejados e desenvolvidos por uma organização para estabelecer a relação permanente e sistemática com todos os seus públicos de interesse” (BUENO, 2009, p. 3-4).

A Política de Comunicação apresenta a concepção, a função e as estratégias de comunicação, estabelecidas para integrar a FEnf com a comunidade interna e externa da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp).

Elaborar uma Política de Comunicação para uma instituição de excelência no ensino, pesquisa e extensão implica considerar os aspectos éticos, políticos, institucionais e a pluralidade dos seus membros.

A formulação da Política de Comunicação foi fundamentada na missão, visão e valores da Faculdade de Enfermagem, objetivando fortalecer e consolidar-se em três eixos:

- I. Projeção estratégica da comunicação interna e externa para o avanço da comunicação da FEnf e a abrangência de resultados de qualidade na oferta da educação pública, gratuita e de excelência;
- II. Organização da comunicação como meio de divulgação científica, promovendo informação ao público de forma transparente e consistente à comunidade, aos

discentes, servidores e demais públicos de interesse, consoante os valores da gestão ética, democrática, sustentável, equânime e solidária;

- III. Promoção da visibilidade da FEnf em suas produções técnicas e científicas, nas parcerias de cooperação nacionais e internacionais e em projetos de ensino, pesquisa e extensão de discentes, docentes e servidores não docentes da Faculdade de Enfermagem.

Os três eixos de atuação para a consolidação da comunicação da Faculdade de Enfermagem da Unicamp, por serem amplos e integrados levaram à elaboração da política e prevê o desenvolvimento de outros documentos que recomendem procedimentos e normas de comunicação internos.

A Política de Comunicação foi elaborada pelo setor de Comunicação da Faculdade de Enfermagem (Comunica/FEnf), divulgada para discussão em ambiente virtual e aprovada no dia 11 de fevereiro de 2022, durante a 77ª Reunião Ordinária da Congregação da Faculdade de Enfermagem da Unicamp.

**CONCEPÇÃO DA
POLÍTICA DE
COMUNICAÇÃO DA FENF**
////////

2. CONCEPÇÃO DA POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO DA FENF

2.1. CONCEITO DE POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO

Uma política de comunicação é compreendida como um processo articulado de definição de valores, objetivos, diretrizes, normas e estruturas, cuja finalidade é orientar o desenvolvimento de ações, estratégias e produtos de comunicação para uma organização, tendo em vista o seu relacionamento com os diversos públicos de interesse (BUENO, 2015).

2.2. CONCEITO DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

Segundo Kunsch (2003), a Comunicação Institucional visa à construção da imagem e da identidade corporativa positiva de uma organização, para que sua personalidade seja vista com crédito perante a opinião de seus públicos. Essa comunicação pretende estabelecer uma compreensão do significado da organização, seu papel, sua razão de existir, tanto interna quanto externamente.

Por ser uma instituição de ensino superior, a Faculdade de Enfermagem da Universidade Estadual de Campinas considera que a Comunicação Institucional tem como principal objetivo fortalecer o vínculo da instituição com a comunidade.

2.3. OBJETIVOS GERAIS

- Idealizar a identidade da comunicação da Faculdade de Enfermagem da Unicamp, orientando ações e processos de comunicação institucional;
- Estabelecer um processo de comunicação para o fortalecimento da divulgação científica da FEnf e a integração do ensino, pesquisa, extensão, inovação e internacionalização;
- Construir uma cultura de comunicação e consolidar um processo participativo e estratégico da comunidade para fortalecer a identidade institucional da Faculdade de Enfermagem da Unicamp;

2.4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Estabelecer um fluxo de comunicação permanente entre a Faculdade de Enfermagem, seus membros e a comunidade;

- Ampliar a visibilidade da Faculdade de Enfermagem da Unicamp perante a comunidade interna e externa da Universidade e nos relacionamentos interinstitucionais nacionais e internacionais;
- Estabelecer canais que possibilitem o fortalecimento do relacionamento facilitado e transparente com a comunidade interna e externa da FEnf.
- Propor diretrizes de gestão da marca e da identidade visual com a finalidade de padronizar documentos e uso da marca institucional interna e externamente à Faculdade de Enfermagem.

2.5. PRINCÍPIOS

2.5.1. Ética e responsabilidade socioambiental.

Zelar pela construção e manutenção de relacionamentos com a comunidade e difusão do conhecimento pautados em princípios éticos de transparência, honestidade e respeito aos direitos humanos, aos direitos e deveres inerentes ao exercício da cidadania, à democracia à responsabilidade socioambiental, à defesa da pluralidade e o cumprimento dos deveres públicos e organizacionais.

2.5.2. Impessoalidade.

Conforme Artigo 2º, parágrafo único, III, da Lei nº 9.784/99, “O princípio da impessoalidade estabelece o dever de imparcialidade na defesa do interesse público, impedindo discriminações e privilégios indevidamente dispensados a particulares no exercício da função administrativa. Além do mais, possui outro aspecto importante, a atuação dos agentes públicos é imputada ao Estado, portanto, as realizações não devem ser atribuídas à pessoa física do agente público, mas à pessoa jurídica estatal a que estiver ligado”, sendo assim, a comunicação deve atuar de forma equânime na propagação de informações. É inadmissível que seja utilizado de recursos públicos para a promoção pessoal e/ou de entidades privadas.

2.5.3. Atuação em rede.

Valorização da expertise em comunicação, do trabalho coletivo e de formação de parcerias institucionais, nacionais e internacionais, para a troca de experiências, o compartilhamento de saberes e o desenvolvimento de projetos conjuntos.

2.5.4. Inclusão

As boas práticas de comunicação inclusiva se baseiam no respeito às diversidades, na inclusão social, na busca da acessibilidade e eliminação de ruídos no fluxo de informação, pois prevê que o acesso à informação seja unânime.

2.6. PÚBLICOS DA FACULDADE DE ENFERMAGEM DA UNICAMP

Para que haja coerência com os princípios da comunicação, é necessária ampla relação entre indivíduos, sendo assim, no cenário da instituição universitária, há que se definir seus diferentes públicos:

a) Comunidade acadêmica: a comunidade acadêmica da Faculdade de Enfermagem engloba todas as pessoas que participam diretamente das atividades internas de ensino, pesquisa, extensão, assistência e gestão em todos os níveis;

b) Comunidade em geral: abrange a comunidade externa da Faculdade de Enfermagem, estudantes em potencial, demais Faculdades, Institutos, Núcleos e Órgãos da Universidade, profissionais da área da saúde, outras instituições de ensino superior (IES) e de pesquisa e a imprensa;

c) Egressos: público constituído por todos aqueles que em algum momento mantiveram vínculo em qualquer nível de ensino da Faculdade de Enfermagem. Trata-se de público considerado estratégico, pois também representa a imagem da Instituição na sociedade e dissemina os valores institucionais.

GESTÃO DA COMUNICAÇÃO

3
////////

3. GESTÃO DA COMUNICAÇÃO

3.1. MACROPROCESSOS

Segundo De Sordi (2005), macroprocesso pode ser conceituado como um conjunto de processos agrupados, que convergem para um objetivo comum, cujo funcionamento tem forte impacto sobre as demais funções da organização, permitindo um maior entendimento da cadeia de processos.

Os macroprocessos considerados essências para a área de Comunicação da Faculdade de Enfermagem da Unicamp estão citados abaixo.

Comunicação interna: macroprocesso que reúne todos os setores da Faculdade de Enfermagem, senso compostos por servidores técnico-administrativos, servidores docentes, discentes e demais públicos caracterizados como internos pela Unidade, com interação e participação de todos, favorecendo a livre circulação de ideias e tempo hábil para *feedbacks*. Todos os membros da FEnf devem estar orientados sobre a importância da comunicação como ferramenta dissipação de informações, bem como sobre sua responsabilidade nesse processo.

Assessoria de imprensa: de acordo com Bueno (2015), a Assessoria de Imprensa compreende o conjunto de estratégias e ações desenvolvidas com o objetivo de estabelecer canais de comunicação entre uma organização, instituição ou mesmo uma pessoa e os meios de comunicação em geral e os profissionais de imprensa em particular. Entende-se que a assessoria de imprensa da FEnf deve cumprir o papel de gestão das relações da Unidade com os veículos de comunicação, fornecer informações, atender a imprensa em suas demandas ou esclarecimentos relacionados à Faculdade de Enfermagem e/ou suas atividades e membros, além de ser responsável pela redação de textos jornalísticos para envio à imprensa.

Organização e realização de eventos: eventos são acontecimentos estrategicamente planejados para atrair e mobilizar toda a comunidade da Faculdade de Enfermagem. A promoção de eventos está articulada às estratégias de comunicação e pressupõe as etapas de planejamento, execução e avaliação.

Divulgação científica: processo de circulação da produção de conhecimento desenvolvido pelos discentes, docentes, pesquisadores e servidores técnico-administrativos da Faculdade de Enfermagem e que se destina à comunidade interna e externa da Universidade.

Campanhas de ingresso: ações de divulgação dos cursos e vagas para captação de novos estudantes para a graduação e pós-graduação.

Comunicação digital: comunicação administrada por meio de plataformas digitais, sejam elas mídias sociais ou plataformas informativas.

Gestão de riscos e crises: gerenciamento de ações com o objetivo de prognosticar, prevenir e minimizar situações que possam gerar conflitos e se transformar em ameaças à reputação da Faculdade de Enfermagem e/ou da Universidade Estadual de Campinas.

Gestão da marca e da identidade visual: utilização adequada da marca e da identidade visual da Faculdade de Enfermagem.

Monitoramento e gestão de canais de relacionamento: processos para acompanhar e avaliar a imagem e a reputação da Faculdade junto a comunidade interna e externa. Inclui a análise dos números e a classificação dos conteúdos de interesse, com o objetivo de manter a visibilidade da FEnf.

Publicidade: gerenciamento de publicações nos meios de comunicação da Faculdade de Enfermagem, seja de divulgação científica ou de promoção de eventos.

3.2. DIRETRIZES

Comunicação interna. A comunicação interna deve ter como principal objetivo a disseminação de informações qualificadas, transparentes e fundamentadas, o comprometimento aos princípios e valores da Universidade de toda a comunidade interna da FEnf e a consolidação de uma cultura organizacional.

Assessoria de imprensa. Empenhar para uma proximidade e parceria na relação com os veículos e profissionais de comunicação, atuando de forma estratégica e cultivando a transparência, cordialidade e eficiência. Deve se responsabilizar pela adequação das informações para que estejam de acordo com a linguagem jornalística.

O setor de comunicação deve estar direcionado a reconhecer as oportunidades e atender as demandas de imprensa com *deadline* alinhado; promover espaços de interação como visitas e produção de materiais de interesse da comunidade. Para que este relacionamento seja efetivo e de excelência, é imprescindível que os bancos de imagens e de dados institucionais estejam sempre atualizados e de alta qualidade.

Organização e realização de eventos. A organização e a realização de eventos são consideradas no apoio às comissões organizadoras, na coordenação dos processos de divulgação, da elaboração de materiais de divulgação, na expedição dos convites dos convidados, palestrantes e autoridades, na organização do cerimonial, no credenciamento dos participantes, no atendimento ao público, nos registros fotográficos e na emissão de certificados.

Divulgação científica. A divulgação científica deve ter como premissa a disseminação do conhecimento científico produzido pela comunidade interna da Faculdade de Enfermagem para o público externo da FEnf e da Universidade por meio dos canais de comunicação e imprensa. Para tanto, recomenda-se a parceria com as secretarias de graduação, pós-graduação, pesquisa e extensão, objetivando acesso às pesquisas desenvolvidas no âmbito nacional e internacional.

Campanhas de ingresso. O desenvolvimento de estratégias para a captação de candidatos para os cursos de graduação e pós-graduação é imprescindível para a visibilidade da Faculdade de Enfermagem. Sendo assim, a realização de campanhas para ingresso e divulgação dos cursos de forma intermitente é uma ferramenta essencial. Cabe à comunicação, em parceria com as comissões de graduação, pós-graduação, pesquisa e extensão da Unidade a concepção e gestão dessas campanhas, e a divulgação clara e constante para a comunidade dos cursos ofertados, das áreas de atuação e das conquistas acadêmicas e científicas.

Comunicação digital. A comunicação digital visa facilitar ao público interno e externo o acesso e a compreensão das informações nas plataformas digitais. É necessário planejamento dos objetivos, dos públicos a serem alcançados, dos temas a serem abordados e da adequação da linguagem dos conteúdos conforme plataforma. No contexto da comunicação digital, as mídias sociais possuem papel fundamental, pois possibilitam a interação direta entre os integrantes dos grupos de interesse. É necessário o respeito nas divergências de ideias e opiniões, privilegiando o diálogo. É preciso identificar as potencialidades e os riscos de cada uma das mídias e definir posturas alinhadas com a cultura da Universidade. É recomendável também a criação de um código de conduta para as mídias sociais, voltado para o público interno, com orientações sobre formas de manifestações dos servidores e discentes quando representam ou falam em nome da Faculdade de Enfermagem ou da Universidade.

Gestão de riscos e crises. Embora a gestão de crise seja atribuição dos dirigentes máximos de uma instituição, o setor de comunicação tem papel fundamental na preservação da imagem e da reputação da Faculdade de Enfermagem, atuando na identificação de riscos e ameaças, na construção e implementação de medidas preventivas, ao lado da diretoria, de maneira a preservar a imagem e reputação da instituição.

Gestão da Marca e da Identidade Visual. A gestão da marca e da identidade visual da Faculdade de enfermagem deve obedecer a critérios de utilização. Observando que o logotipo da FEnf integra o patrimônio da marca, deve ser preservado de mau uso em todas as aplicações, principalmente em materiais de divulgação externos, ou seja, o uso

do logotipo da FEnf em materiais de divulgação de terceiros, impressos (jornais, revistas, folders, cartazes, entre outros), em meio digital (internet) ou espaços que possam gerar intercorrências futuras, deve ser previamente comunicado e autorizado pela Faculdade de Enfermagem, que disponibilizará o arquivo em alta definição.

Monitoramento e análise de mídias digitais. O crescimento em constante planejamento dos espaços institucionais nas mídias digitais é de responsabilidade do setor de comunicação. A manutenção e a interatividade devem contribuir para o fortalecimento da visibilidade da Unidade. É imprescindível o trabalho de monitoramento para mensurar a interatividade, os impactos e os resultados provenientes das mídias digitais. Para isso, a capacitação é elemento essencial como garantia de que os responsáveis pelo setor de comunicação desempenhem adequadamente seus papéis de gerenciamento. As ações realizadas nas redes digitais devem estar alinhadas num discurso voltado à pluralidade.

Criação e gestão de canais de relacionamento. A Faculdade de Enfermagem deve disponibilizar canais de relacionamento diretos e indiretos, para que as demandas sejam atendidas de acordo com cada setor, contribuindo para a agilidade no retorno para com a comunidade. É necessária a colaboração de toda a comunidade para que os canais de relacionamentos sejam eficientes e utilizados como ferramentas de suporte no gerenciamento da comunicação interna e externa.

Publicidade. A Faculdade de Enfermagem tem o intuito de promover a publicidade de utilidade pública, ou seja, a publicidade que se destina a divulgar temas de interesse social, acadêmico e científico, com a finalidade de informar, educar, orientar, mobilizar, prevenir ou alertar a população para ações e/ou informações de impacto individual ou coletivo. Para publicação nos canais de comunicação oficiais da instituição, é necessária análise pelo setor de comunicação da Unidade, visando publicar somente informações completas, com imagens de qualidade e que levem benefícios para o público interno ou externo da FEnf.

3.3. GESTÃO DA POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO

A gestão da Política de Comunicação da Faculdade de Enfermagem será coordenada pelo setor de comunicação e pela diretoria da Unidade.

3.4. RECURSOS PARA A COMUNICAÇÃO

Recomenda que as funções de gestão do setor sejam exercidas preferencialmente por profissionais de comunicação ou com competências específicas da área. As ações

de capacitação são parte importante do processo de execução e avaliação desta política, sejam elas de iniciativa do próprio servidor ou como desenvolvimento pela instituição.

A manutenção de recursos orçamentários, materiais e humanos é imprescindível para que as atividades do setor de comunicação sejam desempenhadas de acordo com as diretrizes desta política de comunicação.

3.5. RESPONSABILIDADES

Os gestores do setor de comunicação devem atuar em conjunto com a diretoria da Unidade para garantir uma comunicação fluida, eficiente e organizada, fazer cumprir a política de comunicação da FEnf e propor ferramentas para estimular o relacionamento com seus públicos. São responsáveis pela criação de uma cultura de comunicação e sensibilização do papel dos servidores e estudantes na formação e manutenção da imagem e da reputação institucional.

Cabe ainda aos gestores e/ou servidores de comunicação assumir e acompanhar a elaboração e administração dos contratos relacionados a serviços gráficos, serigráficos, fotografia, filmagem, publicidade legal e de utilidade pública e, quando for o caso, eventos. É responsabilidade dos profissionais de comunicação da Faculdade de Enfermagem manter as atividades de comunicação, respeitar a Política de Comunicação, preservar a unidade e atuar de maneira alinhada com a Diretoria da Unidade.

3.6. TEMAS SENSÍVEIS

Temas sensíveis são assuntos ou questões presentes na agenda pública e na agenda midiática que, por seus desdobramentos, podem afetar a imagem e a reputação da Faculdade de Enfermagem. Necessitam de monitoramento na imprensa e nas mídias digitais para que não se transformem em crises institucionais. No caso de identificação de temas sensíveis na Faculdade de Enfermagem, caberá aos gestores de comunicação propor estratégias de encaminhamento das questões em consonância com a diretoria da Unidade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

///////

4. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Marinho, L.; Campos, A.S.; Santos, M.R.; Almeida, N.P.S.; Schiedeck, S.; Abiahy, A.C.A.; Domingos, C.A.; Gomes, G.; Lima, J.; Lin, M.; Sartor, F.; Pacheco, L.E.; Souza, I.C.; Neto, Z.P.A.; Alencar, A.J.P.; Rodrigues, J.A.; Fiorentino, M.M.G.; Branchine, S.; Vieira, V.V.B.N.B.; Política de comunicação do CONIF/ Coordenação: <<https://portal.conif.org.br/images/PoliticaComunicacao.pdf>>. Brasília - DF, 2017.

Malta, L.G.; Silva, G.V.; Pinto, R.T.; Figueiredo, M.F.. A política de comunicação como ferramenta estratégica de gestão empresarial. In: XV Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia. Resende – RJ. 2018.

Bueno, W.C.. Comunicação empresarial: políticas e estratégias. São Paulo: Saraiva, 2009.

Nassar, P.. Conceitos e processos de comunicação organizacional. In: Kunsch, M.M.K. Gestão estratégica em comunicação organizacional e relações públicas. São Caetano do Sul: Difusão, 2008.

De Sordi, José Osvaldo. Gestão por processos: uma abordagem moderna na administração. São Paulo: Saraiva, 2005.