

A gestão da comunicação no Ifes para a implementação da Política



Política de
Comunicação
do **Ifes**

Abril de 2016



De que comunicação estamos falando?

- Há, em geral, uma percepção difusa sobre o status da comunicação nas organizações e ela se caracteriza por algumas impressões ou sentimentos absolutamente equivocados:

A comunicação é uma ferramenta de gestão

Não, a comunicação é um processo de gestão que permeia a organização como um todo

A comunicação tem a ver com o operacional

Também, mas a comunicação numa organização moderna é **essencialmente estratégica**

De que comunicação estamos falando?

- A comunicação não é um processo associado apenas à estrutura profissionalizada de comunicação (algo que tem a ver apenas com os comunicadores) mas diz respeito a todos que integram uma organização
- Existem problemas da comunicação e problemas de comunicação
- Em geral, existem mais problemas de comunicação do que problemas da comunicação, embora, por vários motivos, seja costume reduzi-los ao segundo caso.

Revisando o conceito que estamos praticando na elaboração da Política de Comunicação

- A comunicação é um processo sistematicamente planejado que compreende todas as ações, estratégias, canais e produtos que contribuem para o relacionamento entre uma organização e seus "stakeholders".
- A comunicação assume sempre uma dupla condição. Ela é estratégica e se integra de forma indissolúvel ao planejamento global de uma organização, mas ela também se materializa, no dia a dia, em ações concretas para dar conta de trabalhos ou processos específicos.
- A comunicação não pode ser vista como um apêndice: ela integra a essência da organização.

A comunicação a ser assumida no processo de implantação da Política de Comunicação

- A comunicação deve ser **estratégica e integrada**
- A integração que se postula não se resume apenas às sub-áreas ou competências específicas de comunicação (jornalismo, relações públicas, propaganda, design etc) mas diz respeito à **integração da comunicação com outras áreas da organização** (planejamento, finanças, gestão de pessoas, ensino, pesquisa, extensão etc). Mais ainda: a integração se dá também pelo **conhecimento e atendimento às demandas e expectativas dos públicos estratégicos.**
- A integração da comunicação viabiliza a **estratégica comunicação em rede.**

Precisamos implantar uma cultura de comunicação

- É preciso sensibilizar a todos sobre a importância da comunicação e sobre a responsabilidade de todos na consolidação de uma comunicação de excelência
- É preciso dispor de fluxos de comunicação que permitam integrar todos os públicos internos, com a circulação de informações qualificadas, a disseminação da cultura organizacional, os nossos valores, os nossos objetivos institucionais, nossa visão, nossa missão.
- É preciso que estejamos permanentemente dispostos a compartilhar informações e experiências e a reforçar nossa identidade.

A ampliação da estrutura profissionalizada de comunicação

- Precisamos, paulatinamente, buscar a **consolidação da estrutura de comunicação** (recursos humanos, financeiros e materiais – equipamentos, softwares etc – porque o número de atividades sob a atribuição dos comunicadores se amplia vertiginosamente devido à expansão do Instituto e ao crescimento das atribuições e das demandas dos diversos campi.
- Podemos ter, circunstancialmente, dificuldades para realizar esta necessidade a curto prazo, mas a consolidação e a profissionalização da estrutura de comunicação deve ser pensada e assumida como **compromisso**.

A Política de Comunicação como desencadeadora de um processo

- A Política de Comunicação representa um momento importante no sentido de chamar a atenção para a importância da comunicação e os nossos encontros têm evidenciado esse fato.
- Temos visto como é possível e como é fundamental discutirmos a comunicação em seus vários aspectos (comunicação interna, relacionamento com públicos estratégicos, uso das novas tecnologias, contribuição a vários objetivos do Instituto – ensino, pesquisa e extensão etc). A participação das várias áreas do Instituto e dos vários campi nesse processo democrático de debate legitima essa percepção.

A comunicação para a implementação da Política de Comunicação

- As diretrizes, posturas e ações definidas pela Política requerem, para sua implementação, de uma gestão ampla e competente da comunicação.
- É importante manter e ampliar a Comissão de Comunicação para o gerenciamento deste processo e permitir que os comunicadores possam dedicar parte do seu tempo para viabilizar a implementação da Política.
- É imprescindível a compreensão dos gestores neste sentido e sua colaboração valiosa para que todos se comprometam a colocar em prática as diretrizes, posturas e ações da Política.

A Política de Comunicação não se reduz a um documento

- Embora a Política esteja consolidada ou se materializa a partir de um documento que contempla as suas diretrizes, posturas e ações, ela não se limita à sua produção e edição.
- A Política de Comunicação é um processo e que deve merecer atualização e/ou revisão permanente para abrigar as mudanças institucionais e do universo da comunicação (que é extremamente dinâmico)
- A Política de Comunicação representa um passo fundamental para definir e padronizar posturas, diretrizes e ações e precisa ser praticada para que atinja os seus objetivos.

FIM