
Política de Comunicação Organizacional

Fundação Percival Farquhar – FPF

Presidente
Rômulo César Leite Coelho

Diretora Executiva

Aniela Castello Branco de Paula Barbalho

Univale

Reitora
Lissandra Lopes Coelho Rocha

Pró-Reitora de Graduação

Adriana de Oliveira Leite Coelho

Pró-Reitora de Pós- Graduação, Pesquisa e Extensão

Kíssila Zacché Lopes de Andrade

Elaboração

Presidente FPF
Diretoria Executiva FPF
Reitoria
Pró-Reitoria de Graduação
Pró-Reitoria de Pós-Graduação, Pesquisa e Extensão
Gerência de Comunicação Institucional

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO

1. PRINCÍPIOS DA COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL

2. OBJETIVOS DA POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL

2.1 Objetivos específicos

2.2 Diretrizes

3. PÚBLICOS DE RELACIONAMENTO PRIORITÁRIO

3.1. Público Interno

3.2. Público Misto

3.3. Público Externo

4. PROCESSOS DE COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL

5. CANAIS, AÇÕES E PROJETOS DE COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL

5.1 Processo Eventos/Ações de Relacionamento

5.2 Processo Informação e Divulgação

5.3 Processo Publicidade e Marketing

6. INTERAÇÃO COM A SOCIEDADE

7. PLANEJAMENTO, REALIZAÇÃO, PROMOÇÃO, APOIO E PATROCÍNIO DE EVENTOS

8. COMUNICAÇÃO E DIVULGAÇÃO CIENTÍFICAS

9. CAMPANHAS DE INGRESSO

10. O PORTAL UNIVALE/ETEIT

11. A FPF, A UNIVALE, A ETEIT E A UNIVALE TV NAS MÍDIAS SOCIAIS

APRESENTAÇÃO

A comunicação organizacional, concebida por Kunsch (2003, p. 243) como “fenômeno inerente aos agrupamentos de pessoas que integram uma organização ou a ela se ligam”, configura-se como processo estratégico que abarca todas as atividades da organização e os diferentes públicos de relacionamento e, dessa forma, deve ser desenvolvido de forma integrada: comunicação institucional, comunicação interna, comunicação administrativa e comunicação mercadológica. Configura-se, assim, como a soma das atividades de comunicação realizadas pelas diversas áreas da organização, ainda que haja diferenças e peculiaridades entre elas, mas atuando de forma alinhada com vistas ao alcance dos objetivos organizacionais.

Nesse viés, a comunicação organizacional situa-se como pilar de apoio ao desenvolvimento da Fundação Percival Farquhar, da Univale, da Eteit e da Univale TV agregando valor, inspirando credibilidade, contribuindo para garantir fidelização da marca e, em consequência, valorizando a cidadania, a atuação sustentável e o desenvolvimento sociocultural. Isso se dá por meio de processos comunicacionais alicerçados na missão, na visão, nos valores e nas estratégias da organização. Assim, a comunicação organizacional na FPF e nas instituições por ela mantidas contribui para ressaltar os diferenciais das organizações por meio de ações de relacionamento e de divulgação que evidenciam seu potencial, benefícios e vantagens em relação às demais instituições. Além disso, reforça o posicionamento da marca, da imagem e da reputação para estabelecer e manter os vínculos de confiança necessários a um relacionamento ético, fundamentado na contribuição das organizações para a comunidade na qual está inserida.

A FPF, em conjunto com suas instituições mantidas – Univale, Eteit e Univale TV – adota essa visão de comunicação estratégica respeitando o compromisso

com a educação como patrimônio público social e a atuação como instituição que oferece serviços educacionais à sociedade. Compromete-se com a busca contínua de recursos materiais e financeiros e seu uso consciente, além da execução das exigências acadêmicas legais intrínsecas à condição de escola técnica e de universidade.

Para formalizar esse posicionamento, sobretudo no relacionamento com os diferentes públicos – colaboradores, comunidade acadêmica e sociedade –, a FPF desenvolveu sua Política de Comunicação Organizacional, com a participação e a representatividade da instituição e de suas mantidas. Para tanto, pautou-se na história, na identidade, na missão, nos valores e na visão da organização, de forma a tornar a Política parte do Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) da Fundação. Assim, por meio da Política de Comunicação, a FPF formaliza e torna públicos seus princípios, diretrizes e normas de comunicação, alinhando-os aos objetivos organizacionais.

1. PRINCÍPIOS DA COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL

O papel estratégico da Comunicação Organizacional na Fundação Percival Farquhar e nas instituições mantidas – Univale, Eteit e Univale TV – tem como alicerce a missão, a visão, os valores e o negócio da organização, descritos no Plano de Desenvolvimento Institucional – PDI 2019 – 2023, a saber:

MISSÃO

Construir e compartilhar o conhecimento por meio da formação de profissionais competentes, éticos e comprometidos com o desenvolvimento humano e regional.

VISÃO

Ser referência como instituição educacional inovadora, comunitária e inclusiva.

VALORES

Compromisso com:

1. A excelência na formação
2. A responsabilidade social e ambiental
3. Comportamento ético
4. Transparência na comunicação
5. Respeito à vida e à pluralidade

6. Resiliência
7. Empatia
8. Cuidado com as pessoas

NEGÓCIO

A transformação de vidas por meio da educação.

Para a construção dos seus documentos institucionais, a FPF e suas mantidas consideraram o contexto da sociedade contemporânea no qual as organizações são desafiadas continuamente por fatores externos (novas demandas sociais, acirramento da concorrência, marcos regulatórios mais exigentes, oscilação das condições socioeconômicas, surgimento de novas tecnologias) que lhes impõem a necessidade de uma contínua atenção e transformação, sem as quais correm o risco de desaparecer. Nesse cenário, adotam a concepção de gestão estratégica considerando o seu compromisso com a transformação de vidas por meio da educação e todos os quesitos e princípios a ele relacionados. No que tange à atuação integrada e estratégica da comunicação organizacional, adota como princípios:

- 1.1. A comunicação, apreendida como processo participativo e dialógico de produção, circulação, debate, acesso, compartilhamento, apropriação, ressignificação e intercâmbio de informações e sentidos, deve promover o respeito à liberdade, ao pluralismo de ideias e de concepções pedagógicas, bem como o apreço à diversidade e à tolerância;
- 1.2. A comunicação é um dos processos integradores da vida em sociedade e, portanto, elemento indispensável para a formação cidadã e para o exercício da cidadania, capaz de estimular a liberdade de aprender, de ensinar, de pesquisar e divulgar a cultura, o pensamento, a arte e o saber;
- 1.3. A comunicação é uma área transversal a todas as áreas de atuação da FPF/Univale/Eteit/Univale TV e, portanto, atua como processo estruturante de sua missão, na medida em que promove a circulação de informações e de valores estratégicos acerca do ensino de qualidade, da valorização dos profissionais da educação, da

formação cidadã e do diálogo com a sociedade, além de compor as áreas de ensino, pesquisa e extensão;

- 1.4. A ética, o respeito e a transparência são marcas da comunicação da FPF/Univale/Eteit/Univale TV em todos os seus âmbitos, independentemente do processo e da ação comunicativa;
- 1.5. O diálogo com os diferentes públicos de relacionamento e a participação social no direcionamento dos processos comunicativos da FPF/Univale/Eteit/Univale TV devem ser assegurados por meio de ações de informação e de relacionamento;
- 1.6. A comunicação organizacional da FPF/Univale/Eteit/Univale TV deve contemplar a diversidade cultural, regional e social da população de seu âmbito de atuação, bem como os diferentes contextos em que se expressam;
- 1.7. Devem ser valorizados, por meio dos processos e ações comunicativas, a idoneidade, a disciplina, a dedicação, a seriedade, a participação, o espírito de equipe, a eficiência e o respeito ao indivíduo e à instituição;
- 1.8. A comunicação organizacional deve reforçar a noção do processo de ensino-aprendizagem como fundamental para preparar um cidadão, com conhecimentos científicos e humanísticos, capaz de interferir positivamente em um mundo diversificado e complexo.

2. OBJETIVOS DA POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL

A Política de Comunicação Organizacional da Fundação Percival Farquhar e de suas mantidas – Univale, Eteit e Univale TV – tem como objetivo estabelecer princípios, diretrizes, orientações, normas e responsabilidades no âmbito de sua abrangência. Por meio desses, busca a construção de uma comunicação dialogada, democrática e participativa junto aos públicos com os quais se relaciona. Contribui, assim, com a missão da instituição de construir e compartilhar o conhecimento por meio da formação de profissionais competentes, éticos e comprometidos com o desenvolvimento humano, e com

seus objetivos estratégicos, em especial, a transformação de vidas por meio da educação.

2.1 Objetivos específicos:

- 2.1.1 Divulgar a identidade corporativa da Fundação Percival Farquhar, da Univale, da Eteit e da Univale TV, amparada por sua missão, visão e valores;
- 2.1.2 Divulgar as políticas institucionais descritas no PDI, materializando sua aplicação nos projetos de ensino, pesquisa e extensão, no atendimento ao discente, na contratação, qualificação e avaliação docente, na gestão da Univale, da Eteit e da Univale TV e no relacionamento com a comunidade;
- 2.1.3 Desenvolver ações de informação e de relacionamento com vistas a fortalecer a imagem e a reputação da FPF e de suas mantidas;
- 2.1.4 Primar pela transparência na divulgação acerca dos serviços educacionais de qualidade e no atendimento à comunidade acadêmica;
- 2.1.5 Contribuir com o diálogo interdisciplinar e com a integração entre os diversos ramos do saber, bem como incentivar a reflexão acerca dos problemas humanos;
- 2.1.6 Conferir visibilidade ao posicionamento da instituição como formadora de profissionais qualificados e preparados para o mercado de trabalho e ao seu papel no desenvolvimento regional, estadual e nacional;
- 2.1.7 Ressaltar o papel da FPF/Univale/Eteit/Univale TV no processo produtivo regional, destacando sua capacidade de prestação de serviços, em seus campos de atuação;
- 2.1.8 Considerar, nos processos comunicativos, as marcas FPF/Univale/Eteit/Univale TV entre os principais patrimônios da instituição, traduzindo sua excelência acadêmica e social.

2.2 Diretrizes

- 2.2.2 Garantir, no campo da comunicação, a indissociabilidade entre pesquisa, ensino e extensão, evitando reduzir a comunicação à dimensão técnica e instrumental;

- 2.2.3 Aprimorar e ampliar canais de comunicação interna com vistas a propiciar o diálogo e uma comunicação dinâmica e crítica com colaboradores – técnicos, administrativos e docentes – da FPF/Univale/Eteit/Univale TV;
- 2.2.4 Assegurar que os processos institucionais de planejamento e tomada de decisão considerem o papel estruturante da comunicação;
- 2.2.5 Mapear os públicos de relacionamento prioritário da FPF/Univale/Eteit/Univale TV;
- 2.2.6 Garantir ética e transparência aos processos comunicativos;
- 2.2.7 Aprimorar as atividades de relacionamento com a imprensa a partir de ações integradas com vistas a fortalecer a imagem e a reputação da FPF/Univale/Eteit/Univale TV;
- 2.2.8 Desenvolver os processos comunicativos, especialmente eventos, de maneira articulada com as áreas envolvidas, coordenadores de cursos e professores;
- 2.2.9 Promover, por meio dos diferentes canais de comunicação, ações que contribuam para fortalecer os métodos de construção do processo de ensino-aprendizagem;
- 2.2.10 Aprimorar a comunicação – interna e externamente – com os diferentes públicos de relacionamento no sentido de divulgar as propostas, políticas e resultados alcançados pela FPF e por suas mantidas;
- 2.2.11 Proporcionar o desenvolvimento de uma comunicação inclusiva;
- 2.2.12 Padronizar o uso da marca e da identidade visual da FPF/Univale/Eteit/Univale TV para os diferentes eventos, materiais e peças gráficas.

3. PÚBLICOS DE RELACIONAMENTO PRIORITÁRIO

Para direcionar os esforços estratégicos da organização em relação aos processos de comunicação, é imprescindível identificar e mapear os públicos de relacionamento da FPF e de suas mantidas, situando a organização como referencial a partir de onde orbitarão as interações desejadas. Nesta perspectiva, os públicos são considerados os diferentes grupos que, em relação com a organização, se formam e se apresentam em torno de

interesses comuns. Importa ressaltar que esses grupos de públicos não são estáticos e não se restringem à esfera mercadológica. Formam-se em determinados momentos em função de acontecimentos específicos e, portanto, são pensados como forma de sociabilidade, sobretudo em uma instituição de ensino, pesquisa e extensão.

Para efeito prático, no sentido de pensar a comunicação da FPF/Univale/Eteit/Univale TV de forma estratégica, os públicos de relacionamento podem ser classificados em três grandes grupos – interno, externo e misto – com seus subgrupos a saber:

3.1. Público Interno:

- Colaboradores(técnicos, administrativos e gestores)
- Professores (dedicação integral, horistas e coordenadores)
- Fundadores conselheiros da FPF
- Prestadores de serviços

3.2. Público Misto:

- Alunos
- Família de Alunos
- Egressos

3.3. Público Externo:

- Aluno Potencial
- Comunidade de entorno
- Formadores de opinião de GV e região
- Mídia local, regional e nacional
- Órgãos reguladores de ensino
- Agências de fomento à pesquisa

4. PROCESSOS DE COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL

A Comunicação Organizacional da FPF/Univale/Eteit/ Univale TV é desenvolvida de forma processual. Para a definição da estratégia planejada de comunicação, elaborada e coordenada pela Assessoria de Comunicação

Organizacional - Ascorg, são analisadas, de forma participativa, as necessidades comunicacionais que subsidiam a elaboração do plano de comunicação. Nesse sentido, a Ascorg não deve ser vista como a única responsável pelo desenvolvimento da comunicação da FPF e de suas mantidas. Ela atua como mediadora do diálogo entre as diferentes áreas e, de forma integrada, envolvendo a representatividade da instituição, assume o papel de mediadora técnica e coordenadora dos processos comunicativos. Assim, são definidos os projetos, as ações e as atividades a serem realizadas considerando-se três processos comunicativos com vistas a fortalecer a imagem e a reputação das instituições, aprimorar o relacionamento com os públicos e conferir visibilidade às diferentes ações desenvolvidas que materializam, explicitam e ressaltam os valores da FPF e de suas mantidas. São os processos Eventos/Ações de Relacionamento, Divulgação e Informação e Publicidade e *Marketing*.



5. CANAIS, AÇÕES E PROJETOS DE COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL

Identificados os processos de Comunicação, que devem ser coordenados e geridos pela Assessoria de Comunicação Organizacional – Ascorg, e os públicos de relacionamento prioritário, importa definir as ações, as atividades e

os projetos de Comunicação Organizacional que devem ser desenvolvidos de forma integrada e com periodicidade definida e propósitos claros.

5.1 Processo Eventos/Ações de Relacionamento

- Programa “Meu futuro na Univale”, realizado durante o ano, conforme calendário no Plano de Comunicação da FPF. Inclui ações integradas de relacionamento tais como: Mostra de Profissões (Pensando no Futuro), Univale na Escola, Univale na Comunidade.
- Apoio ao Programa “Orgulho em Pertencer”, realizado durante todo o ano, com eventos específicos conforme calendário no Plano de Comunicação da FPF. Abriga as ações de relacionamento com colaboradores.
- Volta às aulas, realizado em fevereiro e em agosto, conforme calendário no Plano de Comunicação da FPF. Inclui as ações de recepção aos alunos.
- Aula inaugural/Magna, realizada em fevereiro e em agosto, conforme calendário no Plano de Comunicação da FPF. Padroniza procedimentos e ações para as aulas inaugurais.
- Univale na Comunidade, realizado em janeiro e em julho, conforme calendário no Plano de Comunicação da FPF. Considera as ações de relacionamento com a comunidade do entorno e região.
- Univale em dia com a mídia, realizado na última sexta-feira de cada mês, conforme calendário no Plano de Comunicação da FPF.

5.2 Processo Informação e Divulgação

- *Newsletter* semanal para a comunidade acadêmica (discentes e docentes), disponível no Portal.
- Boletim bimestral para coordenadores de curso e para gestores da Fundação.
- Quadros de avisos próximos aos cartões de ponto, com atualização semanal.
- *Newsletter* mensal para público em geral, disponível no *site* e encaminhada por e-mail para egressos e formadores de opinião.
- Atividades regulares de relacionamento com a mídia local, regional e nacional.
- Apoio no desenvolvimento de programas de TV e *podcasts* em conjunto com os cursos de Jornalismo e de Publicidade e TV Univale.

5.3 Processo Publicidade e *Marketing*

Ações integradas, desenvolvidas em diferentes mídias:

- Instagram
- Facebook
- Spotify
- YouTube
- Outdoor

- Busdoor
- Rádio
- Jornal impresso “Jornal da Cidade”
- Jornal Mural

6. INTERAÇÃO COM A SOCIEDADE

Relacionamento com a imprensa, com formadores de opinião e com influenciadores digitais com a vistas a manter uma relação estratégica de proximidade e parceria com os veículos e profissionais de comunicação e com os produtores de conteúdo (influenciadores) para mídias digitais, se pautando pela transparência e agilidade no atendimento, sempre buscando atender ao *deadline* destes públicos. O relacionamento com a mídia deve ser sempre intermediado pela Assessoria de Comunicação Organizacional, por meio de canais oficiais. As fontes indicadas pela instituição devem ser referência na temática e devem ser capacitadas e orientadas por meio de *media training*.

7. PLANEJAMENTO, REALIZAÇÃO, PROMOÇÃO, APOIO E PATROCÍNIO DE EVENTOS

Na realização, promoção, apoio e patrocínio de eventos a FPF/Univale/Eteit/Univale TV buscam:

7.1 Divulgar e dar visibilidade às potencialidades das instituições: FPF, Univale, Eteit e Univale TV;

7.2 Informar sobre projetos específicos, sobretudo de pesquisa e de extensão;

7.3 Difundir, por meio dos eventos, ações que carregam noções relacionadas aos valores da instituição: excelência na formação; responsabilidade social e ambiental; comportamento ético; transparência na comunicação; respeito à vida e à pluralidade;

7.4 Identificar oportunidades tecnológicas e de negócios;

7.5 Promover intercâmbio de informações com participantes dos seminários, congressos e similares, expositores e visitantes;

7.6. Divulgar programas e ações institucionais, campanhas de serviços;

7.7. Estreitar as relações com a sociedade por meio de eventos que tenham a capacidade de dar visibilidade e reforçar a atuação das instituições, com foco na sua missão de construir e compartilhar o conhecimento por meio da formação de profissionais competentes, éticos e comprometidos com o desenvolvimento humano;

7.8. Os convites feitos à FPF/Univale/Eteit/Univale TV para participação, apoio e/ou patrocínio de eventos devem ser analisados em conjunto com a Ascorg, à luz dessa Política de Comunicação Organizacional e dos objetivos da instituição, seguindo, especialmente, os critérios estabelecidos neste item. Para a análise, as informações sobre o evento e a(as) organizações solicitantes, informando estrutura e sugestão/demanda de envolvimento de outros departamentos, devem ser encaminhados à Ascorg com um prazo mínimo de 30 dias anteriores ao início do evento. Essa análise é encaminhada à direção da Fundação Percival Farquhar para parecer final e resposta oficial à organização do evento.

8. COMUNICAÇÃO E DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA

Por meio da comunicação científica, a FPF/Univale/Eteit/Univale TV buscam tornar públicos os resultados de pesquisas realizadas nas instituições por meio de canais de divulgação científica (relatórios técnicos, participação em congressos, artigos científicos etc.) e também por meio de outros canais de comunicação, não científicos, tais como jornais, eventos, mídias eletrônicas e mídias sociais digitais. Além de tornar públicas suas atividades de pesquisa, busca-se, por meio dos diferentes canais de divulgação, tornar o conhecimento científico mais acessível à sociedade, com vistas a promover a aproximação entre essa e a pesquisa científica.

9. CAMPANHAS DE INGRESSO

As campanhas de ingresso à Eteit e à Univale são realizadas internamente pela Ascorg, que pode contratar serviços externos, com aprovação prévia da FPF, sempre que necessário. Cabe à Ascorg:

9.1. Traçar estratégias anuais de comunicação de forma a manter a presença constante da Eteit e da Univale durante todo o período e não somente nos

momentos de ingresso às instituições, considerando ações e campanhas off-line e on-line;

9.2. O desenvolvimento da campanha deve ser realizado pela Ascorg, que deve ter participação efetiva na definição de todas as estratégias, ações, canais e peças, bem como de sua aprovação (desde a discussão de *briefings*, dos *layouts*, textos e acompanhamento da produção em geral) quando o serviço for terceirizado;

9.3. Quando for necessária a contratação de uma agência ou de profissionais especializados para atender alguma demanda, a escolha será feita por meio de concorrência, em período a ser estabelecido pela FPF;

10. OS SITES INSTITUCIONAIS

Os sites institucionais da FPF, Univale e Eteit são os canais de comunicação entre a Fundação, a Universidade, a Escola Técnica e seus respectivos discentes e docentes. Cada site funciona ainda como canal de divulgação de informações de serviços e de ações que reforçam a marca, a imagem e a reputação das instituições. Nesse sentido, o site deve oferecer acesso às informações divulgadas pela FPF, Univale e pela Eteit referentes a editais, concursos, vestibular, eventos, notícias e comunicados, além de toda informação acadêmica sobre disciplinas, grade de horários etc. Também deve manter atualizadas as diferentes opções de acesso aos cursos técnicos, à graduação e à pós-graduação, incluindo informações para transferências, obtenção de novo título, dentre outros.

11. A FPF, A UNIVALE, A ETEIT E A UNIVALE TV NAS MÍDIAS SOCIAIS

As mídias sociais digitais merecem um tratamento diferenciado na Política de Comunicação dada à facilidade de criação de perfis e à necessidade de se padronizar os processos comunicativos que levam a marca e a imagem da Fundação Percival Farquhar e de suas instituições mantidas. Nesse sentido, são estabelecidas as seguintes diretrizes:

11.1. A criação de perfis institucionais – seja Instagram, Facebook, LinkedIn, Twitter, blogs dentre outras redes sociais – só poderá ser efetuada com a

análise e a validação da Ascorg que deve considerar as diretrizes da Política de Comunicação, e após treinamento quanto ao uso das redes, uma vez que é necessário compreender a gramática e a dinâmica das mídias sociais para sua utilização;

11.2. Os perfis institucionais devem conter a mesma linguagem padrão adotada pela FPF e suas mantidas, e corroborar a missão, a visão e os valores da instituição;

11.3. As marcas da Fundação Percival Farquhar, da Univale, da Eteit e da Univale TV, seu uso bem como a identidade visual e os perfis oficiais dessas instituições nas redes sociais digitais devem ser respeitados, uma vez que os demais perfis, associados à instituição, são ramificações dos perfis oficiais e, portanto, não podem ser tratados como marcas independentes;

11.4. Os perfis criados com o acompanhamento e a anuência da Ascorg deverão designar uma pessoa responsável para manter contato direto com a Ascorg para possíveis orientações quanto ao uso da rede e à definição de um canal para o compartilhamento de conteúdo entre as partes;

11.5. Cabe à Ascorg fazer a avaliação dos perfis já existentes com vistas a adequá-los às diretrizes desta Política de Comunicação.