

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
CENTRO DE POLÍTICAS PÚBLICAS E AVALIAÇÃO DA EDUCAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO PROFISSIONAL EM GESTÃO E
AVALIAÇÃO DA EDUCAÇÃO PÚBLICA**

Dante Rodrigues dos Santos

**A comunicação institucional do Campus Governador Valadares da Universidade
Federal de Juiz de Fora através da extensão universitária**

Juiz de Fora

2019

Dante Rodrigues dos Santos

**A comunicação institucional do Campus Governador Valadares da Universidade
Federal de Juiz de Fora através da extensão universitária**

Dissertação apresentada como requisito parcial
para a qualificação do Mestrado Profissional
em Gestão e Avaliação da Educação Pública,
da Faculdade de Educação, Universidade
Federal de Juiz de Fora.

Orientador: Prof. Dr. Roberto Perobelli de Oliveira.

Juiz de Fora

2019

Dante Rodrigues dos Santos

**A comunicação institucional do Campus Governador Valadares da Universidade
Federal de Juiz de Fora através da extensão universitária**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação Profissional em Gestão e Avaliação da Educação Pública da Universidade Federal de Juiz de Fora como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Gestão e Avaliação da Educação Pública.

Aprovada em:

BANCA EXAMINADORA:

Prof. Dr. Roberto Perobelli de Oliveira (Orientador)
Universidade Federal do Espírito Santo (UFES)

Prof. Dr. Frederico Braida Rodrigues de Paula (Membro Titular Interno)
Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF)

Prof. Dr. Alexandre José Pinto Cadilhe de Assis Jácome (Membro Titular Interno)
Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF)

Prof^a. Dr^a. Andréa Antolini Grijó (Membro Titular Externo)
Universidade Federal do Espírito Santo

Dedico este trabalho às protagonistas da minha vida: Alice, noiva companheira que me traz apoio e tranquilidade em todos os momentos; e Iara, mãe guerreira por toda a dedicação em prol da minha formação.

AGRADECIMENTOS

Finalizo mais esta etapa de minha formação com o sentimento de gratidão. Esta caminhada não seria vencida sem o apoio, muitas vezes, involuntário, de inúmeras pessoas que são parte de minha história.

Minha mãe Iara talvez não saiba, mas sua paixão por livros e filmes me inspira.

Minha noiva Alice talvez não saiba, mas sua responsabilidade com o trabalho e os estudos me inspira.

Minha família talvez não saiba, mas o companheirismo entre primos, tios e irmãos me inspira.

Meus amigos da Comunicação da UFJF-GV talvez não saibam, mas o profissionalismo de todos me inspira.

Cada linha deste trabalho carrega um pouco de cada um que sempre me ajudou não só com sua torcida, mas também com sua atitude diante das oportunidades e desafios impostos pela vida.

Este trabalho é também fruto do apoio incondicional do meu orientador Roberto Perobelli e das Agentes de Suporte Acadêmico Diovana e Camila, aos quais agradeço pela paciência de sempre.

Agradeço ainda à UFJF pelo incentivo à formação de seus servidores.

A todos vocês, minha eterna gratidão.

RESUMO

A presente dissertação é desenvolvida no âmbito do Programa de Pós-Graduação Profissional em Gestão e Avaliação da Educação Pública (PPGP) do Centro de Políticas Públicas e Avaliação da Educação (CAEd) da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). O caso de gestão discute a importância da extensão universitária como elemento de divulgação do campus avançado de Governador Valadares da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF-GV). Inaugurada em 2012, a UFJF-GV ainda não possui uma sede própria adequada para o desenvolvimento das atividades acadêmicas e administrativas, e suas ações estão pulverizadas em imóveis situados em diferentes regiões do município de Governador Valadares. Tal realidade compromete o reconhecimento e a percepção da sociedade sobre a própria existência do campus e dificulta a resposta para uma simples pergunta: “Onde fica a UFJF-GV”? A partir da minha experiência profissional enquanto jornalista do setor de Comunicação, Cultura e Eventos (CCE) da UFJF-GV, foi possível identificar que, apesar desta realidade, a extensão universitária é extremamente atuante no campus. Porém, as inúmeras ações desenvolvidas não tiveram a devida divulgação. Fato que inviabiliza o reconhecimento destas e caracteriza o desperdício de oportunidades de divulgação da própria UFJF-GV. Como objetivos específicos, buscamos: descrever o cenário de extensão na UFJF-GV, identificar as principais dificuldades no processo de captação das informações e divulgação destas; analisar os gargalos que comprometem a divulgação das ações de extensão na UFJF-GV; examinar a estrutura do CCE, com o objetivo de esquematizar os dispositivos de divulgação existentes e as causas que inviabilizam uma política de divulgação mais consistente; e propor ações que contribuam para o melhor desempenho do CCE, e, como consequência, facilitem a comunicação e valorização das ações de extensão da UFJF-GV. Como resultado deste estudo, criamos alternativas para superar as barreiras que comprometem esta divulgação e propusemos um planejamento que promova a construção da identidade da instituição para o público interno e externo, por meio da valorização dos trabalhos de extensão. Esta pesquisa caracteriza-se como estudo de caso e, para coleta dos dados necessários, recorreremos aos instrumentos de pesquisa diário de campo e entrevistas com coordenadores de ações de extensão do campus avançado e representantes do Comitê Gestor do Fórum Popular de Extensão de GV e do CCE mediante a utilização de roteiro semiestruturado.

Palavras-Chave: Universidade Federal de Juiz de Fora. Extensão Universitária. Comunicação Pública. Imagem Institucional.

ABSTRACT

The present dissertation is developed within the scope of the Graduate Program in Management and Evaluation of Public Education (CAEd/UFJF). The management case studies the importance of extension university as an element of dissemination of the advanced campus of Governador Valadares of the Federal University of Juiz de Fora (UFJF-GV). Inaugurated in 2012, UFJF-GV still does not have its own headquarters adequate for the development of academic and administrative activities, and its actions are pulverized in real estate located in different regions of the municipality. This reality compromises the recognition and perception of society about the very existence of the campus and makes it difficult to answer a simple question: "Where is the UFJF-GV?" Based on my professional experience as a journalist in the Communication, Culture and Events (CCE) sector of UFJF-GV, it was possible to identify that, despite this reality, extension university is extremely active on campus. However, the numerous actions developed were not properly publicized. This fact makes it impossible to recognize these and characterizes the wastage of opportunities of disclosure of the UFJF-GV itself. As specific objectives, we seek to: describe the extension scenario in the UFJF-GV, identify the main difficulties in the process of capturing information and disseminating it; analyze the bottlenecks that compromise the dissemination of extension actions in the UFJF-GV; examining the structure of the CCE, with the aim of outlining the existing disclosure mechanisms or the causes that make a more consistent disclosure policy unfeasible; and propose actions that contribute to the best performance of the CCE, and, as a consequence, facilitate the communication and valuation of the extension actions of the UFJF-GV. As a result of this study, we created alternatives to overcome the barriers that compromise this disclosure and proposed a plan that promotes the construction of the institution's identity for the internal and external public, through the valorization of extension work. This research is characterized as a case study and, in order to collect the necessary data, we used daily field research tools and interviews with coordinators of advanced campus extension actions and representatives of the Management Committee of the GV Extension People's Forum and the CCE through the use of semi-structured script.

Keywords: Federal University of Juiz de For a. Extension University. Public Communication. Institutional Image.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Organograma da UFJF-GV	25
Figura 2 – Espaços utilizados pela UFJF-GV em Governador Valadares	29
Figura 3 – Única fachada da UFJF em Governador Valadares	40
Figura 4 – Perfil usuário internet no Brasil em 2016	72
Figura 5 – Exemplo de canal alternativo de comunicação	87
Figura 6 – Exemplo de telas internas do aplicativo UFABC	112
Figura 7 – Exemplo de telas internas do aplicativo da UFRGS	113
Figura 8 – Exemplo de clipping da UFMG	115
Figura 9 – Exemplo de clipping do campus sede da UFJF	116
Figura 10 – Campanha realizada pela UFPR.....	118
Figura 11 – Campanha realizada pela UFPR.....	119
Figura 12 – Post do campus sede da UFJF no Twitter	124
Figura 13 – Boatos espalhados pelo Twitter após corte orçamentário da UFJF	125

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Perfil das atividades extensionistas entre os anos de 2013 e 2018 na UFJF-GV..	56
Gráfico 2 – Porcentagem atividades extensionistas desenvolvidas por departamento entre os anos de 2013 e 2018 na UFJF-GV	58

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Principais espaços locados pela UFJF-GV em 2018	27
Quadro 2 – Perfil do uso do prédio adquirido pela UFJF-GV.....	31
Quadro 3 – Levantamento sobre universidades/faculdades mais lembradas em Governador Valadares	40
Quadro 4 - Número de cursos e ações de extensão nos campi avançados em MG no ano de 2017	46
Quadro 5 – Programas e Projetos de Extensão da UFJF-GV em 2017	47
Quadro 6 – Levantamento de notícias no site da UFJF-GV no ano de 2017	49
Quadro 7 – Levantamento de projetos, programas e eventos de extensão divulgados no site da UFJF-GV em 2017	49
Quadro 8 – Programas e projetos de extensão na UFJF-GV (2013-2018).....	54
Quadro 9 – Áreas temáticas de Ações de Extensão.....	54
Quadro 10 – Ações de Extensão da UFJF-GV divididas por ano e área temática	55
Quadro 11 – Ações de Extensão da UFJF-GV divididas por ano e departamento.....	57
Quadro 12 – Distribuição de entrevistados por departamento ou setor de lotação	82
Quadro 13 – Distribuição de entrevistados por área temática de extensão	83
Quadro 14 – Relação dos dados de pesquisa com as ações a serem propostas	108
Quadro 15 – Perguntas da ferramenta 5W2H.....	109
Quadro 16 – Síntese da ação 1 sob a ótica do modelo 5W2H.....	110
Quadro 17 – Síntese da ação 2 sob a ótica do modelo 5W2H.....	114
Quadro 18 – Síntese da ação 3 sob a ótica do modelo 5W2H.....	117
Quadro 19 – Síntese da ação 4 sob a ótica do modelo 5W2H.....	120
Quadro 20 – Programação do Fórum de Comunicação da UFJF-GV em parceria com instituições de Governador Valadares	121
Quadro 21 – Síntese da ação 5 sob a ótica do modelo 5W2H.....	123
Quadro 22 – Programação primeira edição do “No ar com a UFJF-GV”	126
Quadro 23 – Síntese da ação 6 sob a ótica do modelo 5W2H.....	128
Quadro 24 – Programação Evento de apresentação das propostas aprovadas nos editais de extensão	129

LISTA DE ABREVIATURAS

Andifes	Associação Nacional dos Dirigentes das Instituições Federais de Ensino Superior no Brasil
CCE	Comunicação, Cultura e Eventos
Cepe	Conselho de Ensino, Pesquisa e Extensão
CGCO	Centro de Gestão do Conhecimento Organizacional
Conexc	Conselho Setorial de Extensão e Cultura
Consu	Conselho Superior
DCE	Diretório Central dos Estudantes
FAGV	Faculdade de Administração de Governador Valadares
Forproex	Fórum de Pró-Reitores de Extensão das Instituições Públicas de Educação Superior Brasileiras
GV	Governador Valadares
IAD	Instituto de Artes e Design
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
ICSA	Instituto de Ciências Sociais Aplicadas
ICV	Instituto de Ciências da Vida
IFMG	Instituto Federal de Minas Gerais
LDB	Lei de Diretrizes e Bases da Educação
MEC	Ministério da Educação
NTI	Núcleo de Tecnologia da Informação
OAB	Ordem dos Advogados do Brasil
PAE	Plano de Ação Educacional
PDI	Plano de Desenvolvimento Institucional
PNE	<i>Plano Nacional de Educação</i>
Proex	Pró-reitoria de Extensão
Reuni	Programa de Apoio à Reestruturação das Universidades Federais
SAU	Sistema de Atendimento Unificado
TAE	Técnico Administrativo em Educação
TCU	Tribunal de Contas da União
TIC	Tecnologias de Informação e Comunicação
UFABC	Universidade Federal do ABC
UFGV	Universidade Federal de Governador Valadares

UFJF	Universidade Federal de Juiz de Fora
UFJF-GV	Universidade Federal de Juiz de Fora campus Governador Valadares
UFMG	Universidade Federal de Minas Gerais
UFPR	Universidade Federal do Paraná
UFRGS	Universidade Federal do Rio Grande do Sul
UFV	Universidade Federal de Viçosa
UFVJM	Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri
Unimontes	Universidade Estadual de Montes Claros
Unipac	Universidade Presidente Antônio Carlos
Univale	Universidade Vale do Rio Doce

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	15
1 A IMAGEM INSTITUCIONAL E A EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA NO CAMPUS GOVERNADOR VALADARES DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA.....	20
1.1 A CRIAÇÃO DO CAMPUS AVANÇADO DE GOVERNADOR VALADARES.....	20
1.1.1 A ausência de infraestrutura própria	26
1.1.2 A promessa de construção do campus	29
1.1.3 o setor de Comunicação, Cultura e Eventos	32
1.1.4 A relação entre os campi sede e avançado da UFJF.....	35
1.1.5 Imagem institucional de uma universidade que não possui sede própria	39
1.1.6 A comunicação interna e externa	41
1.2 EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA COMO PROPULSORA DE DIVULGAÇÃO DA UFJF-GV.....	43
1.2.1 A extensão na UFJF.....	50
1.2.2 A extensão na UFJF-GV	52
2 DESAFIOS PARA O FORTALECIMENTO DA IMAGEM INSTITUCIONAL DA UFJF-GV.....	60
2.1 O PAPEL DA EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA E DA COMUNICAÇÃO NA UFJF-GV	61
2.1.1 Comunicação interna: uma ferramenta de valorização da UFJF-GV	67
2.1.2 Estratégias de Comunicação Pública.....	69
2.1.3 Estreitamento da relação com a mídia local a partir da Extensão Universitária....	74
2.2 CAMINHOS METODOLÓGICOS DA PESQUISA	78
2.3 REFLETINDO SOBRE O PROCESSO DE DIVULGAÇÃO E EXTENSÃO: PERCEPÇÕES E CONSIDERAÇÕES DOS ENTREVISTADOS.....	85
2.3.1 Comunicação interna	85
2.3.2 Possibilidades da Comunicação Pública.....	93
2.3.3 Relação Mídia Local e Extensão Universitária.....	98
3 PLANO DE AÇÃO EDUCACIONAL.....	107
3.1 AÇÃO 1: UNIFICAR PLATAFORMAS DE COMUNICAÇÃO INTERNA EM UM APLICATIVO.....	109

3.2	AÇÃO 2: DIVULGAÇÃO DO CLIPPING DA UFJF-GV PARA A COMUNIDADE ACADÊMICA	114
3.3	AÇÃO 3: CAMPANHA “CHECAR PARA NÃO ENGANAR”	117
3.4	AÇÃO 4: FÓRUM DE COMUNICAÇÃO EM PARCERIA COM INSTITUIÇÕES PÚBLICAS DE GOVERNADOR VALADARES E MEDIA <i>TRAINING</i> COM MÍDIA LOCAL	119
3.5	AÇÃO 5: AMPLIAÇÃO DOS CANAIS ON-LINE DA UFJF-GV	123
3.6	AÇÃO 6 - EVENTO DE DIVULGAÇÃO DAS PROPOSTAS APROVADAS NOS EDITAIS DE EXTENSÃO	128
	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	131
	REFERÊNCIAS	134
	APÊNDICE A – Roteiro de entrevista realizada com coordenadores de projetos e programas de extensão e membros do comitê gestor do Fórum Popular De Extensão	145
	APÊNDICE B – Roteiro de entrevista realizada com servidores do setor de Comunicação, Cultura e Eventos da UFJF-GV	146
	ANEXO A – Layout site antigo da UFJF-GV.....	147
	ANEXO B – Formulário de apoio e divulgação de eventos	148

INTRODUÇÃO

Manter uma boa imagem institucional não é tarefa fácil para instituições já consagradas perante a opinião pública. Para tanto, são investidas cifras consideráveis na consolidação da própria imagem, que, por sua vez, passa a ser um dos principais elementos que compõe o seu próprio patrimônio. Contudo, nem mesmo os altos investimentos garantem o êxito e, em alguns casos, mesmo instituições já positivamente reconhecidas podem colocar tudo a perder. Basta que cometam pequenos deslizes para que a imagem em questão seja seriamente arranhada.

Logo, ser reconhecido e admirado pelo seu público interno e externo é fator primordial para o sucesso de qualquer instituição. Uma reputação bem estabelecida converte-se em orgulho e compromisso entre os funcionários, Consumidores e o público em geral (ARGENTI, 2011).

Para uma instituição educacional pública e recente conquistar esta reputação é igualmente ou ainda mais desafiador. Silva e Quelhas ressaltam que as instituições públicas de maneira geral não priorizam a gestão de sua marca, “prática considerada demasiadamente comercial, em sua origem e natureza para ser relevante no setor público” (DEVONISH; QUELHAS, 2014, p. 3).

De acordo com Devonish e Quelhas (2014), enquanto as instituições privadas possuem o cliente como público alvo determinado, as instituições públicas devem atender ao governo, em seus diversos níveis, e aos cidadãos. Consequentemente, segundo Sá (2005), as instituições públicas têm como propósito “atender as demandas políticas e sociais das comunidades de sua área de atuação formadas por entes públicos”. Por outro lado, as instituições privadas “buscam a conquista de mercados e o lucro crescente para os seus proprietários”.

Inaugurada em novembro de 2012, o Campus avançado de Governador Valadares (GV) da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), conhecido como Universidade Federal de Juiz de Fora campus de Governador Valadares (UFJF-GV) oferece dez cursos de graduação e cinco programas de Pós-graduação. Entretanto, apesar da oferta, a instituição ainda não possui um espaço adequado para o desenvolvimento das atividades. Servidores e estudantes estão distribuídos em 11 espaços por toda a cidade de Governador Valadares. Fato que não só compromete as atividades profissionais e acadêmicas como também prejudica a percepção da existência da UFJF em Governador Valadares, criando dificuldades para que se ache a resposta para uma simples pergunta: “Onde fica a sede da UFJF-GV”?

Se o público diretamente envolvido com a instituição já tem certo estranhamento ao lidar com esta questão, não é difícil imaginar que a população valadarense, em sua maioria, não tenha a menor ideia de onde fica ou até mesmo da existência da UFJF-GV.

Para Huddleston e Karr (1982 apud RODRIGUES, 2012) o público analisa as instituições de ensino superior a partir de diversos fatores. Dentre os componentes levados em consideração nesta análise, os atores destacam a reputação acadêmica, a aparência do campus universitário, a personalização do serviço, a localização e a distância de casa. A pesquisa¹ *Top. Of Mind*, realizada em Governador Valadares no ano de 2017 demonstrou o quanto a imagem institucional deve ser trabalhada pela UFJF-GV (TOP OF MIND: GOVERNADOR VALADARES 2017, 2017). O resultado a ser detalhado no capítulo 1 demonstra que a UFJF-GV, única universidade pública da cidade, é a sexta colocada entre universidades/faculdades mais lembradas pela população local

Do ponto de vista da comunicação institucional, trata-se de um gargalo que dificulta a divulgação daquele que deve ser o papel de qualquer instituição pública de ensino superior: oferecer através da tríade ensino, pesquisa e extensão, a formação crítica e reflexiva de novos profissionais, que, por sua vez, devolverão à sociedade o investimento recebido.

Cabe ao setor de Comunicação, Cultura e Eventos da UFJF-GV, seção pela qual desempenho a função de jornalista desde março de 2015, encontrar soluções para superar este gargalo através de uma política de comunicação institucional que forneça aos públicos interno e externo informações sobre o que é feito na universidade através da tríade universitária, visando fortalecer a imagem institucional. De acordo com a UFJF, o jornalista tem a função de:

Recolher, redigir, registrar através de imagens e de sons, interpretar e organizar informações e notícias a serem difundidas, expondo, analisando e comentando os acontecimentos, fazer seleção, revisão e preparo definitivo das matérias jornalísticas a serem divulgadas em jornais, revistas, televisão, rádio, internet, assessorias de imprensa e quaisquer outros meios de comunicação com o público. Assessorar nas atividades de ensino, pesquisa e extensão (UFJF, 2014, p. 5).

A mim, enquanto jornalista da UFJF-GV, cabe, então, tornar público os eventos e produções realizados pela instituição, após apuração e seleção dos conteúdos que devam ser divulgados nos meios de comunicação. Função esta que exige pleno conhecimento daquilo

¹ Pesquisa realizada em uma amostra com aproximadamente mil entrevistados aleatórios, por meio de entrevistas pessoais com a utilização de formulário, pesquisas online distribuídas através de redes sociais e *WhatsApp*. O resultado completo da pesquisa será apresentado no capítulo 1.

que ocorre na instituição e um canal aberto de diálogo com os inúmeros setores internos e com os profissionais dos veículos de imprensa.

O setor de Comunicação, Cultura e Eventos (CCE) é constituído pelas áreas de jornalismo, publicidade, cerimonial e produção cultural. Como jornalista tenho a função de elaborar matérias, fotografar atividades e eventos acadêmicos e administrativos, responder à demanda da imprensa, acompanhar entrevistas de servidores para a mídia, atualizar e monitorar o site da instituição e as redes sociais (atualmente contamos apenas com o *Facebook* e *Instagram*), bem como dar o apoio necessário para a equipe que costuma organizar os eventos da universidade (UFJF, 2019a).

Ao desempenhar estas atividades me chamou atenção a grande quantidade de projetos de extensão desenvolvidos na instituição que não eram divulgados. Além disso, diante da ausência de infraestrutura adequada para o ensino e pesquisa, percebi a possibilidade de a UFJF-GV fomentar a sua imagem institucional através, principalmente, da extensão.

É incômodo o desperdício de oportunidades de divulgação de inúmeros trabalhos de extensão desenvolvidos pela instituição na região. Apenas em 2017, foram 64 projetos e programas de extensão desenvolvidos, o maior número se comparado aos demais campi avançados do Estado de Minas Gerais, conforme levantamento realizado por este autor².

Contudo, por mais que se busque divulgar os projetos, percebo, enquanto jornalista e membro do Comitê Gestor do Fórum Popular de Extensão de GV³, que não existe na comunidade acadêmica a consciência sobre a importância de dar visibilidade a estes. É como se a publicização dos trabalhos ficasse em um segundo plano.

Em contraponto a esse cenário, a contribuição da extensão para a UFJF-GV e comunidade é a possibilidade do estreitamento da relação e consequente publicização da instituição na região. É valorizar a possibilidade de os estudantes colocarem em prática o que aprenderam na universidade, mas também absorverem novos conhecimentos junto a seus interlocutores, numa troca mútua de saberes.

Portanto, é necessário que a UFJF-GV possua uma política de comunicação que valorize a importância da transmissão à comunidade acadêmica e ao público em geral dos inúmeros trabalhos que são desenvolvidos junto à sociedade, como os projetos e programas de extensão que possuem grande representatividade no campus. A pergunta que se pretende responder com o desenvolvimento da pesquisa de mestrado é: de que maneira a comunicação

² Dados serão apresentados no capítulo 1 - “A imagem institucional e a extensão universitária no campus Governador Valadares da Universidade Federal de Juiz de Fora”.

³ Comitê criado em 2017 com o objetivo de propor de políticas de funcionamento da extensão no campus GV.

institucional da UFJF-GV pode contribuir para o fomento da divulgação das atividades de extensão? Para chegar a tal resposta, procurou-se através dos objetivos específicos detalhar a extensão na UFJF-GV, identificar as principais dificuldades no processo de captação das informações e divulgação destas; analisar os gargalos que comprometem a divulgação das ações de extensão na UFJF-GV; examinar a estrutura do CCE, com o objetivo de esquematizar os dispositivos de divulgação existentes e as causas que inviabilizam uma política de divulgação mais consistente; e propor ações que contribuam para o melhor desempenho do CCE, e, como consequência, facilitem a comunicação e valorização das ações de extensão da UFJF-GV.

O primeiro capítulo, “A imagem institucional e a extensão universitária no campus Governador Valadares da Universidade Federal de Juiz de Fora”, busca descrever o cenário da extensão universitária na UFJF-GV, identificando as principais dificuldades no processo de captação das informações e divulgação destas. Para tanto, partindo de uma perspectiva geral, são apresentados o modo pelo qual o campus foi constituído, como os setores de CCE e Extensão Universitária se estabeleceram, a sua relação com o campus sede da UFJF, e as dificuldades para a consolidação da imagem de uma instituição com inúmeros problemas de infraestrutura.

Já o segundo capítulo analisa os gargalos que comprometem a divulgação das ações de extensão na UFJF-GV, através da esquematização dos dispositivos de divulgação existentes, bem como as causas que inviabilizam uma política de divulgação mais consistente. Visando facilitar as análises, são discutidos os conceitos de imagem institucional, comunicação interna, comunicação pública, extensão universitária, bem como das diversas formas disponíveis para divulgação dos trabalhos, entre os quais, redes sociais, imprensa, *sites* e boletins informativos.

No mesmo capítulo é apresentada a metodologia utilizada para esta pesquisa. Optou-se por utilizar uma abordagem qualitativa, uma vez que o presente trabalho buscou colher percepções dos entrevistados inseridos na rotina da extensão universitária e da comunicação do campus avançado da UFJF através de entrevistas semiestruturadas; e de um diário de campo em que o autor registrava detalhes ligados ao tema durante a rotina de pesquisa. Estes dados foram apresentados e analisados ainda no segundo capítulo e serviram de base para a criação do Plano de Ação Educacional (PAE) destacado no terceiro e último capítulo da presente dissertação.

O PAE foi construído com base nos preceitos que regem a comunicação pública e no papel social de uma instituição de ensino superior que deve valorizar a transparência. Neste

sentido, são propostas intervenções que contribuam para o desenvolvimento da política de comunicação da UFJF-GV junto aos públicos interno e externo, bem como para o fortalecimento da imagem da instituição e aproximação entre universidade e sociedade.

1 A IMAGEM INSTITUCIONAL E A EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA NO CAMPUS GOVERNADOR VALADARES DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA

Neste primeiro capítulo são apresentados aspectos fundamentais para a compreensão da história de criação da UFJF-GV. Ainda que exista há apenas seis anos, a primeira universidade pública da região do Vale do Rio Doce carrega em sua curta história uma série de fatos importantes que ajudam a compreender a realidade atual da universidade. Este primeiro capítulo será voltado à contextualização do objeto de estudo, e, em vista disso, está organizado em seções e subseções. Na seção 1.1, serão descritas a história da UFJF-GV, as promessas de construção do campus universitário e as dificuldades decorrentes da ausência de infraestrutura própria e a relação entre os campi sede e avançado. Ainda nesta primeira parte, serão apresentados o CCE, as ações de divulgação das atividades de extensão desenvolvidas na UFJF-GV e os desafios existentes para a criação e consolidação da imagem institucional.

A segunda seção, por sua vez, trata mais especificamente da Extensão Universitária nos campi sede e avançado, com um histórico do trabalho desenvolvido pela UFJF desde a institucionalização da extensão, passando pela criação da Pró-Reitoria de Extensão (Proex), até a política desenvolvida atualmente. Também será apresentado o funcionamento do Setor de Extensão em Governador Valadares, que é vinculado à Coordenação Acadêmica da UFJF-GV. Os números de projetos desenvolvidos desde o ano de 2013, data em que houve a primeira participação em editais, estes serão mostrados com o objetivo de descrever pontos importantes: quais áreas e cursos são mais trabalhados, entre outros.

1.1 A CRIAÇÃO DO CAMPUS AVANÇADO DE GOVERNADOR VALADARES

Inaugurado em 19 de novembro de 2012, a UFJF-GV é resultado de um período de ampliação das Instituições Públicas de Ensino Superior fomentada pelo Programa de Apoio à Reestruturação das Universidades Federais (Reuni). Criado através da publicação do Decreto nº 6.096/2007 (BRASIL, 2007), o Reuni buscou ampliar o acesso e a permanência dos estudantes no Ensino Superior através da expansão dos campi já existentes, bem como pela inauguração de campi fora da sede. Os chamados campi avançados, teriam, portanto, papel fundamental na concretização destes objetivos, uma vez que, seriam implantados em regiões carentes de oferta de vagas no Ensino Superior.

Neste cenário, o município de Governador Valadares através de sua classe política se interessou pela implantação de uma universidade pública na região que atendesse aos cerca de 1,5 milhão de habitantes da Mesorregião do Vale do Rio Doce.

Tratava-se de um desejo antigo que se tornou ainda mais relevante uma vez que municípios do Norte do Estado de Minas Gerais e do Vale do Mucuri já possuíam suas universidades públicas. A primeira frustração neste sentido ocorreu em 1989, ano em que foi criada a Constituição Estadual de Minas Gerais e que trouxe a expectativa da implantação de uma universidade pública estadual em Governador Valadares. Porém, o município contemplado foi Montes Claros, no norte do Estado. “Na época, foi aprovada a Universidade Estadual de Montes Claros (Unimontes), em Montes Claros, e nós não conseguimos criar uma universidade estadual no Vale do Rio Doce, por uma série de disputas políticas” (MONTEIRO, 2012).

Com a criação do Reuni e a consequente expansão das Universidades Federais pelo interior do país, Governador Valadares voltou a perceber a oportunidade de contar com uma instituição pública de ensino superior. Contudo, em 2006, em plena expansão das universidades federais, Teófilo Otoni, cidade localizada a apenas 140km de Governador Valadares e com menor número de habitantes, conquistou uma universidade pública através do campus avançado do Mucuri da Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri (UFVJM).

Quatro anos depois, chegou a ser cogitado que Governador Valadares teria um campus da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) ou da própria UFVJM, contudo, as tratativas declinaram (ALMEIDA, 2016). Coube à UFJF, através do então reitor Henrique Duque, assumir a responsabilidade pela criação de um campus avançado, com recursos financeiros advindos do Ministério da Educação (MEC), mais especificamente do Programa Reuni.

No dia 13 de fevereiro de 2010, quando o então presidente Lula esteve em Governador Valadares, juntamente com o então ministro da Educação, Fernando Haddad e a então ministra-chefe da Casa Civil, Dilma Rousseff, eles nos conferiram a tarefa de erguer um campus aqui. Aceitamos o desafio (UFJF, 2012a, s/p).

Em 16 de fevereiro de 2012, o Conselho Superior (Consu) aprovou a criação da UFJF-GV em conformidade com o artigo 1º, §1º de seu estatuto e referendou o recebimento em doação de terreno para a implantação física do campus de acordo com a escritura pública de

doação constante às fls.246 - 248 livro 532, lavrada no 1º ofício de notas de Governador Valadares (UFJF, 2012b).

As atividades acadêmicas tiveram início no dia 19 de novembro do mesmo ano com a disponibilidade de 750 vagas distribuídas entre nove cursos: Administração, Ciências Contábeis, Ciências Econômicas e Direito, ligados à área das Ciências Sociais Aplicadas; e Farmácia, Fisioterapia, Medicina, Nutrição e Odontologia, voltados para a área de Ciências da Vida.

Em 2013, o Consu, por meio da Resolução nº 17/2013, autorizou a criação do curso de bacharelado em Educação Física, através da oferta de 80 vagas anuais (UFJF, 2013). Dois anos depois, a UFJF-GV passou a oferecer o seu primeiro curso de pós-graduação através do Programa Multicêntrico de Pós-Graduação em Bioquímica e Biologia Molecular. Atualmente são oferecidos outros quatro programas de Mestrado e um de Doutorado: Mestrado Profissional em Ensino de Biologia; Mestrado em Ciências Aplicadas à Saúde; Mestrado em Ciências da Reabilitação e Desempenho Físico-Funcional; e Mestrado e Doutorado em Educação Física.

Até a conclusão da nova sede do campus, as aulas de todos os cursos eram realizadas nos prédios da Faculdade Pitágoras e, posteriormente, também na Universidade Vale do Rio Doce (Univale). Acreditava-se que seria uma condição temporária, uma vez que existia a promessa de que a construção do campus seria finalizada 18 meses após o início das obras, prevista para 2013 (UFJF, 2012c).

Nos primeiros anos de existência, a gestão da UFJF-GV ficou sob responsabilidade do então Pró-reitor de Planejamento da UFJF, Carlos Elízio Barral, que acumulou a função de coordenador do campus avançado. Em abril de 2014, em pleno período de Consulta à comunidade para a escolha do novo reitor, Barral foi sucedido por Rubens de Oliveira, assessor de gabinete da reitoria. Contudo, a gestão de Rubens foi curta. Em setembro do mesmo ano, já sob administração do reitor eleito, professor Júlio Chebli, houve nova mudança no comando da UFJF-GV. Em meio a uma série de desconfianças sobre a viabilidade da construção do campus GV, foram criadas a Direção do campus Governador Valadares e a Diretoria de Gerenciamento de Projetos. Ambos os cargos foram ocupados por Flávio Takakura, professor lotado no campus sede.

O descontentamento dos estudantes e servidores com a ausência de infraestrutura adequada e o fato de os três primeiros gestores da UFJF-GV residirem em Juiz de Fora despertaram na comunidade acadêmica local o desejo de que a direção do campus ficasse sob o comando de um servidor lotado em Governador Valadares. Em maio de 2015, a

Administração Superior da UFJF decidiu nomear o professor do Departamento de Fisioterapia da UFJF-GV, Peterson Marco Andrade, Diretor do campus, para exercício *pro tempore*.

Peterson assumiu o cargo em meio à discussão sobre a criação do Regimento Interno da UFJF-GV, documento que, a pedido da comunidade local, daria autonomia para que os servidores e estudantes do campus avançado escolhessem através de eleição o seu representante na Direção-Geral, bem como na Direção do Instituto de Ciências Sociais Aplicadas (ICSA) e Instituto de Ciências da Vida (ICV), unidades acadêmicas que seriam oficializadas através do mesmo documento. A proposta do Regimento contemplava ainda a formação de um Conselho Gestor, órgão local Consultivo e deliberativo, formado por representantes dos professores, servidores Técnico-Administrativo em Educação (TAE) e estudantes.

Ciente do desejo da comunidade acadêmica, o então vice-reitor da UFJF, Marcus Vinício Chein Feres, encabeçou a proposta discutida por uma comissão composta por representantes dos três segmentos e com Consultas à comunidade acadêmica valadarenses (VASCONCELOS, 2018).

No dia 17 de novembro de 2015, a proposta foi levada ao Consu e aprovada através da Resolução nº 35/2015 (UFJF, 2015a). O documento contemplou os principais anseios dos servidores e estudantes de Governador Valadares, entre os quais a eleição do Diretor-Geral.

Art.8º - A Direção Geral do Campus Avançado de Governador Valadares é órgão executivo de coordenação, fiscalização, superintendência do Campus, necessariamente exercida por servidor docente (nas condições estabelecidas no artigo 16º da Lei 9.192 de 1995), pertencente ao Quadro Ativo Permanente da UFJF, lotado no Campus de Governador Valadares, eleita de forma paritária por discentes, técnicos administrativos em educação e docentes (UFJF, 2015a, p. 5).

Conforme desejado pela comunidade acadêmica, o documento oficializou também a criação do ICSA, unidade acadêmica que engloba os cursos de Administração, Ciências Contábeis, Ciências Econômicas e Direito; e do ICV, unidade acadêmica que abrange os cursos de Educação Física, Farmácia, Fisioterapia, Nutrição, Medicina e Odontologia. O Regimento Interno possibilitou o surgimento do Conselho Gestor, órgão máximo deliberativo e Consultivo.

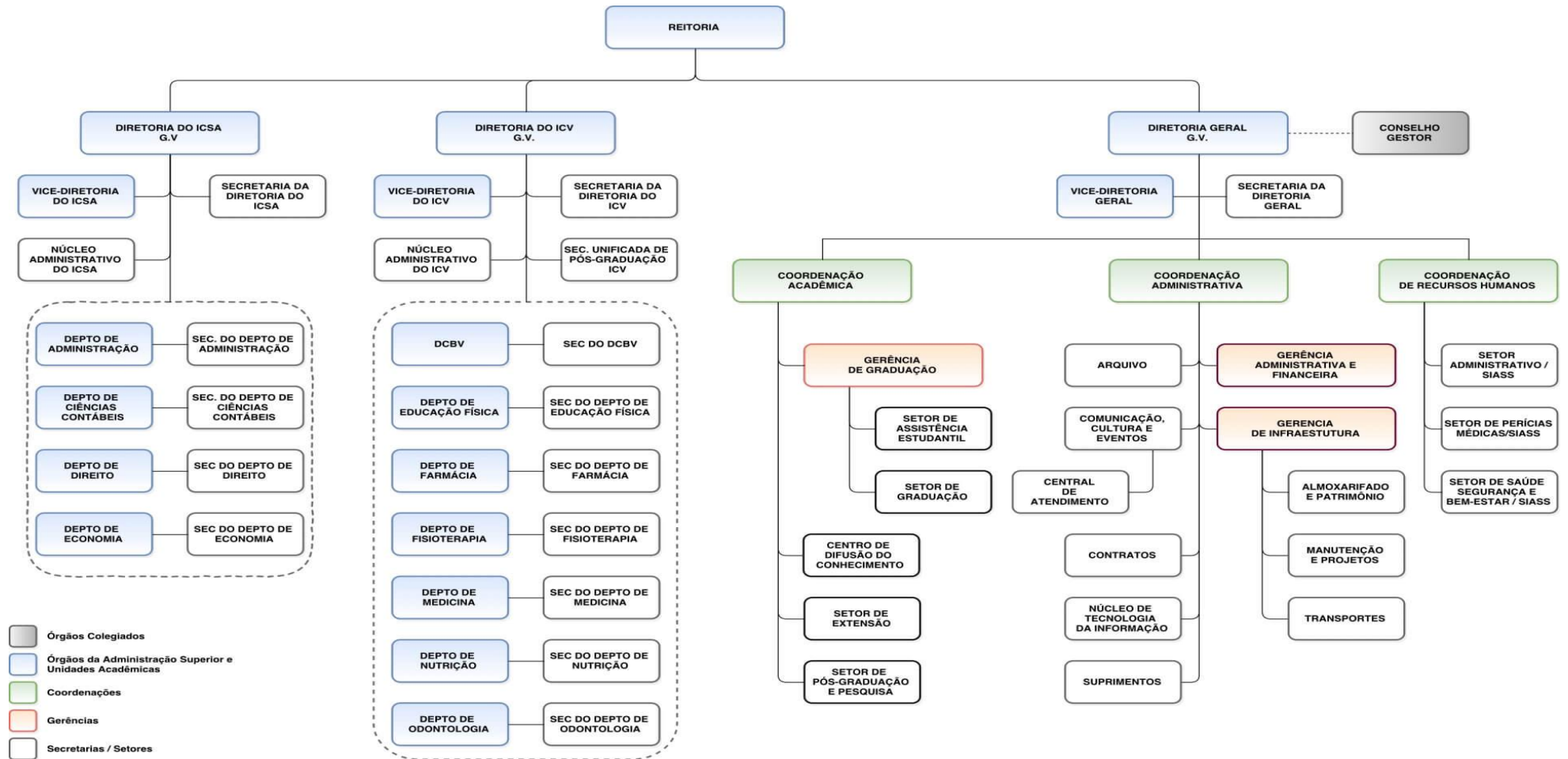
Art. 12 - Compete ao Conselho Gestor:

I – Aprovar os planos de ação administrativa que definam as prioridades das atividades de Ensino, Pesquisa e Extensão, ressalvadas as competências das Unidades Acadêmicas e dos Conselhos Superior e Setoriais da UFJF;

- II – deliberar sobre proposta orçamentária administrativa, relatórios e planos anuais de atividades do Campus elaborados pelo Diretor Geral;
- III – encaminhar as propostas de Convênios, acordos e ajustes, após o exame preliminar, aos órgãos competentes da Universidade, para tramitação em conformidade com as normas internas;
- IV – apreciar, preliminarmente, as prestações de contas de recursos oriundos de convênios, auxílios e outros ajustes, bem como encaminhá-las aos Órgãos competentes da universidade para a tramitação regular;
- V – Criar e aprovar o regimento do Conselho Gestor;
- VI – cumprir e fazer cumprir o presente Regimento do Campus (UFJF, 2015a, p. 7).

Em 2016, já com o Regimento Interno aprovado, a UFJF-GV realizou a sua primeira Consulta eleitoral para o cargo de Diretor-Geral. Peterson Andrade, que até então exercia o cargo *pro tempore*, foi eleito tendo como vice-diretor o professor Fábio Pieri. Além da eleição, o Regimento Interno possibilitou ainda a constituição de uma nova organização administrativa, com a criação de coordenações, gerências, setores administrativos e de apoio, conforme Figura 1 apresentada adiante.

Figura 1 – Organograma da UFJF-GV



Fonte: UFJF (s/d).

O processo histórico que levou a atual composição administrativa é apresentado neste estudo por tratar-se de um aspecto importante para a compreensão de alguns dos problemas atuais de comunicação existentes no campus GV e entre os campi da UFJF. Da Figura 1, em razão do tema a ser tratado nesta dissertação, pede-se especial atenção ao setor de Comunicação, Cultura e Eventos que responde hierarquicamente à Coordenação Administrativa; e ao Setor de Extensão que é vinculado à Coordenação Acadêmica. Percebe-se que os setores correspondentes aos elementos da tríade universitária são subordinados à coordenação acadêmica, contudo apenas o Ensino, através da Gerência de Graduação, possui uma chefia imediata. Na próxima subseção, serão apresentadas as dificuldades acadêmicas e administrativas cotidianas que são potencializadas pela inexistência de infraestrutura própria da UFJF-GV.

1.1.1 A ausência de infraestrutura própria

Até seis anos após o início das atividades, a UFJF-GV ainda não possuía um espaço próprio para o desenvolvimento das atividades de graduação e pós-graduação. Os 202 servidores técnico-administrativos, 275 professores e 2.873 estudantes, realizavam suas atividades profissionais e acadêmicas distribuídos em dez espaços alugados por toda a cidade. Três dos principais espaços locados são divididos com instituições privadas de ensino superior: Faculdade Pitágoras, Universidade Presidente Antônio Carlos (Unipac) e Univale.

Este regime de coabitação provoca uma série de conflitos decorrentes da disputa por espaços. De acordo com Monteiro (2018), a coabitação gera uma relação antagônica entre diferentes grupos. Citando a análise de Elias e Scotson (2000), Monteiro (2018, p. 48) destaca que “quando um grupo se auto percebe como diferente (estabelecidos), em relação a outro (*outsiders*), mobiliza mecanismos para excluí-lo e desprezá-lo”.

O prédio da Faculdade Pitágoras abriga uma das bibliotecas da UFJF-GV, os quatro cursos do ICSA e os primeiros períodos dos cursos do ICV. É o local em que atualmente está concentrada a maior parte das atividades acadêmicas desenvolvidas pela UFJF-GV. Por tratar-se de um espaço compartilhado, as salas de aula e laboratórios locados devem ser utilizados, exclusivamente, entre 7h e 17h. Após o horário limite, os locais acima citados devem ficar disponíveis para uso exclusivo dos alunos e professores da Faculdade Pitágoras. Fato que compromete e inviabiliza atividades acadêmicas no período noturno.

Já estudantes dos períodos mais avançados dos cursos da área de saúde têm a maioria das suas aulas nos prédios da Unipac e Univale. Também há horário limite para o uso das salas: 7h às 17h30, na Unipac; e 7h às 17h, na Univale. O Quadro 1, a seguir, apresenta o número de espaços locados pela UFJF-GV:

Quadro 1 – Principais espaços locados pela UFJF-GV em 2018

Unidade Locada	Número de Salas Locadas	Número de Laboratórios Locados
Pitágoras	56 + Biblioteca	14
Unipac	39 + Auditório	17
Univale	13 + 4 Auditórios	15

Fonte: Quadro elaborado pelo autor (2019).

O contrato com a Univale já foi mais abrangente. Até 2017 todos os períodos dos cursos do ICV eram oferecidos nesta instituição, contudo, desavenças contratuais inviabilizaram a renovação nos mesmos termos. Em 2016, alegando atrasos no pagamento do aluguel, a Univale chegou a impedir a entrada de estudantes da UFJF-GV. Fato que teve ampla repercussão negativa na mídia local e que marcou o ápice da constante crise institucional vivida pela UFJF-GV. Matéria veiculada no portal G1 narrou os constrangimentos passados pelos estudantes da instituição: “Seguranças da Univale pararam os ônibus onde os estudantes estavam, entraram nos veículos e informaram que eles não poderiam entrar nas dependências da instituição, fazendo com que os alunos saíssem dos veículos” (ESTUDANTES..., 2016).

Em resposta à Univale, a UFJF, através da Diretoria de Imagem Institucional do campus sede e do setor de Comunicação, Cultura e Eventos do campus avançado, divulgou nota oficial na qual caracterizou a atitude, da então principal parceira, como intempestiva, arbitrária e unilateral. A nota ressaltou ainda que o impasse financeiro existente se referia a um processo de reconhecimento de dívida de um contrato anterior, sem vinculação com o contrato em vigor (UFJF, 2016a). A Advocacia Geral da União foi acionada pela Administração Superior para que o contrato em vigência até agosto de 2017 fosse cumprido integralmente.

A relação insustentável levou a UFJF-GV a procurar novas alternativas. Entre as quais a assinatura de um contrato que contemplasse mais salas e laboratórios junto à Faculdade Pitágoras e um contrato com a Unipac. Além disso, em agosto de 2017, foi fechado um acordo, através de um instrumento de comodato, junto à Fundação Padre Teodoro Araiz, então mantenedora da Faculdade de Administração de Governador Valadares (FAGV). Com

isso, uma das bibliotecas e a sede administrativa da UFJF-GV passavam a funcionar no imóvel da FAGV, mantida pela Fundação. Menos de um ano depois, os setores administrativos mudaram novamente de local. Desta vez, para um imóvel locado na região central do município. A vantagem, neste caso, é que o espaço não era compartilhado.

Contudo, o horário limite imposto pelas principais locatárias dos espaços acadêmicos não só inviabilizava a oferta de aulas no período noturno, como também gerava dificuldades até mesmo para a realização de simples reuniões. No intuito de minimizar estas dificuldades, a UFJF-GV firmou um acordo com a Escola Estadual Israel Pinheiro. De segunda a sexta, entre 17h30 e 22h, o colégio cedia salas de aula, a sala de vídeo, sala de informática e a quadra poliesportiva da Escola Estadual Israel Pinheiro. A referida escola receberia em troca eventos acadêmicos que aproximassem os alunos do colégio ao ambiente do Ensino Superior (UFJF, 2017a).

Além dos locais supracitados, a UFJF-GV está distribuída por outros espaços em diversos pontos de Governador Valadares. No centro, a universidade aluga um imóvel em que são oferecidos os serviços da Clínica Escola de Fisioterapia, do Núcleo de Prática Jurídica e da Farmácia Universitária. Em outro imóvel, funciona o Núcleo de Projetos do curso de Ciências Econômicas.

Em bairros mais afastados da região central estão localizados os prédios da Faculdades Unidas do Norte de Minas, da Associação Brasileira de Odontologia de Governador Valadares e do Clube Filadélfia. Os dois primeiros são espaços alugados para as aulas práticas do curso de Odontologia, já o Filadélfia é palco das atividades práticas do curso de Educação Física.

A partir do mapa do município de Governador Valadares, a Figura 2 apresenta os espaços utilizados pela UFJF-GV.

Figura 2 – Espaços utilizados pela UFJF-GV em Governador Valadares



Fonte: UFJF (2019b).

A Figura 2 demonstra ainda que, a depender da grade de aulas, os discentes, muitas vezes, são obrigados a percorrer distâncias extensas para assistirem aula em locais distintos em um mesmo dia. Por exemplo: nove quilômetros separam a Unipac da Univale, dois espaços frequentados por estudantes do ICV. As dificuldades relatadas nesta subseção são reflexos da ausência de um campus próprio, cuja construção foi prometida em 2012, conforme veremos a seguir.

1.1.2 A promessa de construção do campus

Em 2012, o então reitor Henrique Duque reuniu os primeiros calouros e apresentou o projeto de construção da futura sede da UFJF-GV. Orçado em R\$ 150 milhões o campus seria construído em 18 meses a partir do início da obra, em um terreno de mais de 500 mil metros quadrados doado por um empresário da cidade.

O novo campus compreenderá em sua fase inicial dez blocos para os cursos, um bloco para a pós-graduação e outro para atendimento aos alunos, com instalações como biblioteca e infocentro, entre outras unidades. Em outra área, o projeto prevê um restaurante universitário, com capacidade para atender a toda a demanda do campus. Adaptadas às condições climáticas de Governador Valadares, as salas serão climatizadas, com pé direito alto. Os prédios acompanham as principais tendências na área ambiental, e terão

coberturas verdes (de plantas) e estação de tratamento de efluentes (UFJF, 2012c, s/p).

Três meses depois deste anúncio, surgiu o primeiro de muitos revezes. Após determinação do Tribunal de Contas da União (TCU), o processo de construção da sede própria foi suspenso em razão de suspeitas de irregularidades no processo licitatório. Decisão que foi revogada em outubro de 2013, após conclusão de que uma nova licitação acarretaria em prejuízos ainda maiores (ALMEIDA, 2016).

Feitos alguns ajustes contratuais recomendados pelo Tribunal de Contas da União, a obra foi liberada e teve início ainda em 2013. Contudo, em 2015, a crise econômica no país, a interrupção de repasses pelo Governo Federal e questões judiciais inviabilizaram a continuidade da obra e culminaram no encerramento dos trabalhos no terreno. Durante este período foram gastos mais de R\$ 60 milhões sem que um prédio tenha sido levantado, segundo relatório anual de atividades de auditoria interna:

[...] a obra de construção do campus foi paralisada em 2015 sem a finalização sequer da terraplanagem. Toda a comunidade acadêmica do Campus de Governador Valadares sofre as consequências, diariamente, da falta de um local para o exercício de suas atividades. Mais de 60 milhões de reais foram gastos nesta obra específica, sem uma finalização do projeto. Relevante inclusive é a atuação do Ministério Público Federal que propôs Ação Civil Pública com vistas a anular o contrato do Campus de Governador Valadares. Isso faz com que os contratos de locação se proliferem (UFJF, 2017b, p. 36).

O cenário incerto gerou uma série de manifestações promovidas pela comunidade acadêmica. Em 2015, por exemplo, estudantes impediram uma audiência que discutiria o Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) para os próximos cinco anos. Entre gritos e cartazes, os manifestantes perguntavam pelo campus e exigiam a presença mais constante do reitor Júlio Chebli no campus avançado. Essa manifestação foi divulgada nos principais portais de notícias da região (ALUNOS..., 2015).

Em 2016, após Consulta à comunidade acadêmica, o professor Marcus David assumiu a reitoria da UFJF, herdando os problemas estruturais do campus Governador Valadares. Logo no início de sua gestão, viu estudantes do curso de Odontologia da UFJF-GV decretarem greve, viajarem até Juiz de Fora e acamparem no prédio da reitoria. Um local que comportasse todas as atividades clínicas, laboratoriais e de aula teórica era a principal reivindicação. Na oportunidade, o diretor da UFJF-GV, Peterson Andrade, definiu o campus

avançado como vítima de uma “empurroterapia crônica” e de ser “o ponto cego da UFJF” (AREAS, 2016). Nesta publicação Peterson ressaltou ainda que:

No dia 5 de fevereiro, os conselheiros do Conselho Superior da UFJF receberam o Memorando 13/2015, em que a Direção do Campus de Governador Valadares decretou Estado de Calamidade Acadêmica e Situação de Emergência Administrativa. Esgotamos todas as possibilidades para alertar sobre os problemas administrativos encontrados neste campus universitário” (AREAS, 2016, s/p).

Atualmente não há previsão para a retomada da obra do campus. Enquanto isso, a instituição trabalha em outras vertentes. Em julho de 2017, o MEC anunciou a liberação de verba para a compra do imóvel que pertencia a FAGV. No ano seguinte, embora não tenha recebido o valor integral prometido pelo MEC, o Conselho Superior da UFJF aprovou a aquisição do imóvel para instalação de parte do campus GV. O prédio estimado em R\$ 9,5 milhões foi comprado com R\$ 5 milhões liberados pelo MEC e o restante do valor decorrente de receita da própria UFJF. O MEC havia se comprometido a liberar mais R\$ 4,5 milhões em 2019. Porém, em razão da urgência, o Consu decidiu aprovar a compra em 2018 e rediscutir a destinação desse valor quando fosse liberado pelo Ministério. Embora esteja longe de resolver todos os problemas de infraestrutura da UFJF-GV, a compra proporcionará mais “segurança e estabilidade” para a instituição (UFJF, 2018a).

Mesmo adquirido pela UFJF, o antigo prédio da FAGV ainda não é utilizado pela comunidade acadêmica. Em reunião do Conselho Gestor, os conselheiros aprovaram a Resolução nº 01/2019, que aponta o perfil de uso do novo espaço da Universidade, porém sua ocupação integral ocorrerá após estudo técnico da equipe de infraestrutura e validação pela Comissão de Infraestrutura (UFJF, 2019c).

O Quadro 2, a seguir, apresenta como será feita a distribuição dos espaços do antigo prédio da FAGV entre os institutos e departamentos.

Quadro 2 – Perfil do uso do prédio adquirido pela UFJF-GV

	Setor/demanda	Responsáveis
1	Núcleo de Tecnologia da Informação (NTI)/Servidor de internet	Coordenação Administrativa/NTI
2	Biblioteca	Coordenação Acadêmica
3	Auditório do campus	Coordenação Acadêmica
4	Sala de Videoconferência	Direções de Unidade
5	Espaço para o Diretório Central dos Estudantes (DCE)	Coordenador Local do DCE
6	Núcleo de Práticas Jurídicas	Departamento de Direito/ICSA
7	Sala administrativa para as secretarias dos cursos	Direção do ICSA

8	Salas de aula no período matutino e vespertino de uso prioritário pela ICSA	Direção do ICSA
9	Salas de aula no período noturno	Direções de Unidade
10	Sala dos professores	Direções de Unidade
11	Sala para as coordenações de curso e chefias de departamento	Direção do ICSA
12	Sala para Direção e Secretaria da Direção do ICSA	Direção do ICSA
13	Laboratório de Informática de uso prioritário pelo ICSA	Direção do ICSA
14	Depósito	Direções de Unidade
15	Almoxarifado para o ICSA	Direção do ICSA
16	Almoxarifado de produtos químicos e Central de Resíduos	Direção do ICV
17	Núcleo de Economia	Departamento de Economia/ICSA
18	Cessão onerosa de lanchonete para o prédio	Gestor do contrato
19	Laboratório de Patologia Oral	Departamento de Odontologia/ICV

Fonte: UFJF (2019c).

Também em 2017, o MEC prometeu a liberação de recursos para a construção de um imóvel em um terreno doado à UFJF pela União. Em 2018, foi aberto edital para contratação de empresa para as obras de construção do novo prédio que será destinado aos departamentos de Farmácia e Nutrição da UFJF-GV, contemplando laboratórios, salas de aula, setores de apoio, administrativos e de atendimento. O prazo para o término das obras que tiveram início após a licitação, em fevereiro de 2019, é de 18 meses.

Conforme visto nesta subseção, a ausência de infraestrutura não só compromete a realização adequada das atividades acadêmicas e administrativas, como também cria problemas organizacionais e compromete a imagem institucional perante os públicos interno e externo. Cabe ao CCE trabalhar para solucionar estas questões por meio do gerenciamento de crises e da criação de uma política de divulgação da UFJF-GV.

De acordo com o Plano de Ação 2018-2020 da UFJF, a Imagem Institucional é um “elemento de sustentação institucional da UFJF”, cabendo ao setor responsável “construir uma política de publicização transparente e inclusiva, divulgando e promovendo ações que construam uma imagem realista e de valorização da instituição” (UFJF, 2018b, p. 16).

Diante das responsabilidades elencadas, apresenta-se na próxima subseção o histórico e a estrutura do CCE em Governador Valadares.

1.1.3 o setor de Comunicação, Cultura e Eventos

Enquanto buscava soluções para amenizar as crises de imagem provocadas pela ausência da sede, o CCE não ficou imune às dificuldades estruturais da UFJF-GV e precisava

se adaptar às mudanças administrativas e de espaços físicos. Desde 2013, ano em que começou a funcionar, o CCE dividiu salas de menos de 20 metros quadrados com setores distintos e sem nenhuma ligação entre si, dentre os quais, Tecnologia da Informação e Infraestrutura, fato que comprometia a rotina de trabalho e gerava constrangimentos, uma vez que, as reuniões peculiares a cada área deveriam ser feitas nos corredores da Faculdade Pitágoras ou em salas de aula que porventura estivessem desocupadas. Essa realidade perdurou até agosto de 2016, quando o CCE passou a ter uma sala exclusiva após a mudança para a FAGV. Em 2017, o setor passou a funcionar em uma sala da Sede Administrativa, local em que atende até hoje.

Embora tenha passado a atuar em 2013, a partir da chegada de um jornalista contratado, a estruturação do CCE começou efetivamente em julho de 2014 com a entrada em exercício dos primeiros servidores: uma jornalista e uma produtora cultural. Em agosto de 2018, o CCE passou a contar com três jornalistas, três produtores culturais e cinco assistentes administrativos que dividem suas tarefas entre as áreas de jornalismo, publicidade, cerimonial, produção cultural e central de atendimento.

Os jornalistas possuem inúmeras funções, dentre os quais: pautar e escrever matérias, fotografar atividades, eventos acadêmicos e administrativos, responder à demanda da imprensa, acompanhar entrevistas de servidores para a mídia, atualizar e monitorar o *site* da instituição e as redes sociais, bem como dar o apoio necessário para a equipe que costuma organizar os eventos da universidade. Por se tratar de um setor com número de servidores reduzido, todos ajudam os demais colegas em suas áreas quando necessário.

A criação de uma identidade visual do campus avançado foi uma das tarefas relacionadas à publicidade realizadas por um dos produtores culturais, Ivan Bretas, formado em Comunicação Social com habilitação em Publicidade.

Na publicidade, o campus avançado contava com uma marca – e somente isso. O setor teve êxito em estabelecer uma identidade visual própria do campus. Essa identidade foi aplicada na identificação de salas, setores e papelaria básica como papéis timbrados, cartões de visita e sites institucionais (VASCONCELOS, 2018, p. 54).

Por não possuir um servidor que tenha como função principal a criação de campanhas institucionais, o CCE não consegue suprir a crescente demanda por banners, vídeos e marcas de projetos. A ausência de profissionais com este perfil estabelece mais um obstáculo à tentativa de fortalecimento da imagem da UFJF-GV.

Os demais produtores culturais do CCE são responsáveis pela execução e planejamento de eventos institucionais, dentre os quais a recepção aos calouros e a colação de grau, e pela criação de atividades culturais que fortalecem a marca da UFJF-GV através da integração entre estudantes, servidores e comunidade. Destacam-se os projetos “Almoço com Cantoria”, que organiza mensalmente um evento para que a comunidade acadêmica possa apresentar seus dotes musicais durante o almoço nos Restaurantes Universitários; o “Coral Universitário da UFJF-GV”, que conta com a participação não só de representantes da comunidade acadêmica, mas também da comunidade externa; o “Vamos Ler!”, que fixa poemas e textos da literatura brasileira em espaços comuns da Universidade; e o Cine Acadêmico, cujo objetivo é exibir filmes e documentários que abordem temas atuais e dialoguem com alguma disciplina dos cursos oferecidos pela UFJF-GV.

Incorporada ao CCE em 2017, a Central de Atendimento busca auxiliar e sanar dúvidas dos públicos interno e externo, sobretudo em relação a assuntos ligados à Coordenação de Assuntos Acadêmicos e Coordenação de Assuntos Estudantis. A junção da Central de Atendimento ao CCE em Governador Valadares buscou repetir diretrizes já adotadas no campus sede, conforme destacado por Mauro Eduardo Leopoldino Pires, então coordenador interino da Central em Juiz de Fora durante reunião realizada com integrantes do setor em Governador Valadares, em fevereiro de 2018: “Apesar de ser constituída por duas unidades, a UFJF é uma só. Buscamos trazer a experiência do campus sede, alinhar com o trabalho realizado em GV e uniformizar o atendimento à comunidade acadêmica” (UFJF, 2018c, s/p). Essa diretriz leva em consideração que, na maioria das vezes, a Central de Atendimento é o primeiro setor de aproximação entre o público externo e a UFJF, portanto, é fundamental que esteja ligada administrativamente às políticas da Diretoria de Imagem Institucional que prezam sobretudo pela de transparência, diálogo e interesse público. Até fevereiro de 2019, o atendimento ao público era realizado por assistentes administrativos, contudo, os servidores foram deslocados para outros setores. Para seus lugares, a instituição contratou profissionais terceirizados.

Embora siga diretrizes da Diretoria de Imagem Institucional do campus sede, administrativamente, conforme demonstrado na Figura 1, o CCE responde à Coordenação Administrativa da UFJF-GV. Situação que gera uma série de divergências, uma vez que o Regimento Interno do campus avançado preza pela descentralização. De acordo com Vasconcelos, as dificuldades administrativas geram conflitos que acabam por influenciar a rotina do CCE. Em suas palavras:

[...] o setor passa por conflitos de sobreposição de autoridade. Decisões administrativas e principalmente aquelas que envolvem investimentos são tomadas pela coordenação administrativa em conjunto com a direção geral do Campus GV, face ao processo de descentralização sustentado pelo regimento (VASCONCELOS, 2018, p. 54).

Entre os conflitos, destaca-se como exemplo uma proposta inicial da Comissão de Reestruturação Administrativa da UFJF-GV, a partir de uma sugestão da direção geral da UFJF-GV, de unificar os setores de Tecnologia da Informação e CCE. O tema foi amplamente debatido e rechaçado após pressão contrária de integrantes do CCE, respaldados pela Diretoria de Imagem Institucional.

Trata-se de uma dificuldade inerente ao campus avançado e que merece uma pesquisa à parte. Se por um lado a coordenação administrativa vivencia a realidade do campus GV e, portanto, em tese, possui mais condições de apontar soluções para os problemas, por outro, a Diretoria de Imagem Institucional tem o conhecimento técnico de como deve atuar um setor de Comunicação.

Além de lidar com o gerenciamento de crises, com a ausência de espaço físico para trabalhar, o CCE precisa atenuar as contradições intrínsecas a um campus avançado em processo de consolidação. Contradições que geram uma série de inconvenientes entre os campi sede e avançado da UFJF, conforme veremos a seguir.

1.1.4 A relação entre os campi sede e avançado da UFJF

Conforme visto na seção 1.1, uma das principais preocupações da comunidade acadêmica de Governador Valadares, durante a discussão sobre a criação do Regimento Interno da UFJF-GV, foi buscar alternativas para que o campus avançado tivesse mais autonomia administrativa e acadêmica. O documento contemplou parte destes desejos ao oficializar, ainda em 2015, a criação das unidades acadêmicas e ao estabelecer eleições internas para a escolha do Diretor Geral. Antes, este cargo era preenchido mediante uma indicação da Administração Superior localizada em Juiz de Fora.

Embora tenha dado maior autonomia ao campus Governador Valadares, a aprovação do Regimento Interno ainda está longe de resolver os problemas administrativos da instituição. Setores da comunidade acadêmica cobram a descentralização de processos administrativos que ficam restritos ao campus sede. Situação que cria obstáculos entre os respectivos setores de cada campus. Pesquisa realizada pelo administrador do campus Governador Valadares, Leonardo de Almeida Alexandrino, constatou este descontentamento:

“O principal desafio seria uma maior integração entre os dois campi que pudesse promover uma descentralização das atividades e melhor aproveitamento do capital intelectual ocioso no campus GV.” (ALMEIDA, 2016, p. 88).

Esta percepção é compartilhada pelo diretor-geral do campus avançado, Peterson Andrade, que, desde que assumiu o cargo, tem apontado os principais entraves para o estabelecimento de uma relação mais próxima entre os campi, entre os quais a centralização de serviços no campus sede que poderiam ser compartilhados com a UFJF-GV.

A ausência de estrutura própria para as atividades de ensino, pesquisa e extensão; distância física da sede, pequena equipe administrativa com funções de chefia, carência de processos de descentralização para aumentar a eficiência administrativa e acadêmica, carência de orientações do MEC para ordenar os processos de implantação de novos campi e carência de recursos para atividades básicas para o ensino. Ou seja, o governo federal aumentou o acesso às universidades federais, porém um debate é necessário para que padrões mínimos de qualidade sejam alcançados (UFJF, 2015b, s/p).

A constatação de que os problemas de infraestrutura e de administração comprometem a eficiência do campus avançado levou o diretor da UFJF-GV a buscar espaços de discussão sobre o tema na Comissão de Educação da Câmara dos Deputados, em Brasília. Para tanto foi criado, em 2018, o Grupo de Diretores de Campus fora das Sedes/UF com o objetivo de favorecer a troca de experiências entre os campi avançados e também com a missão de agir politicamente na busca por investimentos para universidades localizadas fora das cidades em que estão sediadas as reitorias. Entre 2015 e 2018, a Comissão de Educação da Câmara dos Deputados realizou ao menos cinco eventos sobre o tema. O primeiro deles, a partir de um pedido de Peterson Andrade (UFJF, 2015c).

Entre as discussões, os então deputados federais da bancada de Minas Gerais, Caio Nácio (PSDB) e Leonardo Quintão (PMDB), integrantes da Comissão de Educação da Câmara dos Deputados, apresentaram o projeto de Lei (PL nº 7543/2017) para a criação da Universidade Federal de Governador Valadares (UFGV). Entre as justificativas para a proposta, os deputados citaram a existência do campus avançado da UFJF em Governador Valadares, mas ressaltaram que a criação da UFGV fomentaria o desenvolvimento econômico, social e cultural na região.

Em meio ao desenvolvimento desta proposta, os deputados Caio Nácio e Leonardo Quintão participaram de um Seminário Regional organizado pela Comissão de Educação da Câmara dos Deputados em Governador Valadares. Denominado “Os desafios dos Campi fora das sedes: a expansão e a qualidade da educação superior no Campus Avançado Governador

Valadares da Universidade Federal de Juiz de Fora”, o seminário não tratou concretamente da independência da UFJF-GV ou da transformação da UFJF-GV em UFGV, mas denotou uma articulação política a respeito do tema. O seminário ocorreu no dia 15 de maio de 2017, treze dias após a apresentação do projeto de lei realizada em 2 de maio do mesmo ano.

A divulgação do projeto de lei acompanhada pela audiência pública realizada em Governador Valadares causou, por um lado, grande preocupação na comunidade acadêmica e, por outro, externou a insatisfação existente entre parte dos servidores da UFJF-GV. A reunião do Conselho Gestor realizada no dia 11 de maio, ou seja, entre a data da apresentação do projeto e a audiência pública, foi dominada pelo tema, conforme a ata assinada por todos os conselheiros participantes e divulgada no *site* do Conselho Gestor (UFJF, 2017c). O professor licenciado do curso de Direito da UFJF-GV e Secretário Municipal da Fazenda de Governador Valadares, Jamir Calili Ribeiro, participou da reunião e externou o desejo por parte da prefeitura de que a UFJF-GV se tornasse completamente independente da UFJF. Este ponto de vista, embora não fosse compartilhado oficialmente, recebeu o apoio informal de parte de servidores descontentes com a atual situação administrativa e financeira da UFJF-GV, contribuindo para o estreecimento da relação entre alguns setores dos campi da UFJF⁴. Em janeiro de 2019 o projeto foi arquivado nos termos do Artigo 105⁵ do Regimento Interno da Câmara dos Deputados. Ou seja, com o fim da então legislatura, os processos que ainda se encontravam em tramitação e que não tinham sido aprovados em todas as comissões necessárias foram arquivados. A proposição poderia ser desarquivada mediante requerimento do autor, ou autores, dentro dos primeiros cento e oitenta dias da primeira sessão legislativa ordinária da legislaturade 2019, retomando a tramitação desde o estágio em que se encontrava, porém os dois defensores e propositores do então projeto não conseguiram se reeleger.

O constante conflito de agenda da Administração Superior é mais um exemplo do desgaste entre os campi e pode ser exemplificado aqui através de dois fatos envolvendo o CCE e o Setor de Extensão, setores abordados nesta pesquisa. Um exemplo é a Recepção aos Calouros, evento já tradicional no calendário da UFJF-GV, que demonstra aos ingressantes que eles estão, de fato, inseridos na instituição, através da oferta de atividades de integração e

⁴ Considero importante trazer este fato para a presente pesquisa, pois ele demonstra exatamente o grau de vulnerabilidade da UFJF-GV, o grau de descontentamento existente sobretudo entre servidores, e a dificuldade para a criação de imagem institucional de uma universidade que vive em condições elevadas de instabilidade, sem o devido apoio da prefeitura local e sob pressões/estratégias políticas internas e externas.

⁵ <https://www2.camara.leg.br/legin/fed/rescad/1989/resolucaodacamaradosdeputados-17-21-setembro-1989-320110-normaatualizada-pl.pdf>

acolhimento, palestras sobre os principais serviços oferecidos pela universidade, dicas e informações fundamentais para aqueles que acabaram de ingressar no ensino superior. Para tanto, é importante que a Recepção aos Calouros ocorra tão logo sejam iniciados os semestres acadêmicos, sob pena de perder a razão de sua realização, bem como prejudicar o planejamento de aula dos professores que precisariam liberar os alunos em um momento futuro, quando as disciplinas já estivessem em andamento.

Contudo, como o calendário é comum aos dois campi, as aulas têm início no mesmo dia, fato que inviabiliza a participação da Administração Superior na Recepção aos Calouros dos dois campi, caso estas sejam realizadas simultaneamente. Logo, cabe ao campus avançado, através do CCE, organizar a Recepção aos Calouros apenas a partir da segunda semana de aulas, o que acarreta no esvaziamento do evento e gera insatisfação dos professores que, em alguns casos, se negam a liberar os alunos para a atividade.

Eventos cuja participação de integrantes da Administração Superior é fundamental são corriqueiramente objetos de discussões entre os dirigentes dos campi. O 1º Fórum Popular de Extensão e Cultura do campus avançado, por exemplo, foi realizado em 1º de outubro de 2018 (UFJF, 2018d), tendo sua data original alterada em razão da ausência de entendimento entre o Comitê Gestor do Fórum Popular de Extensão de GV, Pró-Reitoria de Extensão e Diretoria de Imagem Institucional. Anteriormente agendada para o dia 14 de agosto⁶, a data de realização foi alterada após solicitação da Diretoria de Imagem Institucional que alegou o conflito de eventos, uma vez que a Recepção aos Calouros (UFJF, 2018e) ocorreria na mesma data e horário da abertura do evento extensionista.

O adiamento a partir de uma observação da Diretoria de Imagem Institucional criou um certo descontentamento entre os integrantes do Comitê Gestor do Fórum Popular de Extensão de GV, uma vez que a programação já estava fechada, o evento já havia sido divulgado nos canais oficiais, e os participantes convidados já tinham confirmado presença, bem como os representantes de movimentos sociais. Com a decisão do adiamento, os convites foram revogados e a divulgação foi retirada do *site*.

Estes são apenas alguns exemplos que demonstram os problemas existentes entre os campi que, por sua vez, comprometem a relação e dificultam a consolidação da UFJF-GV e consequentemente da imagem institucional. A seguir, serão apresentados aspectos que dificultam a consolidação da imagem institucional de uma universidade ainda em fase de

⁶ Planejamento do evento com programação e data original disponível em <http://abre.ai/YB7>

implantação. Veremos que o fortalecimento da imagem depende, além dos aspectos físicos e estruturais, da valorização da comunicação com o público interno e externo.

1.1.5 Imagem institucional de uma universidade que não possui sede própria

O Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior que trata da autorização e regulamentação de novos cursos de graduação, bem como subsidia a produção de indicadores de qualidade do Ensino Superior considera o espaço físico um aspecto imprescindível em suas respectivas avaliações. Ou seja, uma Universidade com estrutura precária terá um resultado comprometido e corre o risco de não ter os seus cursos reconhecidos.

É fundamental que a gestão da infraestrutura seja adequada ao projeto pedagógico pensado para os cursos, para que não sejam necessárias adaptações e improvisos que comprometam a qualidade acadêmica. Fato que torna a infraestrutura fator primordial na manutenção e acolhimento de novos estudantes. Mais do que isso, além de ser um elemento essencial para a consolidação de um campus de qualidade, a infraestrutura é importante para a criação e fortalecimento da imagem institucional perante os públicos interno e externo.

Segundo Ramalho (1982), existem quatro tipos de elementos na composição da imagem das organizações, entre os quais o elemento material, ou seja, aquele relacionado à forma como o público interno se sente no local em que desempenha suas atividades. Além do elemento material, Ramalho (1982) destaca o elemento humano, ou seja, o comportamento da equipe de trabalho; o elemento psicossociológico, relacionado às políticas de pessoal e de informação, entre outras e o elemento que representa as qualidades do bem ou do serviço. Em conformidade com essa percepção, o setor de Planejamento da UFJF-GV realizou, em 2016, uma pesquisa de clima organizacional e demonstrou que havia insatisfação dos servidores da instituição com as condições de trabalho a qual estava relacionada principalmente a questões de temperatura, ausência de espaço, mobiliário e equipamentos. De acordo com Vasconcelos (2018, p. 49), “o levantamento revelou a infraestrutura física como um dos principais problemas relatados pelos servidores do campus. O nível de satisfação era extremamente baixo, sobretudo nas instalações ocupadas pelo ICV, compartilhadas com a Univale”.

Até fevereiro de 2019, entre os onze espaços utilizados pela instituição, apenas o Núcleo de Práticas Jurídicas e Clínica-Escola de Fisioterapia possuíam uma placa na fachada (ambas no mesmo imóvel). Conforme, podemos observar na Figura 3:

Figura 3 – Única fachada da UFJF em Governador Valadares



Fonte: Registrado pelo autor (2019).

Conforme destacado na introdução deste trabalho, a pesquisa *Top. of Mind* realizada em Governador Valadares no ano de 2017 demonstrou o desconhecimento da UFJF-GV pela sociedade (TOP OF MIND: GOVERNADOR VALADARES 2017, 2017). De acordo com o levantamento realizado por uma empresa de Consultoria do município, a UFJF-GV, única universidade pública da cidade, é a sexta colocada entre universidades/faculdades mais lembradas pela população local. O Quadro 3, a seguir, traz o levantamento completo:

Quadro 3 – Levantamento sobre universidades/faculdades mais lembradas em Governador Valadares

Universidade/Faculdade	% do total de entrevistados
Univale	37,91%
Pitágoras	20,04%
Unipac	10,47%
Fadivale	8,12%
ImesMercosur	6,32%
UFJF	4,69%
FAGV	3,43%
Não soube informar	1,81%
Outras	7,21%

Fonte: Top Of Mind: Governador Valadares 2017 (2017).

Há inúmeros fatores que devem ser levados em consideração ao analisar este resultado, dentre os quais o tempo de existência das instituições mais lembradas e os altos

investimentos promovidos pelos grandes conglomerados privados do Ensino Superior. A Univale, primeira colocada neste levantamento, foi inaugurada em 1967. Já a Pitágoras pertence ao Grupo Kroton, empresa que domina 14,4% do mercado nacional de educação privada.

Contudo, o levantamento demonstra que a UFJF-GV tem muito a crescer no que diz respeito ao fortalecimento da imagem institucional, e a CCE tem um papel fundamental neste sentido. Para Argenti (2006, p. 70), “gerenciar a reputação de uma empresa e construir confiança são aspectos mais importantes do que nunca, e uma sólida comunicação é um meio de alcançar tais metas”.

Para tanto, é preciso que a Comunicação seja feita levando-se em consideração que a imagem de uma instituição é resultado de pontos de vista de públicos diversos diretamente ligados a ela ou não. Sobre esse aspecto, Bueno (2009, p. 200) afirma que

A imagem, portanto, ou as imagens (para sermos mais exatos) de uma organização são percepções que estão na cabeça dos públicos ou das pessoas individualmente, formadas pelo contato direto ou não com essa organização (temos imagens para organizações com as quais nunca tomamos contato direto como, por exemplo, o Pentágono, reino dos falcões da guerra).

O atual PDI da UFJF, aprovado pela Consu em 2015 e que fixa diretrizes a serem desenvolvidas pela instituição entre os anos de 2016 e 2020 para a realização de ações nas unidades acadêmicas e administrativas, destaca a importância de tornar o campus avançado mais reconhecido na região em que está instalado. Entre as metas e objetivos para o campus Governador Valadares o documento destaca a necessidade da integração de “esforços de ensino, pesquisa e extensão de forma a atender necessidades específicas da região de Governador Valadares e fomentar o Marketing Institucional.” (UFJF, 2016b, p. 36).

Com isso, cabe à UFJF-GV, diante das dificuldades de infraestrutura, administrativas e de comunicação apresentadas, e do pouco tempo de atividade na região, definir que tipo de imagem deseja difundir para o público interno formado por servidores, estudantes e terceirizados, mas também à sociedade de Governador Valadares.

1.1.6 A comunicação interna e externa

Conforme apresentado nas subseções anteriores, apesar do pouco tempo de existência, a UFJF-GV já passou por inúmeras crises que, por sua vez, criam um clima constante de descontentamento e preocupação. Os boatos fazem parte das rodas de conversa e grupos de

aplicativos e redes sociais. Vasconcelos (2018) constata a forte presença de uma rede de boatos na UFJF-GV, uma vez que, muito do que os servidores hoje sabem sobre os rumos e planos do Campus GV são consequências de conversas informais, com informações imprecisas trocadas entre colegas de trabalho.

Para Bueno (2011), os boatos são consequência de problemas nos processos de gestão e de comunicação de determinada empresa. Sobre este aspecto, o autor afirma que: “os boatos derivam das lacunas de comunicação oriundas das próprias organizações que os combatem, porque têm relação estreita com o descontentamento dos funcionários e a falta de atenção às suas demandas e expectativas” (BUENO, 2011, p. 98).

Em outras palavras, construir uma imagem institucional positiva da UFJF-GV passa pela criação de uma política de comunicação interna ética e transparente, que conquiste a confiança do público interno formado por servidores e estudantes. No entanto, dada a situação da instituição atualmente, os boatos ainda fazem parte do cotidiano.

Atualmente, a comunidade acadêmica recebe informações do CCE através do *site*, das redes sociais e por *e-mail*. Este último é feito mediante o envio de um boletim eletrônico quinzenal que contém as principais notícias divulgadas naquele período. Todas estas plataformas são atualizadas pelos três jornalistas e pelo representante do setor.

Até abril de 2018, embora atualizado diariamente, o *site* da UFJF-GV tinha um modelo que já não contemplava as necessidades do CCE, uma vez que era visualmente ultrapassado e não oferecia ao setor de comunicação informações básicas, dentre as quais os números de visitas e acesso às páginas⁷. O *layout* (Anexo A) também não permitia a utilização de imagens para ilustrar as manchetes das notícias na *home* do *site*.

A partir de maio do mesmo ano, com o apoio da Diretoria de Imagem Institucional e do Centro de Gestão do Conhecimento Organizacional (CGCO), ambos os setores localizados em Juiz de Fora, o CCE lançou um novo *site* (UFJF, 2018f) com *design* semelhante ao utilizado no campus sede, numa tentativa de reforçar a identidade entre os dois campi.

No mesmo mês, o CCE lançou um perfil da UFJF-GV no *Instagram*. A rede social possui uma linguagem mais jovem e valoriza o uso de imagens e vídeos, o que facilita a aproximação da instituição sobretudo com os estudantes. Um ano após a criação do perfil, a UFJF-GV tinha mais de três mil seguidores na plataforma.

O *Instagram* é a segunda rede social em que a UFJF-GV está inserida. Criado em maio de 2015, o perfil da UFJF-GV no *Facebook* contava, em junho de 2019, com mais de cinco

⁷ <http://www.ufjf.br/portantigogv/>

mil seguidores. Contudo, o alcance orgânico das publicações na página, ou seja, o número de pessoas às quais as publicações da UFJF-GV foram exibidas, tem sido cada vez menor em razão de uma mudança de política do *Facebook*. A nova política alterou o algoritmo da rede social, no intuito de favorecer publicações de amigos e familiares dos usuários, o que diminuiu o alcance das informações das instituições aos usuários da plataforma (FACEBOOK..., 2018).

Em busca da ampliação da divulgação das notícias do campus GV, o CCE lançou também, em maio de 2018, o Boletim Informativo. Conforme já citado, a cada 15 dias o boletim é enviado para o *e-mail* dos servidores e para os estudantes com as principais notícias daquele período. Estes recursos citados são, até meados de 2019, as principais plataformas de comunicação do CCE com o público interno.

Já a comunicação com o público externo, isto é, aquele formado pela comunidade de uma maneira geral, é feita também pelo *site*, redes sociais e através do relacionamento do CCE com a imprensa. Os jornalistas escrevem e enviam o material para a imprensa na tentativa de conquistarem um “espaço de divulgação” gratuito daquele conteúdo em determinado programa. Trata-se de uma alternativa de se apresentar à população sem precisar investir dinheiro em publicidade. É, portanto, necessário adequar as plataformas existentes e criar novas alternativas de divulgação das ações da UFJF-GV.

1.2 EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA COMO PROPULSORA DE DIVULGAÇÃO DA UFJF-GV

A construção de estratégias de comunicação exige o reconhecimento de algumas características da instituição que possui como atividades-fim o ensino, a pesquisa e a extensão. Entender este tripé e o modo como ele é trabalhado na universidade é importante para o sucesso de uma política de comunicação. Essencial a uma formação acadêmica de qualidade, a indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão é um dos preceitos da educação superior constantes na Constituição Federal de 1988 e na Lei de Diretrizes e Bases da Educação (LDB) – Lei nº 9394/1996 (BRASIL, 1996).

Desse modo, ensino, pesquisa e extensão devem estar articuladas e devem ser tratadas igualmente pelas universidades “Pode-se dizer que a indissociabilidade ensino, pesquisa e extensão é alcançada quando se observa que o conhecimento produzido tem o poder de transformar a realidade da sociedade na qual esta Instituição está inserida” (NASCIMENTO, 2012, p. 23).

Entre os elementos da tríade, a extensão é aquela que cumpre a função social da universidade na medida em que busca possibilitar a cooperação mútua e diálogo entre a sociedade e a academia. Logo, as ações de extensão devem estar vinculadas ao ensino na medida em que coloca o estudante como centro da sua própria formação acadêmica e enquanto cidadão; bem como deve estar ligada à pesquisa, uma vez que, através do trabalho em campo, pode suscitar ou auxiliar uma série de investigações e geração de conhecimento.

Portanto, levando-se em consideração a importância da extensão universitária, é necessário que as ações de extensão sejam, tanto quanto o ensino e a pesquisa, divulgadas para a sociedade. Ademais, é preciso prestar contas à sociedade do dinheiro que ela investe na universidade pública. De acordo com a Política Nacional de Extensão (2012):

Sem a interação dialógica, permitida pelas atividades extensionistas, a Universidade corre o risco de ficar isolada, ensimesmada, descolada dos problemas sociais mais prementes e incapaz de oferecer à sociedade e aos governos o conhecimento, as inovações tecnológicas e os profissionais que o desenvolvimento requer (FORPROEX, 2012, p. 12)

Sobre a importância da divulgação das ações de extensão, a Agenda Estratégica pactuada no XXXI Encontro Nacional do Fórum de Pró-Reitores de Extensão das Instituições Públicas de Educação Superior Brasileiras (Forproex) (2012), constituída por doze ações, destacou o “apoio e financiamento para a criação da plataforma de comunicação da Extensão, favorecendo a divulgação de suas políticas, atividades e produtos, bem como uma gestão eficiente da informação.” (FORPROEX, 2012, p. 62).

Esta divulgação torna-se fundamental em um campus em fase de consolidação como é o caso da UFJF-GV. Os números de produção das ações extensionistas na UFJF-GV são contundentes, apesar de o campus ter apenas seis anos de história. O público-alvo total estimado, por exemplo, entre os 64 programas e projetos de extensão da instituição no ano de 2017 chega a 1.708.743 pessoas, uma média de 25.503 pessoas por ação de extensão. Tal número desperta a curiosidade, sobretudo se considerarmos que a UFJF-GV não tem um espaço próprio para o desenvolvimento das atividades administrativas, de graduação e pós-graduação. Mas, talvez, seja exatamente a ausência de infraestrutura adequada para estas atividades administrativas, de pesquisa e de ensino que fomenta as ações de extensão.

Sobre esta temática, Hunger (2014) realizou entrevistas com professores, no intuito de compreender como estes profissionais interpretam a extensão universitária. Em seu estudo, o referido autor constatou que, em razão de existir no meio universitário inúmeras disputas

acadêmicas, como por exemplo, o interesse em tornar-se mestre e doutor, e efetuar o maior número de publicações possíveis em um ano, resulta em uma menor adesão às ações vinculadas à extensão. De acordo com Hunger (2014, p. 349):

Os professores representam forças coercivas que os grupos exercem um sobre o outro, devido à sua interdependência na Universidade. Tal coerção pode ser observada nas entrevistas, quando professores, em suas falas — demonstram que se sentem coagidos por terem de conquistar a titulação acadêmica de mestre e doutor. Justificam que é por esse motivo que se distanciam da comunidade, deixando de avaliar se não é realmente pelo que estão pesquisando.

De acordo com a pesquisa⁸ de Hunger (2014) existe certa pressão para que professores se voltem mais para atividades ligadas a pesquisa em detrimento da extensão. Para Nascimento (2012), esta realidade demonstra que a indissociabilidade entre a tríade universitária não é respeitada institucionalmente. Ainda, de acordo com o referido autor: “Principalmente quando se trata de trabalhar a extensão, porque tem sido vista como a função que proporciona menos visibilidade e status acadêmicos, se comparada ao ensino e à pesquisa” (NASCIMENTO, 2012, p. 57).

Embora existam indícios de que, em algumas universidades, o docente que busque qualificação acadêmica tenda a se afastar da extensão para se dedicar à pesquisa e à orientação, tal realidade parece impensável na UFJF-GV, uma vez que o campus não oferece estrutura adequada para laboratórios, instalação de materiais e demais condições necessárias para a pesquisa. Além da ausência de laboratórios para pesquisa, os professores da UFJF-GV não possuem gabinetes individuais. Diante desta realidade, dividem mesas com colegas nas salas de professores disponíveis.

Ao realizarmos a comparação entre os números relativos a projetos de extensão desenvolvidos pela UFJF-GV e demais campi avançados de Minas Gerais no ano de 2017, percebemos o quanto o terceiro elemento da tríade, isto é, a extensão é bem desenvolvida no campus de Governador Valadares, conforme apresentamos no Quadro 4 exposto adiante:

⁸ Coleta realizada com professores de duas instituições públicas de ensino superior do interior do estado de São Paulo através de entrevistas semiestruturadas.

Quadro 4 - Número de cursos e ações de extensão nos campi avançados em MG no ano de 2017

Campi avançados em MG	Número de Cursos de Graduação em 2017	Número de Projetos e Programas de Extensão em 2017
Unifal – Campus Poços de Caldas	4	21
Unifal – Campus Varginha	4	12
Unifei – Campus Itabira	9	43
UFJF – Campus Governador Valadares	10	64
UFOP – Campus João Monlevade	4	15
UFOP – Campus Mariana	9	46
UFSJ – Campus Alto Paraopeba	5	11
UFSJ – Campus Divinópolis	4	27
UFSJ – Campus Sete Lagoas	4	10
UFU – Campus Monte Carmelo	5	5
UFU – Campus Patos de Minas	3	5
UFU – Campus Pontal (Ituiutaba)	11	49
UFV – Campus Florestal	10	39
UFV – Campus Rio Paranaíba	10	25
UFTM – Campus Iturama	3	18
UFVJM – Campus Teófilo Otoni	10	40

Fonte: Quadro elaborado pelo autor (2017).

O Quadro 4 demonstra que no ano de 2017 a UFJF-GV foi o campus avançado com maior número de projetos e programas de extensão em Minas Gerais⁹. Contudo, a UFJF-GV não possui uma política de comunicação que valorize a importância da divulgação à comunidade acadêmica e ao público em geral dos inúmeros trabalhos que são desenvolvidos junto à sociedade.

Conforme evidenciado, a UFJF-GV desenvolveu, em 2017, ano em que esta pesquisa teve início, 64 ações de extensão, sendo 62 projetos e dois na qualidade de programa de extensão. Quanto aos projetos de extensão, quatro são coordenados/ propostos por técnicos administrativos em educação, tendo na vice-coordenação o apoio de um docente. Os demais são coordenados por docentes.

Quanto à modalidade, a UFJF-GV possuía cinco projetos inseridos no Programa Boa Vizinhança Rio Doce, que são os projetos direcionados exclusivamente às comunidades ribeirinhas atingidas pelo rompimento da barragem de Fundão, em Mariana. Outros dez projetos são desenvolvidos na qualidade de projetos de extensão em interface com a pesquisa,

⁹ Os dados do quadro 4 são de 2017, ano em que esta pesquisa teve início. O levantamento foi realizado para caracterizar o caso e evidenciar a forte presença da extensão no campus GV. Não foi possível atualizar os números das demais instituições nos anos posteriores. Já o protagonismo da extensão na UFJF-GV consolidou-se no ano seguinte, conforme veremos na seção 1.2.

e os demais são projetos e programas de demanda espontânea com bolsas (Edital específico) e sem bolsas (Edital de forma contínua). O Quadro 5, a seguir, apresenta os programas e projetos de extensão da UFJF-GV em 2017:

Quadro 5 – Programas e Projetos de Extensão da UFJF-GV em 2017

Tipo	Quantidade
Projetos de Extensão do Programa Boa Vizinhança Rio Doce	5
Projetos de Extensão em interface com a pesquisa	10
Projetos e Programas de demanda espontânea	49
Total	64

Fonte: Quadro elaborado pelo autor (2019).

Criado em 2016, o Programa Boa Vizinhança Rio Doce é destinado aos servidores e estudantes que visam atuar junto às comunidades ribeirinhas vítimas do rompimento da barragem de Fundão. Trata-se de um Programa elaborado pela Pró-Reitoria de Extensão da UFJF, que, especificamente em Governador Valadares, tem o objetivo de “estimular, apoiar e promover projetos de extensão que atendam às demandas das comunidades do entorno do Rio Doce afetadas pelo rompimento das barragens em Mariana” (UFJF, 2018g, p. 1).

Os projetos vinculados ao Programa Boa Vizinhança são coordenados por servidores docentes, técnico-administrativos e professores convidados da UFJF, lotados no Campus Governador Valadares, com a participação de discentes regularmente matriculados nos cursos de graduação.

Já os editais de Projetos de Extensão em Interface com a Pesquisa existem na UFJF-GV desde que o Setor de Extensão passou a fazer parte da organização administrativa e acadêmica da instituição. Estes projetos buscam a aproximação entre ciência e sociedade através das ações transformadoras provocadas pela pesquisa buscando fortalecê-la através de uma relação que valorize o diálogo entre pesquisadores e sociedade.

Os Projetos e Programas de Extensão de demanda espontânea, por sua vez, são aqueles submetidos pela própria comunidade acadêmica sem um tema a ser estipulado pela instituição. Cabe ainda destacar a diferença entre projetos e programas de extensão. De acordo com o Plano Nacional de Extensão Universitária (FORPROEX, 2012), os projetos são um conjunto de ações, processuais e contínuas de caráter educativo, social, cultural, científico ou tecnológico, que visam a um objetivo bem definido. Além disso, deve ter um prazo de atuação determinado. Na UFJF-GV, este prazo é de um ano, mas pode ser renovado através de um novo edital. Já os Programas são um conjunto de ações de caráter orgânico-institucional, de médio a longo prazo, com diretrizes claras e um objetivo comum, sendo articuladoras das

demais ações de extensão, ou seja, um programa pode contemplar projetos, cursos e eventos de extensão, além das ações de pesquisa e de ensino.

Em relação ao quantitativo das pessoas envolvidas nas ações de extensão da UFJF-GV, em 2017 a situação era a seguinte: 215 professores, 15 TAE e 220 estudantes.

A baixa presença de TAE na Extensão Universitária pode ser tema de uma pesquisa à parte, mas é evidente a ausência de incentivos para que a categoria participe do desenvolvimento de atividades acadêmicas. Cito como exemplo um trecho retirado do atual PDI. Entre os objetivos e metas existentes para garantir a excelência acadêmica o documento destaca a importância da valorização do professor e esquece da existência dos TAE:

É necessário ampliar as inovações de práticas pedagógicas, incrementar a utilização das novas tecnologias no processo de formação, estimular a capacidade criativa dos estudantes e a formação em compasso com os melhores centros de produção desconhecimento do mundo. É preciso também aprofundar o processo de valorização do professor, em todas as suas dimensões, como pilar para o desenvolvimento de um ambiente criativo e inovador, no qual a interação de atividades de pesquisa e formação de recursos humanos se entrelacem com projetos de extensão, propiciando a capacitação de “agentes de mudanças”, profissionais capazes de fazer a diferença e contribuir diretamente em processos de transformação econômica e social (UFJF, 2016b, p. 19).

No entanto, o documento não apresenta qualquer tipo de incentivo aos TAE que desejem participar ativamente do desenvolvimento de atividades de extensão. De uma forma geral, os TAE são tratados como servidores destinados a atuar quase que exclusivamente na rotina administrativa da instituição. Além disso, os editais de extensão da UFJF-GV exigem que os projetos coordenados por TAE tenham obrigatoriamente um docente como vice-coordenador. “Caso o coordenador seja técnico-administrativo em educação, docente substituto ou professor convidado, é obrigatório que o vice-coordenador seja docente do quadro efetivo e que atenda aos mesmos pré-requisitos deste edital” (UFJF, 2018g, p. 3).

Ainda em relação aos TAE, é comum que muitos projetos envolvam técnicos administrativos para a execução das atividades, porém os coordenadores deixam de apresentar esta informação no formulário da Proex.

A baixa participação dos estudantes (8,9%) nas ações também decorre de falhas na atualização dos dados. Ou seja, há momentos em que novos estudantes participam das ações, porém estas participações não são contabilizadas no sistema. Trata-se de um fato preocupante, sobretudo se levarmos em consideração que a estratégia 12.7 do Plano Nacional de Educação estabelece como compromisso assegurar, no mínimo, 10% (dez por cento) do total de créditos

curriculares exigidos para a graduação em programas e projetos de extensão universitária, orientando sua ação, prioritariamente, para áreas de grande pertinência social (BRASIL, 2014).

Contudo, apesar da grande participação dos professores (cerca de 83%) nas ações de extensão, o *site* da UFJF-GV deu pequeno destaque aos trabalhos realizados. Levantamento realizado durante o ano de 2017 e demonstrado no Quadro 6, a seguir, constata que a extensão teve o menor destaque na página da universidade, se comparada à pesquisa e ao ensino. Nesta pesquisa foram desconsideradas notícias diárias administrativas da universidade, que não englobassem especificamente um dos elementos da tríade universitária.

Quadro 6 - Levantamento de notícias no site da UFJF-GV no ano de 2017

Assunto	Número de notícias	Porcentagem
Ensino	183	76%
Pesquisa	31	13%
Extensão	26	11%

Fonte: Quadro elaborado pelo autor (2019).

O Quadro 6 apresenta informações de que durante o ano de 2017, 26 notícias divulgadas no *site* da instituição eram referentes à extensão universitária. Contudo, o número não significa necessariamente que 26 dos 64 projetos e programas foram divulgados. Isso, porque, conforme demonstrado no Quadro 6, o maior número de notícias veiculadas no *site* são relativas à abertura de editais, feiras de extensão ou eleições. O Quadro 7 especifica mais detalhadamente esta informação:

Quadro 7 - Levantamento de projetos, programas e eventos de extensão divulgados no site da UFJF-GV em 2017

Projeto ou Programa de Extensão	Nº de notícias (site)
Paidéia – Sociologia, Filosofia e Política	7
Núcleo de Estudos Aplicados em Estomatopatologia	2
“Educação continuada em saúde: ações de prevenção, promoção e controle da hanseníase em comunidades de alto risco”	2
Descarte de medicamentos para o uso racional e seguro	2
Enfrentamento à Psicofobia	2
“Prevalência e aspectos epidemiológicos de enteroparasitoses na comunidade ribeirinha de Ilha Brava, Governador Valadares, MG”	1
Editais. Processo eleitoral Conselho de Extensão, Congresso de Extensão	10

Fonte: Quadro elaborado pelo autor (2019).

Conforme apresentamos no Quadro 7, seis dos 64 programas e projetos de extensão tiveram algum tipo de divulgação no site da instituição. O Quadro demonstra ainda que o

projeto “PAIDÉIA – Sociologia, Filosofia e Política”, foi divulgado sete vezes no ano de 2017 enquanto os demais sequer passavam por algum tipo de divulgação. Algumas observações ajudam a entender esta discrepância. O coordenador do “Paidéia – Sociologia, Filosofia e Política”, professor Bráulio de Magalhães, mantém um canal aberto com o CCE e sempre informa ao setor sobre os eventos a serem organizados. Relação rara que foi construída a partir do entendimento do coordenador em questão da importância da divulgação do seu projeto.

O CCE não pode esperar passivamente que todos os coordenadores de ações de extensão tenham a mesma compreensão e deve agir ativamente visando a orientá-los sobre a possibilidade e importância de publicização da extensão universitária.

Preocupada com a baixa divulgação da Extensão Universitária em Governador Valadares, Ana Livia Coimbra, atual Pró-Reitora de Extensão da UFJF, convocou, no mês de abril de 2018, uma reunião com o CCE para solicitar estratégias que ampliassem a visibilidade das ações extensionistas realizadas no campus avançado. A pró-reitoria ressaltou a necessidade de articulação do CCE com a equipe de Extensão do campus GV ao argumentar que a extensão universitária tem características próprias, e que exatamente por isso suas especificidades devem ser consideradas quando da divulgação; ao mesmo tempo, enfatizou que é justamente o CCE que dispõe de técnicas que permitem que a ampliação da visibilidade das referidas ações aconteça.

A ausência da divulgação dos trabalhos de extensão da UFJF-GV denota falhas graves tanto no CCE, quanto no próprio Setor de Extensão da UFJF-GV. Além de perder a oportunidade de externar a qualidade e quantidade dos serviços produzidos em conjunto com a população, a UFJF-GV deixa escapar a chance de demonstrar, na prática, uma defesa consistente da Universidade Pública.

1.2.1 A extensão na UFJF

Conforme visto, a importância da Extensão Universitária é referendada pela legislação. Contudo, esta conquista só foi possível mediante pressão política promovida a partir do I Encontro de Pró-Reitores de Extensão das Universidades Públicas Brasileiras, realizado em Brasília em 1987. Na oportunidade, intensificaram-se as discussões sobre a institucionalização e financiamento da extensão universitária, por meio da realização do diálogo com o Ministério da Educação, a partir do qual vislumbrou-se a inserção de uma política de estado que valorizasse a Extensão Universitária.

Participante ativa do Forproex¹⁰, em 1988, a UFJF, através do então Conselho de Ensino, Pesquisa e Extensão (Cepe), aprovou resoluções que marcariam o início da institucionalização da Extensão Universitária na UFJF-GV. Seguindo as previsões legais mencionadas na Constituição de 1988 (BRASIL, 1988a) e LDB (BRASIL, 1996), o atual estatuto da UFJF reforça o respeito pela indissociabilidade do ensino, pesquisa e extensão. O art. 6º do estatuto da universidade estabelece que:

Art. 6º - Para consecução de seus fins a UFJF deverá:
III - promover por meio do ensino, da pesquisa e da extensão todas as formas de conhecimento, visando à formação de pessoas capacitadas ao exercício da profissão nos diferentes campos de trabalho, da investigação, do magistério e das atividades culturais políticas e sociais;
IV - manter ampla e diversificada interação com a comunidade;
V - interagir com os poderes públicos e outras instituições educacionais, científicas, tecnológicas, artísticas e culturais, nacionais e estrangeiras [...] (BRASIL, 1998b, p. 2).

O mesmo documento explica no artigo 33 a função da extensão universitária que está relacionada à promoção de um processo educativo que articule o ensino e a pesquisa em consonância com as necessidades da sociedade. Tal prerrogativa reforça a necessidade de interlocução entre a universidade e a comunidade (BRASIL, 1998b).

A contribuição mútua entre sociedade e universidade a ser promovida pela extensão universitária, conforme destacado pelo estatuto da UFJF, leva-nos a entender que a instituição pensa a extensão como um processo não só de aprendizagem, mas também de diálogo com a sociedade, ao valorizar o conhecimento resultante da interação entre teoria e prática, entre os saberes científicos e os saberes populares.

Contudo, apesar da institucionalização ocorrida a partir de 1988, apenas em 2010 a Pró-Reitoria de Extensão passou a ser denominada desta maneira. Entre 1988 e 2010 a extensão universitária já esteve sob responsabilidade da Pró-Reitoria de Assuntos Comunitários, Pró-Reitoria de Assuntos Comunitários e Extensão e Pró-Reitoria de Extensão e Cultura. Somente em 2010, Extensão e Cultura foram desmembradas dando origem a duas pró-reitorias.

Entre as funções atuais, a Proex apoia, acompanha, financia, certifica e presta contas das ações de extensão desenvolvidas. Para desempenhar estas atividades, a Proex conta com

¹⁰ Atualmente o Forproex é presidido pela pró-reitora de extensão da UFJF, Ana Livia Coimbra (UFJF, 2018h).

uma equipe formada por onze servidores, dentre os quais a pró-reitora, a coordenadora de ações de extensão e quatro gerentes de ações de extensão.

Em 2017, a Proex decidiu reativar o Conselho Setorial de Extensão e Cultura (Conexc). Inoperante há 12 anos, o Conexc foi novamente criado com o objetivo de possibilitar à comunidade acadêmica um espaço de participação ativa acerca das atividades extensionistas da UFJF (UFJF, 2017d).

De acordo com o Regimento Interno do Conexc da UFJF, em seu artigo segundo, compete a esse órgão Consultivo e deliberativo:

- I - Propor ao Conselho Superior diretrizes da UFJF relativas a políticas nas áreas de sua competência;
- II - Estabelecer normas gerais para a organização, funcionamento, implementação, avaliação e alterações relativas às atividades de extensão e cultura;
- III - Deliberar sobre convênios da UFJF com outras entidades, na área de sua competência;
- IV - Emitir pareceres solicitados pelo Reitor e pelo Conselho Superior;
- V - Atuar como instância de recursos dos assuntos pertinentes à área de sua competência (UFJF, 2017d, p. 1).

O Conselho conta com 18 membros titulares e é composto pela Pró-Reitora de Extensão indicada pelo Reitor, como seu presidente; por coordenadores dos programas de extensão em Juiz de Fora e Governador Valadares; representantes das ações de extensão por área de conhecimento (Comunicação, Cultura, Direitos Humanos e Justiça, Educação, Meio Ambiente, Saúde, Tecnologia e Produção, e Trabalho); representante da área de Cultura; dois representantes da comunidade, sendo um da classe trabalhadora e um da classe patronal; um representante de cada um dos demais Conselhos da UFJF, eleitos por seus pares; representação discente indicada pelo Diretório Central dos Estudantes; e representação dos Servidores Técnico-administrativos, indicada pela entidade de classe.

1.2.2 A extensão na UFJF-GV

O Setor de Extensão em Governador Valadares conta atualmente com duas servidoras, sendo que uma delas passou a atuar no setor apenas em fevereiro de 2018. A extensão no campus Governador Valadares é vinculada à Coordenação Acadêmica da UFJF-GV, que, por sua vez, também agrega os setores de graduação, pesquisa, pós-graduação, estágios e apoio estudantil.

Segundo o Relatório do Setor de Extensão, Pós-graduação e Pesquisa referente ao ano de 2017, a junção dos setores, apesar das especificidades de atividades a que compete a cada um, busca otimizar os recursos humanos e físicos disponíveis. O documento ressalta ainda que esta integração se faz necessária em razão da UFJF-GV não possuir uma sede própria, estando os serviços da Universidade disponibilizados à comunidade acadêmica e sociedade, em onze diferentes espaços alugados, em Governador Valadares.

Desde o ano de 2014 há uma organização interna para debate e proposição de políticas de funcionamento da extensão no campus GV, entre as quais fornecer condições para que o setor de extensão e setor de pós-graduação e pesquisa possam ser desmembrados. As discussões começaram através de uma Comissão Interdepartamental de Ações de Extensão. Essa comissão é organizada com membros titulares e suplentes indicados pelos 11 departamentos de cursos da UFJF-GV (10 cursos de graduação e pelo departamento básico das ciências de saúde). Além disso, na comissão estão representadas as categorias de estudantes e técnicos administrativos de educação indicados por seus pares, sendo dois membros titulares e dois membros suplentes de cada categoria. Ou seja, ao todo a comissão conta com 30 membros (titulares e suplentes). Em 2017, através da Portaria nº 2/2017 (UFJF, 2017e), a comissão foi formalizada enquanto Comitê Gestor do Fórum Popular de Extensão de GV, tendo como presidente o coordenador acadêmico professor Fábio Pieri, acrescentando, assim, mais um membro à organização da comissão anterior.

A participação da UFJF-GV na política de extensão da Universidade como um todo foi ampliada em 2017 após a abertura do processo eleitoral que propiciou reestabelecimento do funcionamento do Conexc. Em 2017, Governador Valadares contava com quatro conselheiros titulares representantes por área temática extensionista e por programa de extensão e beneficiários de ações extensionistas desenvolvidas pelo campus GV. Havia ainda dois conselheiros suplentes. As reuniões da Conexc ocorrem mensalmente, contando com a participação dos representantes de GV através de conferências de vídeo.

Este avanço político é importante, uma vez que a ampliação da participação da UFJF-GV na política de extensão institucional da UFJF e da divulgação dos trabalhos desenvolvidos no campus avançado são imprescindíveis, não só para a consolidação da UFJF em Governador Valadares, mas também para demonstrar à população valadareense que uma universidade pública e de qualidade não se restringe à sala de aula.

Inaugurada em 19 novembro de 2012, a UFJF-GV passou a desenvolver ações de extensão a partir de 2013, ano em que foram desenvolvidos 34 programas e projetos de extensão do campus avançado. Para fomentar a Extensão Universitária neste novo campus

universitário a Proex promoveu treinamentos com os professores de GV interessados em coordenar ações extensionistas. Um ano após o primeiro edital para ações de extensão no campus Governador Valadares, o número de projetos e programas desenvolvidos teve um aumento de 100%, conforme demonstrado no Quadro 8.

Quadro 8 – Programas e projetos de extensão na UFJF-GV (2013-2018)

Ano	Número de programas e projetos de extensão
2013	34
2014	68
2015	64
2016	73
2017	64
2018	84

Fonte: Quadro elaborado pelo autor (2019).

A partir de 2015, ano em que uma nova gestão assumiu a UFJF, as ações de extensão dos *campi* sede e avançado passaram a ser avaliados e submetidos a editais. Desde então, embora tenha ocorrido uma redução do número de ações em 2015, aumentou a média de programas e projetos aprovados por ano.

A UFJF-GV sistematiza os trabalhos de extensão em oito áreas, conforme estabelecido pelo Plano Nacional de Extensão Universitária, em 1999. O Quadro 9 apresenta as áreas a serem trabalhadas e as definições de cada uma delas.

Quadro 9 – Áreas temáticas de Ações de Extensão

Nº	Área	Definições
I	Comunicação	Comunicação social; mídia comunitária; comunicação escrita e eletrônica; produção e difusão de material educativo; televisão universitária; rádio universitária; capacitação e qualificação de recursos humanos e de gestores de políticas públicas de comunicação social; cooperação interinstitucional e cooperação internacional na área.
II	Cultura	Desenvolvimento de cultura; cultura, memória e patrimônio; cultura e memória social; cultura e sociedade; folclore, artesanato e tradições culturais; produção cultural e artística na área de artes plásticas e artes gráficas; produção cultural e artística na área de fotografia, cinema e vídeo; produção cultural e artística na área de música e dança; produção teatral e circense; rádio universitária; capacitação de gestores de políticas públicas; cooperação interinstitucional e cooperação Internacional na área; cultura e memória social.
III	Direitos Humanos e Justiça	Assistência jurídica; capacitação e qualificação de recursos humanos e de gestores de políticas públicas de direitos humanos; cooperação interinstitucional e cooperação internacional na área; direitos de grupos sociais; organizações populares; questão agrária
IV	Educação	Educação básica; educação e cidadania; educação a distância; educação continuada; educação de jovens e adultos; educação especial; educação

		infantil; ensino fundamental; ensino médio; incentivo à leitura; capacitação e qualificação de recursos humanos e de gestores de políticas públicas de educação; cooperação interinstitucional e internacional na área.
V	Meio Ambiente	Preservação e sustentabilidade do meio ambiente; meio ambiente e desenvolvimento sustentável; desenvolvimento regional sustentável; aspectos de meio ambiente e sustentabilidade do desenvolvimento urbano e do desenvolvimento rural; capacitação e qualificação de recursos humanos e de gestores de políticas públicas de meio ambiente; cooperação interinstitucional e cooperação internacional na área; educação ambiental, gestão de recursos naturais, sistemas integrados para bacias regionais.
VI	Saúde	Promoção à saúde e qualidade de vida ; atenção a grupos de pessoas com necessidades especiais; atenção integral à mulher; atenção integral à criança; atenção integral à saúde de adultos; atenção integral à terceira idade; atenção integral ao adolescente e ao jovem; capacitação e qualificação de recursos humanos e de gestores de políticas públicas de saúde; cooperação interinstitucional e cooperação internacional na área; desenvolvimento do sistema de saúde; saúde e segurança no trabalho; esporte, lazer e saúde; hospitais e clínicas universitárias; novas endemias e epidemias; saúde da família; uso e dependência de drogas.
VII	Tecnologia e Produção	Transferência de tecnologias apropriadas; empreendedorismo; empresas juniores; inovação tecnológica; pólos tecnológicos; capacitação e qualificação de recursos humanos e de gestores de políticas públicas de ciências e tecnologia; cooperação interinstitucional e cooperação internacional na área; direitos de propriedade e patentes.
VIII	Trabalho	Reforma agrária e trabalho rural; trabalho e inclusão social; capacitação e qualificação de recursos humanos e de gestores de políticas públicas do trabalho; cooperação interinstitucional e cooperação internacional na área; educação profissional; organizações populares para o trabalho; cooperativas populares; questão agrária; saúde e segurança no trabalho; trabalho infantil; turismo e oportunidades de trabalho.

Fonte: Forproex (1999).

Entre os projetos e programas de extensão desenvolvidos desde 2013 na UFJF-GV, ano em que se deu início a extensão universitária no campus, a temática “Saúde” tem sido a mais trabalhada, conforme o Quadro 10, a seguir. Entre os dez cursos oferecidos no campus GV, 60% pertencem ao Instituto de Ciências da Vida, unidade acadêmica que concentra os cursos da área da saúde, são eles: Bacharelado em Educação Física, Farmácia, Fisioterapia, Medicina, Nutrição e Odontologia. Os outros 40% são oferecidos pelo Instituto de Ciências Sociais Aplicadas: Administração, Ciências Contábeis, Ciências Econômicas e Direito.

Quadro 10 – Ações de Extensão da UFJF-GV divididas por ano e área temática

Ano	Comunicação	Cultura	Direitos Humanos e Justiça	Educação	Meio Ambiente	Saúde	Tecnologia e Produção	Trabalho
2013	-	1	1	5	2	24	1	-
2014	1	2	9	14	2	36	2	2
2015	2	2	9	12	2	33	2	2
2016	3	1	9	6	-	50	2	2

2017	3	2	10	8	4	33	3	1
2018	4	3	7	16	4	41	7	2
Total	13	13	45	61	14	217	17	9

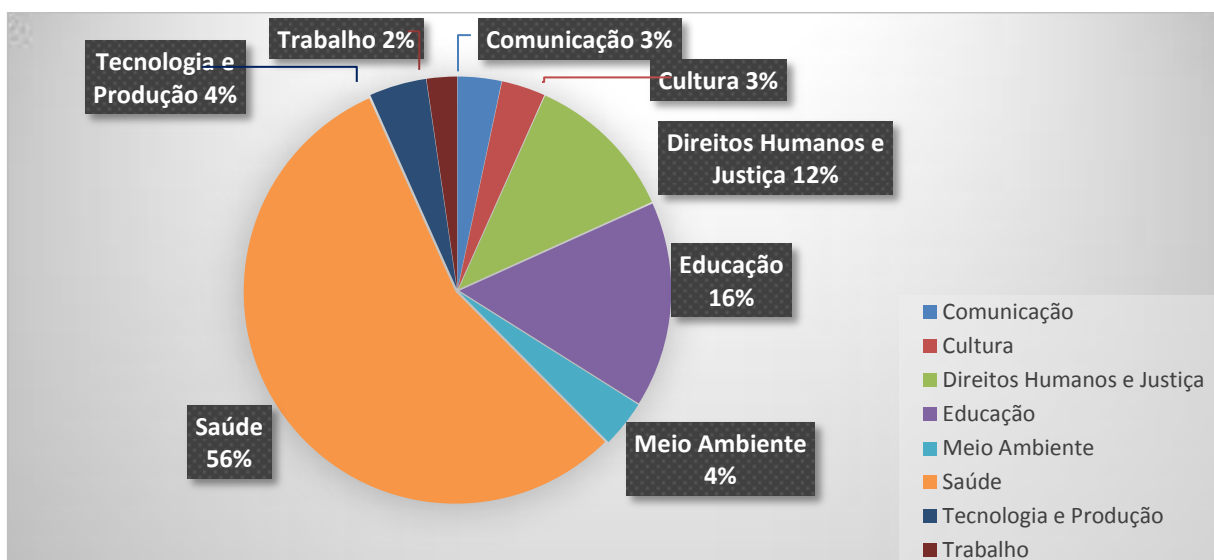
Fonte: Quadro elaborado pelo autor (2019).

Conforme o Quadro 10, a temática Saúde corresponde a mais da metade dos projetos e programas de extensão realizados em Governador Valadares entre os anos de 2013 e 2018 com 217 ações, seguida pelas temáticas Educação (61), Direitos Humanos e Justiça (45), Tecnologia e Produção (17), Meio Ambiente (14), Comunicação (13), Cultura (13) e Trabalho (9).

O Quadro demonstra ainda que apenas três áreas temáticas deixaram de ser temas de ações de extensão em pelo menos um dos anos entre 2013 e 2018. No ano de 2013, não houve projetos ou programas nas áreas temáticas Comunicação e Trabalho. Já em 2016, a temática Meio Ambiente não foi contemplada por ações de extensão. Em 2014, 2015, 2017 e 2018, todas as áreas temáticas foram abordadas.

O Gráfico 1 a seguir apresenta a porcentagem desenvolvida de cada área temática em relação ao número total de ações desenvolvidas entre os anos de 2013 e 2017.

Gráfico 1 – Perfil das atividades extensionistas entre os anos de 2013 e 2018 na UFJF-GV



Fonte: Gráfico elaborado pelo autor (2019).

O Gráfico 1 demonstra que 56% das atividades extensionistas realizadas no campus Governador Valadares são da área da Saúde. As demais temáticas representam 44%.

O Quadro 11, exposto adiante, apresenta o número de ações extensão desenvolvidas entre os 11 departamentos acadêmicos existentes na UFJF-GV. Além dos departamentos que

representam cada um dos cursos, o campus avançado conta com o Departamento de Ciências Básicas da Vida, responsável pela oferta de disciplinas nas áreas de Microbiologia, Anatomia, Histologia, Parasitologia, Farmacologia, Biologia Celular, Genética, Estatística, Bioquímica, Imunologia, Psicologia, Ética, Biofísica e Fisiologia para todos os cursos da área da saúde do ICV.

Quadro 11 – Ações de Extensão da UFJF-GV divididas por ano e departamento

Ano	Administração	Ciências Contábeis	Ciências Econômicas	Direito	Ciências Básicas da Vida	Educação Física	Farmácia	Fisioterapia	Medicina	Nutrição	Odontologia
2013	-	-	2	2	8	-	6	2	5	3	6
2014	2	3	10	9	13	1	10	2	5	7	6
2015	2	3	10	9	10	1	10	3	3	7	6
2016*	1	3	6	7	8	5	6	5	8	9	12
2017**	1	1	6	11	10	7	4	4	4	5	8
2018***	3	1	5	10	20	8	5	6	2	9	9
Total	9	11	39	48	69	22	41	22	27	40	47

*Em 2016, três ações foram desenvolvidas por técnico-administrativos que não estavam lotados em departamentos de curso.

**Em 2017, três ações foram desenvolvidas por técnico-administrativos que não estavam lotados em departamentos de curso.

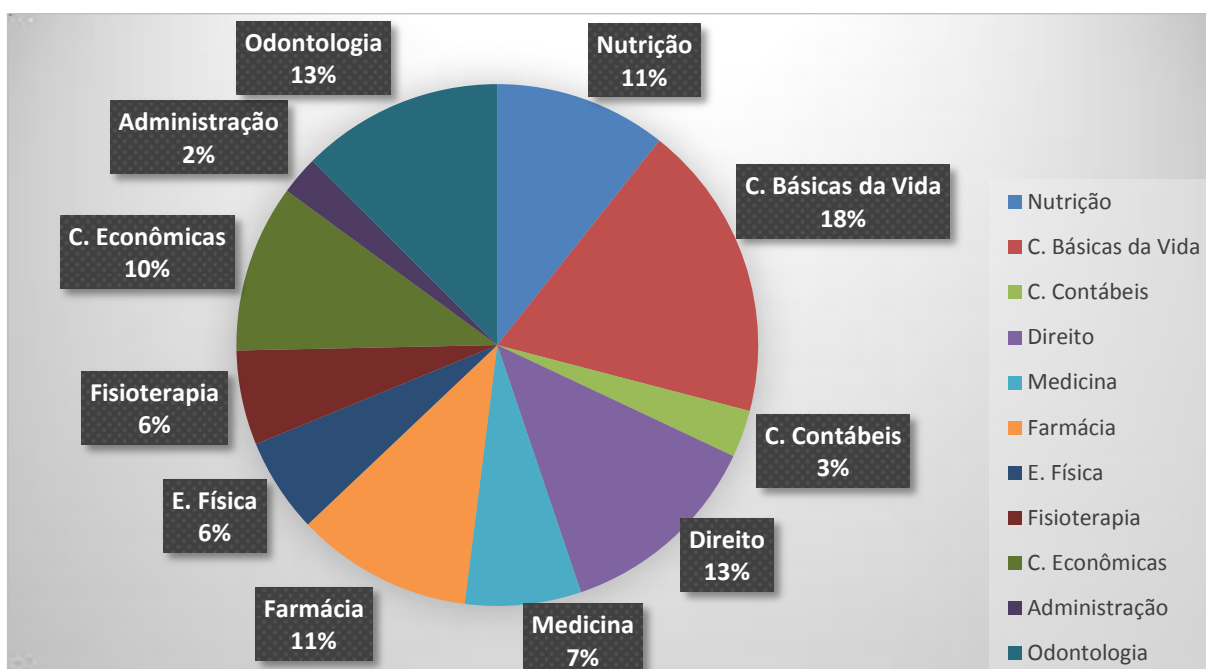
*** Em 2018, seis ações foram desenvolvidas por técnico-administrativos que não estavam lotados em departamentos de curso.

Fonte: Quadro elaborado pelo autor (2019).

De acordo com o Quadro 11, o Departamento de Ciências Básicas da Vida foi aquele que mais desenvolveu atividades de extensão entre os anos de 2013 e 2018, com 69 ações. Seguido pelos departamentos de Direito (48), Odontologia (47), Farmácia (41), Nutrição (40), Ciências Econômicas (39), Medicina (27), Educação Física e Fisioterapia (22), Ciências Contábeis (11) e Administração (9).

Do Quadro 11, ressalta-se ainda que, a partir de 2014, cada um dos departamentos promoveu ao menos uma ação extensionista por ano. Já o Gráfico 2 a seguir apresenta a porcentagem de atividades de extensão desenvolvidas por cada departamento em relação ao número total entre os anos de 2013 e 2017.

Gráfico 2 – Porcentagem atividades extensionistas desenvolvidas por departamento entre os anos de 2013 e 2018 na UFJF-GV



Fonte: Gráfico elaborado pelo autor (2019).

O Gráfico 2 mostra que os departamentos vinculados ao ICV são os que mais realizam ações extensionistas na UFJF-GV. As informações expressas no referido gráfico, reforçam o resultado do Gráfico 1, no qual demonstramos o predomínio da temática Saúde entre as atividades extensionistas no campus.

Ainda que os departamentos de Direito e Ciências Econômicas apresentem uma porcentagem média maior de ações extensionistas, o maior número de departamentos vinculados ao ICV e a baixa participação extensionista dos departamentos de Administração e Ciências Contábeis em relação aos demais, jogam a média do ICV para baixo.

Desenvolver uma política de comunicação que valorize a extensão universitária exige o conhecimento detalhado das ações extensionistas desenvolvidas até então no campus UFJF-GV. Somente em posse destes dados apresentados no capítulo 1, bem como das informações acerca da história do campus em Governador Valadares, dos problemas e dificuldades inerentes a uma instituição pública universitária em fase de consolidação, será possível criar um plano de ações que atinja o objetivo de difundir a imagem institucional da UFJF-GV na região em que ela está instalada.

Conforme vimos no capítulo 1, o processo de difusão e consolidação da imagem institucional terá que superar uma série de desafios estruturais, uma vez que a UFJF-GV não

possui uma sede física própria e não dá ainda a devida importância à divulgação de suas ações acadêmicas.

Porém, por outro lado, as análises realizadas no decurso do capítulo 1 demonstraram que a ausência de estrutura não inviabiliza a extensão universitária, pelo contrário, pode até fomentá-la. Criou-se no campus uma tradição extensionista para que se conquiste a comunidade de Governador Valadares e se facilite o reconhecimento da instituição através da extensão.

Diante de tantos desafios, mas também em razão da quantidade de ações extensionistas desenvolvidas, o próximo capítulo tem por objetivo compreender e analisar os componentes essenciais deste trabalho a partir da exposição do referencial teórico que dialoga com a nossa proposta de investigação, bem como a indicação dos instrumentos de pesquisa.

2 DESAFIOS PARA O FORTALECIMENTO DA IMAGEM INSTITUCIONAL DA UFJF-GV

Conhecer a história da UFJF-GV é fundamental para responder à questão que baseia esta pesquisa: “de que maneira o CCE pode atuar para superar as dificuldades na divulgação dos trabalhos de extensão na UFJF-GV visando fortalecer a imagem institucional?”. Nesse sentido, no primeiro capítulo desta dissertação apresentamos a contextualização deste caso a partir da exposição de um breve relato sobre a implantação da UFJF-GV, a rotina administrativa do CCE e do Setor de Extensão, as dificuldades existentes para a consolidação do campus em Governador Valadares, e a necessidade de fortalecimento da imagem da instituição perante os públicos interno e externo diante dos inúmeros desafios estruturais e organizacionais existentes.

A partir da contextualização da pesquisa foi possível identificar evidências que sustentam a necessidade de criação de uma política de divulgação das ações extensionistas, dentre as quais: a ausência de infraestrutura adequada que, por sua vez, pode influenciar os servidores a desenvolver atividades extensionistas; o grande número de ações desenvolvidas que não são divulgadas; e a necessidade de inserção da UFJF-GV na comunidade valadarense.

Por outro lado, evidenciaram-se os desafios colocados perante o CCE que dificultam a implementação de uma política que vise a fomentar a imagem institucional através da extensão universitária, como a ausência de articulação entre o CCE e o setor de extensão; os obstáculos de comunicação entre os campi sede e avançado; a ausência de infraestrutura; e os boatos e atores políticos que fomentam a insegurança entre a comunidade acadêmica.

Desta forma, o presente capítulo está dividido em três seções. A primeira seção apresenta os pressupostos teóricos inerentes ao tema desta dissertação, com o objetivo de situar a pesquisa no campo de investigações a respeito da função e da necessidade das ações extensionistas nas instituições universitárias, bem como acerca importância de sua divulgação através dos inúmeros canais institucionais que podem ser criados para este fim.

Na segunda seção são apresentadas a metodologia e os instrumentos de pesquisa utilizados para o desenvolvimento do trabalho de campo. Já a terceira e última seção do presente capítulo é utilizada para análise das informações coletadas a fim de identificar as brechas de comunicação que comprometem a divulgação permanente e efetiva das ações extensionistas, e o maior reconhecimento da UFJF-GV pela sociedade de Governador Valadares. As críticas e sugestões resultantes deste levantamento são o alicerce para as propostas do Plano de Ação Educacional a ser apresentado no terceiro e último capítulo.

2.1 O PAPEL DA EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA E DA COMUNICAÇÃO NA UFJF-GV

Dos três elementos da tríade universitária, a extensão é a mais recente. Passou a ser prevista na legislação apenas a partir de 1931, mediante o Decreto nº 19.851, de 11/4/1931, em que foram estabelecidas as bases do sistema universitário nacional. No que diz respeito propriamente a Extensão, o texto diz que a atividade extensionista deve ser proporcionada a partir de cursos e conferências com o objetivo de difundir conhecimentos “úteis à vida individual e coletiva”; bem como para “apresentação de soluções para os compromissos e a propagação de ideias e princípios de interesse.” (BRASIL, 1931, s/p).

Contudo, desde 1911, as atividades de extensão têm ocorrido em instituições de ensino superior no Brasil, importando características típicas da extensão universitária desenvolvida na Europa. “Educação continuada e educação voltada para as classes populares; extensão voltada para a prestação de serviços na área rural” (NOGUEIRA, 2005, p. 16).

A discussão sobre a busca da transformação social a partir da extensão universitária, no entanto, se deu apenas a partir da década de 1960, influenciada por um ambiente em que se consolidava a mobilização popular por reformas sociais. Ou seja, as atividades de extensão deixariam de buscar apenas a difusão do conhecimento e passariam a trabalhar com o intuito de se inserir no contexto político, econômico e social, vislumbrando perspectivas que possibilitassem a transformação do cenário social existente no Brasil.

Mas em 1968, já sob o Regime Militar, a Reforma Universitária através da Lei nº 5.540/1968 rompe com a ideia de extensão que se consolidava. O art. 20 estabeleceu que “as universidades e as instituições de ensino superior estenderão à comunidade, sob a forma de cursos e serviços especiais, as atividades de ensino e os resultados da pesquisa que lhe são inerentes” (BRASIL, 1968, s/p). De acordo com Macedo et al (2005, p. 129), “a extensão recebia uma função ainda pouco definida e de via única, restrita à transferência e resultados à sociedade e ao oferecimento, aos estudantes, de oportunidades de participação em programas de melhoria das condições de vida da comunidade”.

Influenciado pelo ressurgimento dos movimentos sociais na década de 1980 e pela transição de um governo ditatorial para uma gestão democrática, foi criado a partir de 1987, o Forproex, responsável pela construção da política de extensão. Já em 1988, o art. 27 da Constituição então aprovada legitimou o princípio da “indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão”. Na década de 1990, a LDB nº 9.394/1996 reforçou esta legitimidade ao

estabelecer no artigo 43 a Extensão Universitária como uma das finalidades da Universidade (BRASIL, 1996).

De acordo com Gadotti (2017), desde então existe uma discussão entre duas vertentes de Extensão Universitária: assistencialista e não assistencialista. A primeira valoriza a transmissão do conhecimento de forma verticalizada, sem considerar o saber popular. Já a visão não assistencialista entende a extensão como uma troca mútua de saberes.

Defensor de uma extensão que fomente o diálogo, Freire (1983) ressalta que:

[...] conhecer não é o ato através do qual um sujeito transformado em objeto, recebe dócil e passivamente os conteúdos que outro lhe dá ou lhe impõe. O conhecimento pelo contrário, exige uma presença curiosa do sujeito em face do mundo. Requer sua ação transformadora sobre a realidade. Demanda uma busca constante. Implica invenção e reinvenção (FREIRE, 1983, p. 16).

Embora o conceito de extensão universitária não seja consenso, este trabalho adota o entendimento da Forproex que, desde sua criação, é a entidade que tem liderado e pautado as políticas acadêmicas de extensão, que, por sua vez, têm demonstrado preocupação em viabilizar o cumprimento da função social da universidade, a partir de uma relação transformadora entre esta e a sociedade procurando afastar a percepção assistencialista da extensão, conforme documento criado durante o encontro realizado em 2012.

A Extensão Universitária tornou-se o instrumento por excelência de inter-relação da Universidade com a sociedade, de oxigenação da própria Universidade, de democratização do conhecimento acadêmico, assim como de (re) produção desse conhecimento por meio da troca de saberes com as comunidades. Uma via de mão-dupla ou, como se definiu nos anos seguintes, uma forma de “interação dialógica” que traz múltiplas possibilidades de transformação da sociedade e da própria Universidade Pública (FORPROEX, 2012, p. 10).

O mesmo Fórum Nacional de Pró-Reitores de Extensão estabeleceu ainda cinco diretrizes que devem estar presentes em todos os programas e projetos de extensão para serem caracterizados como extensionistas: Interação Dialógica, Interdisciplinaridade e Interprofissionalidade, Impacto na Formação do Estudante, Impacto e Transformação Social e Indissociabilidade Ensino-Pesquisa-Extensão.

A diretriz interação dialógica visa superar o discurso de primazia acadêmica, fomentando o desenvolvimento de relações entre universidade e setores sociais através da troca de experiências e saberes, sendo apresentada no documento da seguinte maneira:

A diretriz Interação Dialógica orienta o desenvolvimento de relações entre Universidade e setores sociais marcadas pelo diálogo e troca de saberes, superando-se, assim, o discurso da hegemonia acadêmica e substituindo-se pela idéia de aliança com movimentos, setores e organizações sociais. Não se trata mais de estender à sociedade o conhecimento acumulado pela Universidade“, mas de produzir, em interação com a sociedade, um conhecimento novo. Um conhecimento que contribua para a superação da desigualdade e da exclusão SOCIAL e para a construção de uma sociedade mais justa, ética e democrática (FORPROEX, 2012, p. 16).

Já a diretriz Interdisciplinaridade e Interprofissionalidade busca a interação entre modelos, conceitos e metodologias de diferentes disciplinas e áreas do conhecimento. Para Freire (1983), trata-se da construção do conhecimento, com base na relação do sujeito com o contexto social e cultural em que está inserido.

O Plano Nacional de Educação (PNE) 2014 – 2024, através da Lei nº 13.005/2014, indica a importância da diretriz na Formação do Estudante na medida em que exige que no mínimo 10% dos créditos curriculares da graduação sejam oriundos de programas e projetos de extensão: “Assegurar, no mínimo, dez por cento do total de créditos curriculares, exigidos para a graduação em programas e projetos de extensão universitária” (BRASIL, 2014, p. 11), ou seja, busca-se salientar que a participação na extensão universitária é decisiva para a formação adequada do estudante.

A diretriz Impacto e Transformação Social trata, por sua vez, do papel transformador que deve ser desempenhado pelas atividades extensionistas. A expectativa é de que, com essa diretriz, a Extensão Universitária contribua para o processo de (re)construção da Nação, uma comunidade de destino, ou de (re)construção da polis, a comunidade política (FORPROEX, 2012, p. 35).

Já a diretriz Indissociabilidade Ensino-Pesquisa-Extensão entende que as ações extensionistas terão maior efetividade se estiverem vinculadas ao ensino e pesquisa (FORPROEX, 2012, p. 32). Para Brito, Almeida e Molina (2014), equilibrar essa tríade é um dos desafios existentes nas universidades. “Pensá-los significa articulá-los de forma tal que cada um deles possa, a partir de suas bases, apoiar a universidade para que ela cumpra efetivamente sua função social” (BRITO; ALMEIDA; MOLINA, 2014, p. 5).

De acordo com a diretriz Indissociabilidade Ensino-Pesquisa-Extensão, o equilíbrio Extensão e Ensino se dá na medida em que o estudante é colocado como protagonista do processo de sua formação acadêmica e cidadã, deixando de ser um “mero receptor de um conhecimento validado pelo professor para se tornar um participante do processo”, superando inclusive os limites físicos das salas de aula que, por sua vez, se transformam em outros

“espaços, dentro e fora da Universidade, em que se apreende e se (re)constrói o processo histórico-social em suas múltiplas determinações e facetas” (FORPROEX, 2012, p. 32).

Já no que se refere à relação entre Extensão e Pesquisa, esta diretriz sugere que as ações extensionistas sejam efetivamente incorporadas aos programas de pós-graduação; bem como defende “a produção acadêmica a partir das atividades de Extensão” (FORPROEX, 2012, p. 34).

Pautado nas diretrizes supracitadas, percebe-se que o Forproex se preocupa em consolidar uma extensão universitária que esteja inserida na sociedade e seja partícipe de discussões e soluções dos problemas sociais; bem como seja umbilicalmente ligada ao ensino e pesquisa.

Conforme visto no capítulo 1, a Política Nacional de Extensão destacou também a preocupação de que as ações extensionistas sejam divulgadas a partir da criação de plataformas de comunicação para este fim. Mendonça e Silva (2002) afirmam que poucos são os que têm acesso direto aos conhecimentos gerados na universidade pública e que a extensão universitária é imprescindível para a democratização do acesso a esses conhecimentos, assim como para o redimensionamento da função social da própria universidade, principalmente se for pública.

Transformar a UFJF-GV em uma instituição com uma imagem forte e positiva através da extensão universitária exige inúmeras estratégias a serem protagonizadas pela comunicação. É por meio da comunicação que se vislumbram alternativas de consolidação e crescimento apesar de uma realidade financeira crítica e ameaçadora para as universidades públicas no cenário contemporâneo, sobretudo se considerarmos que a atual conjuntura social, política e econômica do Brasil acabou por ampliar, desde 2016, o discurso conservador da austeridade.

As universidades públicas são vítimas deste processo na medida em que sofrem cortes de verbas, sob o argumento do ajuste fiscal, e da ingerência governamental que podem enfraquecer sua autonomia. Além disso, a aprovação da Emenda Constitucional 95, em 2016, estabeleceu um teto de gastos nos serviços públicos brasileiros e comprometeu as projeções de gastos e receitas da UFJF para os anos de 2018 e 2019, conforme destacado pela Reitoria da UFJF (UFJF, 2018i).

Outro discurso de austeridade passa a ecoar a partir do Relatório “Um ajuste justo: Análise da eficiência e equidade do gasto público no Brasil” (2017), lançado pelo Banco Mundial a partir de um pedido do Governo Federal. O documento, repercutido por alguns dos

principais meios de comunicação do país, defende o fim da gratuidade nas Universidades Públicas.

[...] os gastos com o ensino superior são altamente regressivos. Isso indica a necessidade de introduzir o pagamento de mensalidades em universidades públicas para as famílias mais ricas e de direcionar melhor o acesso ao financiamento estudantil para o ensino superior (BANCO MUNDIAL, 2017, p. 121).

Durante o período de transição entre os governos, em dezembro de 2018, o MEC divulgou a Nota Técnica nº 400 em substituição a Nota nº 437/2011, em que altera alguns critérios para a nomeação de reitores pelo Presidente da República (BRASIL, 2018). O texto anterior informava que Consultas informais feitas junto à comunidade acadêmica não contrariavam qualquer norma, podendo ser levados em consideração. Já o texto de 2018 esclarece a necessidade de que todas as orientações normativas devam ser seguidas, cabendo ao colegiado máximo das universidades elaborar a lista tríplice independentemente do resultado de qualquer Consulta informal.

Independentemente da realização da Consulta à comunidade universitária e até mesmo do seu resultado, a elaboração da lista tríplice permanece inserida na competência exclusiva do Colegiado Máximo da universidade ou de Colégio Eleitoral que o englobe, pois a Consulta prévia não vincula juridicamente o Colegiado para elaboração da lista. Essa é a redação do caput e do inciso I do art. 16 da Lei nº 5.540/1968, com redação dada pela Lei nº 9.192/1995 (BRASIL, 2018, s/p).

Para a Associação Nacional dos Dirigentes das Instituições Federais de Ensino Superior no Brasil (Andifes), esta alteração pode sinalizar o interesse do MEC em interferir na democracia interna das instituições públicas de ensino superior.

Nos próximos quatro anos, todas as universidades federais vivenciarão a renovação ou mudança de seus gestores. É essencial, então, afirmar publicamente a importância de serem conduzidos ao cargo de reitor ou reitora aqueles docentes autonomamente indicados no primeiro lugar pelo colégio eleitoral de suas respectivas universidades, sendo garantido assim um elemento definidor da democracia, que é o respeito à vontade da maioria. Nos marcos da legislação atual, o envio de uma lista pela instituição deve ser respeitado. Entretanto, não podemos deixar de defender a indicação de quem teve mais votos no colégio eleitoral. A indicação do primeiro colocado deve, pois, ser respeitada, por um lado, como um valor da democracia e, por outro, em respeito à autonomia de cada instituição (NOTA..., 2019, s/p.).

Estes devem ser levados em consideração no planejamento estratégico de uma política de fortalecimento da imagem institucional. Para além de tornar a UFJF-GV uma marca forte, a comunicação tem um papel ainda mais abrangente: interpretar o contexto social, político e econômico em que está inserida e criar um planejamento que permita a defesa da universidade pública em um cenário tão adverso. Para Kunsch (1997), estas preocupações por parte das instituições são reflexos das constantes transformações que ocorrem em todos os campos. “Elas passam a se preocupar cada vez mais com as relações sociais, com os acontecimentos políticos e com os fatos econômicos mundiais” (KUNSCH, 1997, p. 141).

Expresso de outro modo, a comunicação não deve ser tratada como uma ferramenta puramente publicitária utilizada simplesmente para impor a imagem da UFJF-GV às pessoas ou para transmitir informações. Pelo contrário, a comunicação deve ser tratada como um elemento que fomenta o diálogo. De acordo com Freire (1983), o que caracteriza a comunicação é o diálogo, assim como o diálogo é comunicativo.

Logo, enquanto universidade pública, a UFJF-GV precisa ser pensada como uma instituição que possibilita não só a formação de novos profissionais, que investe em pesquisa, mas também como uma instituição que tem responsabilidade social e que se aproxima da comunidade valadarense com o intuito de construir uma relação transparente e enriquecedora. Relação esta que deve ser visível para todos, e que, portanto deve ser trabalhada pela comunicação, tornando-se assim possível a construção de uma imagem institucional sólida.

Neste sentido, devemos considerar que a imagem de uma instituição é formada através de uma soma de estímulos perante os públicos com os quais ela se relaciona. Contudo, segundo Poyares (1997), cada indivíduo pode ter uma percepção sobre a imagem de determinada instituição.

[...] a representação simplificada que emerge na mente, como síntese de uma ou várias sensações ou percepções não é um resultado preciso nem mesmo, necessariamente, o fruto de combinações lógicas. Sua natureza inclui a tônica da fragilidade, da sensibilidade forte, da instabilidade. Por consequência, não podemos exigir-lhe o que entendemos por justiça e equilíbrio. Apesar de produto da interação, é sempre um fenômeno individual, sobre cujos elementos de formação é possível exercer influência (POYARES, 1997, p. 90).

De acordo com Endo (2007), a diversidade de públicos em uma instituição universitária é uma variável importante que deve ser levada em consideração. A pesquisadora afirma que alunos, professores, funcionários, ex-alunos, imprensa, entre outros públicos exigem a criação de plataformas de comunicação que atendam a todos. “Cada momento de

interação com os diversos públicos transmite uma imagem, que pode ou não estar de acordo com a identidade pretendida” (ENDO, 2007, p. 3)

Nas subseções seguintes veremos que inúmeras plataformas podem ser trabalhadas para não só divulgar os trabalhos de extensão, como também fortalecer, perante todos os seus públicos, a imagem institucional da UFJF-GV, um campus em fase de consolidação que tem a opção de utilizar as ações extensionistas para se fazer reconhecido pela sociedade de Governador Valadares.

2.1.1 Comunicação interna: uma ferramenta de valorização da UFJF-GV

Conforme visto na apresentação deste capítulo, para solidificar uma imagem positiva, é importante que a gestão da universidade compreenda as inúmeras realidades às quais o seu público-alvo vivencia, lidar com estas complexidades e vislumbrar políticas que absorvam a opinião destes indivíduos, na tentativa de gerar um aumento do otimismo e satisfação para com a instituição.

Para tanto, considerando a diversidade de públicos que forma uma universidade, é necessário que a comunicação trabalhe em diversas frentes, entre as quais, a Comunicação Interna, aquela que ocorre dentro da organização.

As organizações que buscam fortalecer sua imagem necessitam do diálogo com todos os públicos, tanto o externo quanto o interno. Ainda que seja, como no caso da UFJF-GV, uma universidade desconhecida pela opinião pública, é necessário valorizar também o diálogo com o público interno, ou seja, com aqueles que fazem parte da instituição: servidores, terceirizados e estudantes.

Além de ser fundamental dar atenção àqueles que passam grande parte de seus dias na universidade, para Kunsch (2003), cabe considerar que o público interno é também um público multiplicador, uma vez que transmite aos amigos e familiares às suas impressões sobre a organização, tornando-se uma espécie de porta-voz.

Logo, na visão de Kunsch (2003), a comunicação interna deve, de maneira transparente, envolver o público nos assuntos da instituição.

A importância da comunicação interna reside sobretudo nas possibilidades que ela oferece de estímulo ao diálogo e à troca de informações entre a gestão executiva e a base operacional, na busca da qualidade total dos produtos ou serviços e do cumprimento da missão de qualquer organização (KUNSCH, 2003, p. 161).

Para Curvello (2012), a comunicação interna foi, durante muito tempo, considerada uma ferramenta utilizada simplesmente para informar ao público interno os objetivos e interesses organizacionais. Contudo, o seu conceito foi ampliado.

Hoje, podemos definir a comunicação interna como o conjunto de ações que a organização coordena com o objetivo de ouvir, informar, mobilizar, educar e manter coesão interna em torno de valores que precisam ser reconhecidos e compartilhados por todos e que podem contribuir para a construção de boa imagem pública (CURVELLO, 2012, p. 22).

De acordo com Vasconcelos (2018), o compartilhamento de valores, informações e ideias através da comunicação interna é fundamental. “Sem esse alinhamento e coesão, é impossibilitado o desenvolvimento de uma identidade positiva e verdadeira para a instituição” (VASCONCELOS, 2018, p. 92).

Ainda para Vasconcelos (2018), esta coesão apenas será possível se houver diálogo entre todos os integrantes que formam o público interno. Kunsch entende que uma comunicação interna adequada passa pela disposição da direção

Em abrir as informações; pela autenticidade, usando verdade como princípio; pela rapidez e competência; pelo respeito às diferenças individuais; pela implantação de uma gestão participativa, capaz de propiciar oportunidade para mudanças culturais necessárias; pela utilização das novas tecnologias; pelo gerenciamento de pessoal técnico especializado, que realize efetivamente a comunicação de ir e vir, numa simetria entre chefia e subordinados (KUNSCH, 2003, p. 160).

Entretanto, para que o público interno esteja informado, é necessário que se criem estratégias para produção e disseminação de informações através de eventos, murais, programas de treinamento, boletins, dentre outras ferramentas para este fim.

Ao pesquisar a comunicação interna da UFJF-GV, Vasconcelos detectou um cenário distante do considerado adequado. “Sem reuniões periódicas e sem qualquer canal estabelecido que propicie um fluxo de ideias e diálogo permanente a respeito do que se pensa para o futuro do campus avançado, os servidores convivem com a insegurança com relação à instituição” (VASCONCELOS, 2018, p. 58).

No mesmo trabalho, o autor testemunhou que a troca de informações sobre a instituição realizada entre servidores de diversos setores e níveis hierárquicos diferentes ocorre, na maioria das vezes, por meios informais, dentre os quais conversas de corredor e *WhatsApp*. Para Vasconcelos “São informações nem sempre precisas e muitas vezes não

referendadas por canais oficiais de divulgação da universidade, como o site oficial, por exemplo” (VASCONCELOS, 2018, p. 57).

A constatação feita por Vasconcelos (2018) ajuda a entender algumas das falhas no processo de divulgação das atividades extensionistas. A ausência de uma política de comunicação interna prejudica o fluxo de informações, ideias e divulgação sobre a extensão. De maneira que, em muitos casos, por não saberem como proceder ou a quem procurar, coordenadores de projetos e programas de extensão descartam esta comunicação ou simplesmente fazem a divulgação das ações por conta própria, sem que o setor de Comunicação sequer saiba aquilo que é divulgado. Na visão de Vasconcelos, esta realidade gera série de distúrbios.

É um risco iminente de que a informalidade prevaleça sobre a divulgação oficial de informações pela própria instituição. E uma vez estabelecidos esses canais extraoficiais, torna-se muito mais difícil a abertura de espaços institucionais dedicados ao fluxo de informações e o favorecimento do diálogo organizado entre os diversos setores da universidade (VASCONCELOS, 2018, p. 67).

Além da ausência de um fluxograma formalizado que viabilize a troca de informações entre os integrantes de diferentes níveis hierárquicos e setores, cabe ressaltar que a Comunicação Interna é prejudicada também pela dispersão física existente em Governador Valadares, uma vez que, servidores e estudantes estão distribuídos em onze espaços do município. Alcançar todos os públicos que estão distribuídos entre estes espaços torna-se um desafio a mais.

Superar estas dificuldades que estão expostas é fundamental para que a UFJF-GV possa se comunicar adequadamente com o seu público, construindo uma relação em que a transparência seja recíproca, uma vez que o diálogo formalizado propicia o conhecimento da instituição pelo público; bem como o conhecimento do público pela instituição.

2.1.2 Estratégias de Comunicação Pública

Por se tratar de uma instituição pública financiada pela sociedade e feita para os cidadãos, a UFJF-GV deve ser transparente e dar visibilidade às suas ações através do fomento da Comunicação Pública. Sobre este assunto, Zémor (1995) afirma que as finalidades da Comunicação Pública não devem estar dissociadas às finalidades das instituições públicas. Nesse sentido,

Suas funções são de: a) informar (levar ao conhecimento, prestar conta e valorizar); b) de ouvir as demandas, as expectativas, as interrogações e o debate público; c) de contribuir para assegurar a relação social (sentimento de pertencer ao coletivo, tomada de consciência do cidadão enquanto ator); d) e de acompanhar as mudanças, tanto as comportamentais quanto as da organização social (ZÉMOR, 1995, p. 1).

Em consonância a este argumento, Castro (2013) ressalta que a comunicação deve ser desenhada no sentido de produzir a visibilidade social. No caso da instituição universitária, o sentido maior se expressa na necessidade de, pela informação, possibilitar à sociedade — que instituiu e mantém a universidade — o exercício do controle social. “Apenas uma sociedade bem informada poderá exercer o controle sobre suas instituições, avaliando seu funcionamento, seus resultados, propondo correções de rumo, sugerindo modificações e aperfeiçoamentos” (CASTRO, 2013. p. 2).

Ao abordar o tema Extensão Universitária, Freire (1983) sugeriu a substituição do termo “extensão” por “comunicação”. Essa perspectiva suscita a importância da difusão do conhecimento através do diálogo e da troca de experiências, renegando a extensão com um perfil assistencialista.

Da mesma maneira, cabe à Comunicação Pública se preocupar em popularizar aquilo que foi produzido na universidade, mediante a utilização de linguagens e ferramentas que facilitem o entendimento da produção acadêmica pela sociedade, na mesma medida em que a universidade deve compreender as questões e complexidades da sociedade. Logo, percebe-se que a Comunicação Pública e a Extensão Universitária têm um objetivo em comum, que é justamente a troca mútua de saberes. Se por um lado a universidade apresenta à sociedade a produção acadêmica desenvolvida dentro dos muros da instituição, por outro, a universidade absorve experiências e vivências do público que não está diretamente inserido nela.

Para desenvolvimento deste estudo, utilizaremos o conceito de comunicação pública que está atrelado à noção de divulgação científica, que tem por objetivo criar oportunidades de integração da ciência com a sociedade, ampliar o interesse da opinião pública em geral pelos assuntos da ciência, mediante divulgação dos trabalhos realizados pela extensão universitária da UFJF-GV. Sobre o conceito de comunicação pública, Brandão (2007, p. 3) afirma que

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 da ciência que influenciam diretamente a vida do cidadão.

Não obstante, é importante diferenciar o conceito de comunicação científica e divulgação científica. De acordo com Bueno (2010), é necessário definir com precisão as várias expressões utilizadas para descrever o campo abrangente da difusão científica porque, na prática, elas explicitam conceitos que são bem distintos. A comunicação científica possui um discurso mais específico e destina-se a um público formado por cientistas ou especialistas. Geralmente é feita por meio de periódicos e eventos científicos. Já a divulgação científica tem como público-alvo o cidadão comum. A partir da divulgação busca popularizar informações científicas e acadêmicas, utilizando-se de uma linguagem que facilite o entendimento do público-leigo. Esta, geralmente é veiculada através de inúmeras plataformas: meios de comunicação de massa, produtos editoriais (livros, cartilhas, fascículos, publicações em geral), por meio de palestras sobre temas atuais, entre outros.

Segundo Albagli (1996), a divulgação científica possui diferentes objetivos, com destaque para o educacional, o cívico e o popular. O educacional está relacionado à ampliação do conhecimento e da compreensão do público leigo a respeito do processo científico. O objetivo cívico busca transmitir a informação científica voltada para a ampliação da consciência do cidadão a respeito de questões sociais, econômicas e ambientais associadas ao desenvolvimento científico e tecnológico. Já o objetivo de Mobilização Popular busca fomentar a qualidade de participação da sociedade na formulação de políticas públicas e na escolha de opções tecnológicas (ALBAGLI, 1996, p. 2).

Em outras palavras, é preciso salientar a importância da valorização da Comunicação Pública e da Divulgação Científica através das Ações de Extensão da UFJF-GV, levando-se em consideração a importância da publicidade das atividades que são desenvolvidas, bem como a necessidade de prestação de contas à sociedade em função do investimento por ela feito nesta instituição pública. Uma das formas de prestar contas é utilizar canais de comunicação que cheguem ao grande público, dentre os quais, as redes sociais.

As relações humanas foram transformadas pelas Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) a partir do momento que passaram a integrar cada vez mais a nossa rotina. Desta maneira, parece inviável pensar em estratégias de divulgação que não agreguem as ferramentas oferecidas pelas novas tecnologias. Na visão de Castells (2003), vivemos numa sociedade em rede:

Esta sociedade em rede é a sociedade que eu analiso como uma sociedade cuja estrutura social foi construída em torno de redes de informação microeletrônica estruturada na internet. Nesse sentido, a internet não é simplesmente uma tecnologia; é um meio de comunicação que constitui a forma organizativa de nossas sociedades; é o equivalente ao que foi a fábrica ou a grande corporação na era industrial. A internet é o coração de um novo paradigma sociotécnico, que constitui na realidade a base material de nossas vidas e de nossas formas de relação, de trabalho e de comunicação. O que a internet faz é processar a virtualidade e transformá-la em nossa realidade, constituindo a sociedade em rede, que é a sociedade em que vivemos (CASTELLS, 2003, p. 287).

Neste sentido, a comunicação através das novas tecnologias passa a ter um papel estratégico. Além de transmitir informações, torna-se um instrumento básico de sobrevivência das organizações mediante uma realidade complexa formada por uma sociedade que faz da internet o alicerce de suas vidas.

Para Vasconcelos e Brandão (2013, p. 126), “o crescimento da tecnologia da informação é espantoso e atinge o cotidiano das pessoas de uma forma tão intensa que aquelas que não estão conectadas passarão a sentir-se à margem da evolução”.

O último levantamento do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) sobre o uso da internet no Brasil foi realizado em 2016 e constatou que à época 116 milhões acessavam a rede. Desses, 94,2% acessavam a internet a partir de dispositivos móveis e utilizavam aplicativos de troca de mensagens para se comunicar, com exceção do *e-mail* (RENAUX, 2018).

Figura 4 – Perfil usuário internet no Brasil em 2016



Fonte: Pnad... (2018).

Os números do IBGE demonstram que a popularização da internet e das novas tecnologias possibilitaram o surgimento das redes sociais como uma forma inovadora de comunicação que valoriza sobretudo a interação através da troca de conteúdo por aplicativos. Através desses aplicativos, além de se conectar com amigos, ídolos, familiares, instituições, entre outros sujeitos, o usuário pode criar e compartilhar qualquer conteúdo, crítica ou sugestão que considere importante; bem como criar o seu próprio conteúdo. De acordo com Cogo e Brignol (2011, p. 83):

O lugar que as redes ocupam no modo de organização das relações sociais contemporâneas certamente traz consequências para a própria configuração e usos das mídias, com destaque para a internet. A principal consequência centra-se a passagem de uma lógica hegemônica de transmissão das informações de forma massiva e generalizada, de um pequeno grupo produtor a um coletivo indiscriminado, para a possibilidade de produção de informação e estabelecimento de comunicação de uma forma mais descentralizada e distribuída para públicos segmentados.

Ou seja, através de conexões que surgiram a partir do advento da internet, passaram a ocorrer interações e relações entre pessoas, grupos, instituições, que, por sua vez, possibilitaram o surgimento das redes sociais. Além disso, as redes sociais tornaram-se um novo canal de veiculação de informações independentes das mídias tradicionais comandadas por um “pequeno grupo”. Cabe às instituições aproveitarem as redes sociais para se comunicarem diretamente com os seus públicos.

Atualmente, a UFJF-GV utiliza efetivamente duas redes sociais: *Facebook*¹¹ e *Instagram*¹². Criada em maio de 2015, a página no *Facebook* UFJF campus GV contava em dezembro de 2018 com 5.287 seguidores, ou seja, pessoas que se interessaram, em algum momento, em acompanhar as informações da universidade e que, portanto, passaram a seguir a página. Contudo, este número de seguidores não significa que as postagens feitas pela instituição serão visualizadas por todos. Mosseri (2016 apud OLIVEIRA, 2018) afirma que isso ocorre devido ao grande volume que o *Facebook* recebe a cada segundo, logo “algoritmos precisam funcionar para que sejam selecionados os conteúdos que se mostrem, ou indiquem ser, os mais relevantes para o usuário” (OLIVEIRA, 2018, p. 3).

Enquanto o *Facebook* é uma rede que permite múltiplas ações através da escolha de utilização de eventos, páginas, grupos, textos, fotos, entre outros, o *Instagram* tem como característica a valorização do compartilhamento de fotos e vídeos. Percebendo a necessidade

¹¹ <https://www.facebook.com/ufjfcampusgv/>

¹² <https://www.instagram.com/ufjfcampusgv/>

de criação de novos canais de comunicação com o público, em maio de 2018, a UFJF criou um perfil no *Instagram*. Em dezembro do mesmo ano, o perfil possuía 2.137 seguidores. A iniciativa mostrou-se positiva, pois embora o *Instagram* da UFJF-GV tenha menos seguidores que a página no *Facebook*, a interação do público com as postagens tem sido maior.

Embora já esteja presente no *Facebook* e *Instagram*, a UFJF-GV ainda tem uma série de redes sociais a serem utilizadas como meio de divulgação de suas ações extensionistas: *WhatsApp*, *Youtube* e *Twitter*.

2.1.3 Estreitamento da relação com a mídia local a partir da Extensão Universitária

Embora tenham perdido o monopólio da informação, a mídia tradicional segue relevante no processo de massificação das informações. Mesmo que as redes sociais tenham cada vez mais espaço entre o público, os canais tradicionais de notícias, entre os quais, os próprios *sites*, são os mais confiáveis, de acordo com pesquisa Ibope (PESQUISA..., 2018).

Aqui, ao nos referirmos à mídia tradicional, consideramos os diversos instrumentos de transmissão de informações que se integram:

a televisão, os jornais e o rádio funcionam como um sistema integrado, em que os jornais relatam o evento e elaboram análises, a televisão o digere e divulga ao grande público, e o rádio oferece a oportunidade de participação ao cidadão, além de abrir espaço a debates político-partidários direcionados sobre as questões levantadas pela televisão (CASTELLS, 2000, p. 376).

Embora tenham funções divergentes, estas mídias tradicionais se somam e podem promover ampla repercussão de determinado fato. Logo, faz-se necessário estabelecer um bom relacionamento com estes veículos. De acordo com Mafei (2004), há inúmeros motivos que levam organizações públicas e privadas a buscar espaço na mídia, dentre os quais a autora ressalta a importância de “fortalecer a imagem e as ações de comunicação já desenvolvidas, de modo a formar uma ‘massa crítica’ favorável à imagem a partir de informações positivas divulgadas” (MAFEI, 2004, p. 57).

Para Tuzzo (2004), a mídia possui um papel importante no processo de formação da opinião das pessoas, uma vez que

permite que uma ideia seja exposta e disponível socialmente e, ainda que não represente a maioria da população, a forma como normalmente a mídia expõe conceitos leva grande parte da sociedade a acreditar que seja a visão

da totalidade da sociedade, denominando o processo de opinião pública (TUZZO, 2004, p. 29).

Diante deste processo de conquista da opinião pública, Tuzzo (2004) alerta que a mídia e a universidade se posicionam em dois polos sociais que se relacionam, uma vez que, enquanto a mídia forma a opinião pública a partir da construção de uma narrativa própria; a universidade, a partir da reflexão sobre o desenvolvimento social e sobre os meios de comunicação, busca contribuir para a formação da consciência política e social da sociedade: “Nessa relação de troca de valores, bens, serviços e ideologias, a universidade e a mídia se marcam pela simbiose e pela forma que podem atuar na sociedade para a construção de um pensamento crítico e formação da opinião pública” (TUZZO, 2004, p. 30).

Neste sentido, é importante destacar que os meios de difusão de informações devem ser estudados a partir da premissa de que são instrumentos de poder. Guareschi (1991) alerta que a mídia vai além da transmissão de informações, uma vez que pode ajudar a construir realidades ou até mesmo silenciar fatos.

Num mundo todo permeado de comunicação – um mundo de sinais – num mundo todo teletematizado, a única realidade passa a ser a representação da realidade – um mundo simbólico, imaterial. Isso é tão verdade, que na linguagem do dia a dia já se podem ouvir frases como estas: “Já acabou a greve?”. E se alguém por quê, a resposta é: “Deve ter acabado, pois o jornal não diz mais nada”, ou: “A televisão não mostrou mais nada” (GUARESCHI, 1991, p. 14).

Em outras palavras, mais do que informar, a mídia pode esconder a informação ou até mesmo desinformar. A Teoria do Agendamento, termo cunhado em 1970, a partir dos estudos de Maxwell McCombs e Donald Shaw, aponta que os meios de comunicação influenciam o modo de pensar da sociedade, seu cotidiano, as rodas de conversa, a partir do momento que têm o poder de manter determinado tema em voga. “É a hipótese segundo a qual a mídia, pela seleção, disposição e incidência de suas notícias, vem determinar os temas sobre os quais o público falará e discutirá” (BARROS FILHO, 2001, p. 169).

Nas palavras de Noelle Neumann, citada por Pena (2005), esta influência se dá a partir de três características da mídia: acumulação, consonância e onipresença.

Acumulação: é a capacidade da mídia para criar e manter a relevância de um tema; consonância: as semelhanças nos processos produtivos de informação tendem a ser mais significativas do que as diferenças; onipresença: o fato de a mídia estar em todos os lugares com o consentimento do público, que conhece sua influência (PENA, 2005, p. 145).

Além da Teoria do Agendamento, outras abordagens teóricas do estudo do jornalismo nos tradicionais meios de comunicação trazem percepções sobre o papel desempenhado pela mídia e do poder exercido por ela. De acordo com Netto (2013, s/p), em meados do século XIX a mídia passou a ser chamada de “o quarto poder”, numa alusão ao seu papel fiscalizador dos abusos dos três poderes originais (Executivo, Legislativo e Judiciário): “Por muitos anos, o quarto poder recebeu o título de ‘voz dos sem vozes’ e seus representantes sofreram grandes retaliações por diversos segmentos, o que não impediu que se mantivesse como forte contrapeso na balança social com os demais poderes” (NETTO, 2013, s/p).

Caberia então à mídia, informar os fatos ocorridos às pessoas que não os conheciam caso não os tivessem vivenciado presencialmente. Mais do que isso, seria função da mídia fiscalizar o Estado e denunciar eventuais desmandos, exercendo assim uma espécie de controle sobre os outros três poderes.

Contudo, as empresas de comunicação que poderiam exercer este papel são, em sua maioria, controladas pela iniciativa privada, e têm entre seus objetivos primordiais conquistar lucros e defender interesses dos empresários que as lideram. A Teoria da Organização discute o jornalismo como se este fosse um mercado cujos produtos são as notícias (MEDINA, 1988).

De acordo com esta teoria, o jornalismo é um negócio que busca o lucro; e que, portanto, os jornalistas exercem um papel subalterno ao setor comercial. “Este setor é o responsável pela captação de anúncios para sustentar o jornal. E eles interferem diretamente na produção das notícias (PENA, 2005, p. 136)”.

Pena (2005) cita como exemplo a forma como são editados jornais impressos ou televisivos.

Para começar, o espaço para a publicidade é reservado na página antes das notícias. Os jornalistas só preenchem o que ficou vazio. E se vier um anúncio de última hora, qualquer matéria pode cair, ou seja, deixar de ser publicada. Na televisão, a lógica é a mesma. Embora o espaço para anúncios já esteja determinado pelos intervalos comerciais, a lógica do veículo prioriza reportagens que atinjam o maior número de telespectadores, pois quanto maior a audiência, maiores as receitas publicitárias. Daí a opção pelo drama em detrimento da informação (PENA, 2005, p. 136).

Podemos interpretar, a partir da Teoria da Organização, que a notícia passa a ser tratada como mercadoria e, como tal, está sujeita a inúmeras variáveis que não são necessariamente jornalísticas.

Isso porque sua atuação implica um equilíbrio instável entre: formar opinião; receber influências de seus Consumidores e sobretudo de toda a gama de

anunciantes; relacionar-se com o Estado (renegociações de dívidas tributárias e previdenciárias, isenções, empréstimos, além de questões regulatórias, entre outras); e auferir lucro (FONSECA, 2011, p. 46).

Estas variáveis comerciais, muitas vezes, não são compreendidas, e é natural que não sejam, pelo público que não estuda diretamente a mídia. Criar instrumentos que superem estas variáveis em um cenário de expansão de universidades particulares dispostas a investir em anúncios publicitários é também um desafio para uma instituição pública de ensino superior.

Conhecer os critérios técnicos, jornalísticos, que vão além dos números e lucros, são importantes para aumentar a chances de conquista de um espaço em determinado veículo de comunicação privado. A imprensa também divulga notícias que seus editores ou jornalistas escolhem a partir de seus próprios critérios de noticiabilidade. Afinal, dentre tantos fatos cotidianos é importante que exista uma seleção que separe aquilo que será noticiado e o que não será notícia. A esta seleção, David Manning White deu o nome de Teoria do *Gatekeeper* (TRAQUINA, 1993). Segundo a qual, quem decide o que é ou não notícia é uma espécie de porteiro ou selecionador (*gatekeeper*), que é o próprio jornalista (PENA, 2005). Logo, a instituição que deseja conquistar espaços na mídia precisa saber o que é notícia na visão destes jornalistas. Conforme destaca Freitas (2010), um fato incomum tem mais chances de chamar a atenção da imprensa.

A notícia trata do excepcional, anormal ou de grande impacto social, como acidentes, tragédias, guerras, e golpes de Estado. Notícias têm valor jornalístico apenas quando acabaram de acontecer, ou quando não foram noticiadas previamente por nenhum veículo. Nas práticas diárias, os jornalistas elaboram representações da realidade. Ou seja, essa representação ou construção da realidade é uma atividade profissional de mediação, resultado de uma organização que se dedica a interpretar a realidade social e estabelecer uma ponte entre a fonte da notícia e a audiência. A “arte” do jornalismo é escolher os assuntos que mais interessam ao público e apresentá-los de modo atraente (FREITAS, 2010, p. 39).

Muitas variáveis influenciam os critérios de noticiabilidade, uma vez que o que é notícia para determinado grupo, pode não ser para outro; o que é notícia em determinada região, pode não ser em outra.

Cabe às instituições que querem divulgar suas ações na mídia interpretarem sobre o que o público-alvo quer ser informado. Tratando especificamente do caso UFJF-GV, para uma instituição que busca fortalecer sua imagem na região em que está instalada, é importante criar notícias que conquistem a atenção da população local.

Neste sentido, Traquina (2005, p. 80) afirma que um dos critérios de noticiabilidade é a proximidade, “valor notícia fundamental da cultura jornalística”. Já Fontcuberta (1993, p. 45) destaca que a proximidade “é um dos fatores mais poderosos na hora de eleger uma notícia”, ou seja, quanto mais próximo do indivíduo ocorre determinado fato, maior o valor-notícia. Por esse prisma, todas as ações desenvolvidas pela UFJF-GV em Governador Valadares são passíveis de serem consideradas notícias.

Além do fator proximidade, Ferreira e Santos consideram também o interesse social por trás de determinada ação. Para os autores, este critério “está associado ao jornalismo de serviço, no qual busca auxiliar e contribuir com o cotidiano do cidadão. São matérias que tem a tendência de ser útil para o público, que vão desde seus direitos básicos saúde, segurança e educação” (FERREIRA, SANTOS, 2014, p. 134).

Levando-se em conta estes dois critérios, as ações extensionistas do campus GV são um campo fértil de pautas para a mídia local. Todas as ações são próximas, realizadas em Governador Valadares e região; e despertam o interesse social uma vez que são ações que, em sua maioria, promovem o diálogo, a troca de saberes e experiências acerca de aspectos sociais.

2.2 CAMINHOS METODOLÓGICOS DA PESQUISA

Para a melhor compreensão do contexto em que ocorre, o tema deste trabalho é pesquisado a partir de uma abordagem qualitativa, numa perspectiva de integração, uma vez que o pesquisador busca colher opiniões dos diferentes personagens protagonistas inseridos na rotina da extensão universitária e da comunicação do campus avançado da UFJF. Conforme Godoy (1995), a investigação de cunho qualitativo exige que o autor da pesquisa vá a “campo buscando captar o fenômeno em estudo a partir da perspectiva das pessoas nele envolvidas, considerando todos os pontos de vista relevantes” (p. 21).

Logo, a pesquisa qualitativa preza pela captação e interpretação de percepções a partir de diferentes realidades a cerca de um mesmo tema. De maneira que, “a realidade estudada pela pesquisa qualitativa não é uma realidade determinada, mas é construída por diferentes ‘atores’” (FLICK, 2004, p. 43).

Para a coleta de percepções trabalhadas nesta pesquisa qualitativa, foi utilizada a entrevista semiestruturada, uma vez que, embora feita a partir de um roteiro previamente definido, ela permite flexibilidade em relação ao tempo e uma interação maior entre o entrevistador e o entrevistado, favorecendo respostas espontâneas. Segundo Boni e Quaresma

(2005, p. 75), a conquista desta espontaneidade “permite ao entrevistador tocar em assuntos mais complexos e delicados, ou seja, quanto menos estruturada a entrevista maior será o favorecimento de uma troca mais afetiva entre as duas partes”.

A pesquisa qualitativa realizada através de entrevistas permite ainda eventuais esclarecimentos e correções sobre o tema a ser trabalhado, bem como dá ao entrevistador a oportunidade de fazer anotações, o que facilita a seleção de informações e observações feitas durante o encontro com o entrevistado. Estas observações se transformam no diário de campo, “um lugar de registro dos movimentos, das leituras, dos tempos, espaços e das observações que ocorrem/ocorreram” (OLIVEIRA, 2014, p. 71).

Logo, o diário de campo é uma ferramenta de registro da rotina da pesquisa, que permite a anotação de detalhes a partir de percepções do pesquisador; assim como facilita a interpretação do caminho percorrido durante o trabalho de pesquisa. De acordo com Demo (2012, p. 33):

[...] O analista qualitativo observa tudo, o que é ou não dito: os gestos, o olhar, o balanço, o meneio do corpo, o vaivém das mãos, a cara de quem fala ou deixa de falar, porque tudo pode estar imbuído de sentido e expressar mais do que a própria fala, pois a comunicação humana é feita de sutilezas, não de grosserias. Por isso, é impossível reduzir o entrevistado a objeto.

Embora as entrevistas tenham sido registradas por dois gravadores de áudio, procurei registrar no diário aquilo que vivenciei a partir do meu contato direto com o entrevistado. Também fiz anotações a partir de minha experiência enquanto integrante do Comitê Gestor do Fórum de Extensão da UFJF-GV e do Grupo de Trabalho responsável pela organização da III Mostra de Extensão do campus Governador Valadares. Ou seja, eu utilizava o caderno cotidianamente sempre que um fato ou uma impressão pudesse de alguma forma contribuir com o desenvolvimento de minha pesquisa. Entrevistas, reuniões, telefonemas, quaisquer atos ligados à extensão universitária e ao setor em que trabalho eram levados ao diário de campo.

Para Boni e Quaresma (2005), a observação é considerada uma coleta de dados para conseguir informações sob determinados aspectos da realidade e podem ser divididas entre observação assistemática e observação participante.

Segundo as autoras, a observação assistemática é aquela em que o pesquisador procura “recolher e registrar os fatos da realidade sem a utilização de meios técnicos especiais, ou seja, sem planejamento ou controle” (BONI; QUARESMA, 2005, p. 71). Já a observação participante, utilizada neste trabalho, se distingue pelo fato de pressupor que o investigador

integra ao grupo investigado e se relaciona profissionalmente com o tema. “O pesquisador deixa de ser um observador externo dos acontecimentos e passa a fazer parte ativa deles” (BONI; QUARESMA, 2005).

As duas maneiras de se observar citadas por Boni e Quaresma foram utilizadas nesta pesquisa. A observação assistemática se deu a partir das anotações diárias que realizei sobre fatos cotidianos que envolvessem o tema da minha dissertação. Destaco aqui, como exemplo, o fato de um professor se negar a dar uma entrevista à afiliada local da Rede Globo sobre uma atividade de extensão de sua própria autoria. Embora, eu não tenha sido o jornalista a tentar fazer esta ponte entre a mídia em questão e o professor, testemunhei o receio do extensionista em ter sua fala deturpada ou criminalizada pelo veículo de imprensa, chamado por ele de “mídia golpista”. Fato que denota mais uma dificuldade existente em estabelecer uma relação entre a instituição e os veículos locais de imprensa.

Já a observação participante se deu justamente a partir de minhas observações enquanto membro do Comitê Gestor do Fórum de Extensão da UFJF-GV, uma vez que eu percebi que o instrumento de coleta de informações que desejei utilizar inicialmente não seria aceito pelos colegas membros.

A despeito de ser importante e pertinente, a abordagem através da entrevista semiestruturada não foi minha primeira opção. A ideia inicial era gravar ao menos duas reuniões do Comitê Gestor do Fórum de Extensão e a partir daí descrever elementos e percepções que contribuíssem para a pesquisa. Entretanto, de maneira constrangida, esta iniciativa foi refutada unanimemente por sete participantes daquela reunião realizada no mês de setembro de 2018, sob a alegação de que, à época da solicitação, o Comitê tratava de questões polêmicas¹³ e que as gravações poderiam inibir a participação efetiva dos membros.

A reunião acima citada contou com nove participantes: os sete que negaram a gravação, este pesquisador e o coordenador acadêmico da UFJF-GV, que, por sua vez preside o Comitê de Extensão, e que acumula o cargo de vice-diretor geral do campus. Não raramente, em razão das inúmeras responsabilidades, o presidente do Comitê de Extensão

¹³ As questões polêmicas daquela reunião giravam em torno dos fatos que culminaram no adiamento do Fórum de Extensão e Cultura da UFJF-GV, após solicitação da Proex. Alegando conflito de agendas, uma vez que a data e horário escolhidos coincidiam com a Recepção dos Calouros, a pró-reitora, a partir de uma solicitação da Diretoria de Imagem Institucional da UFJF, orientou pelo adiamento do evento de extensão e cultura do dia 14 de agosto de 2018 para 1º de outubro de 2018. Este adiamento provocou uma série de constrangimentos, uma vez que membros da Comissão Organizadora do Fórum, composta por servidores e estudantes, não concordavam com a incompatibilidade da realização dos eventos ao mesmo tempo, uma vez que os públicos seriam diferentes. Este cenário conflituoso levou os membros do Comitê de Extensão a negarem a gravação das reuniões para esta pesquisa.

precisa deixar as reuniões para tratar de outros assuntos. Foi exatamente em um destes momentos que a proposta de gravação das reuniões foi feita e negada.

Contudo, embora tenham negado a gravação das reuniões do Comitê Gestor, todos os membros do Comitê que participaram daquela reunião aceitaram, posteriormente, gravar entrevistas, anônima e individualmente, para esta pesquisa.

Ao todo, 18 pessoas foram entrevistadas entre os dias 23 de outubro de 2018 e 12 de novembro de 2018. Para obter uma percepção mais abrangente sobre o processo de divulgação das ações extensionistas foram entrevistados professores e servidores técnico-administrativos que fossem coordenadores de projetos de extensão e/ou integrantes do Comitê Gestor do Fórum de Extensão da UFJF-GV; bem como servidores do Setor de Comunicação, Cultura e Eventos da Instituição.

Para a realização das entrevistas foram criados dois roteiros que estão dispostos no apêndice da dissertação. Com oito perguntas, o primeiro roteiro (Apêndice A) foi utilizado para as entrevistas com 12 professores e três servidores técnico-administrativos extensionistas. O conteúdo procurou absorver a percepção dos entrevistados sobre como a extensão universitária é divulgada. A partir de algumas respostas, algumas entrevistas passaram a abordar também o contexto da atividade extensionista no campus Governador Valadares. Já o segundo roteiro (Apêndice B), com nove perguntas, buscou coletar a percepção de três servidores do setor de Comunicação, Cultura e Eventos acerca dos desafios existentes para a consolidação da imagem institucional da UFJF-GV e de como a extensão pode colaborar para a superação destas dificuldades.

Eventuais dúvidas sobre as perguntas eram esclarecidas imediatamente. Em algumas ocasiões, algumas perguntas fugiram um pouco do roteiro em razão da necessidade da elucidação de aspectos externados pelos entrevistados.

A escolha dos entrevistados procurou abranger representantes lotados em setores vinculados à Direção Administrativa e aos 11 departamentos de cursos existentes no campus: Administração, Ciências Básicas da Vida, Ciências Contábeis, Ciências Econômicas, Direito, Educação Física, Farmácia, Fisioterapia, Medicina, Nutrição e Odontologia.

No Quadro 12 indicamos a distribuição dos entrevistados de acordo com o setor de acordo com o departamento e/ou setor em que estavam lotados.

Quadro 12 - Distribuição de entrevistados por departamento ou setor de lotação

Departamento ou setor de Lotação dos Entrevistados	Quantidade de Entrevistados	Cargo
Coordenação Acadêmica	3	2 TAE e 1 Professor
Departamento de Administração	1	Professor
Departamento de Ciências Básicas da Vida	2	Professor
Departamento de Ciências Contábeis	1	Professor
Departamento de Ciências Econômicas	1	Professor
Departamento de Direito	1	Professor
Departamento de Educação Física	1	Professor
Departamento de Farmácia	1	Professor
Departamento de Fisioterapia	1	Professor
Departamento de Medicina	1	Professor
Departamento de Nutrição	1	Professor
Departamento de Odontologia	1	Professor
Setor de Comunicação, Cultura e Eventos	3	TAE
Setor de Infraestrutura	1	TAE

Fonte: Quadro elaborado pelo autor (2019).

Cabe considerar que o Departamento de Ciências Básicas da Vida é o único com dois professores entrevistados. Isto se deve ao fato de que um dos professores escolhidos é também representante da Coordenação Acadêmica. Ressalta-se que este entrevistado foi escolhido pela sua função na Coordenação. Assim, chegamos ao número de 12 professores e seis servidores técnico-administrativos entrevistados.

Todos os professores entrevistados já coordenaram ou coordenavam projetos ou programas de extensão na data da entrevista; e sete já participaram ou participavam do Comitê Gestor do Fórum de Extensão. Já entre os TAE, três já coordenaram ou coordenavam projetos ou programas de extensão; dois já participaram ou participavam do Comitê Gestor; e três trabalhavam no setor de Comunicação, Cultura e Eventos, ou seja, tinham entre as funções realizar a divulgação das ações extensionistas.

O critério para escolha dos entrevistados extensionistas buscou também contemplar as oito áreas temáticas de extensão: Comunicação, Cultura, Direitos Humanos e Justiça, Educação, Meio Ambiente, Saúde, Tecnologia e Produção, e Trabalho, conforme o quadro a seguir. Cabe ressaltar que há entrevistados que possuem mais de um projeto e/ou programa de extensão. A indicação do quantitativo de entrevistados, conforme a área de atuação está exposta no Quadro 13:

Quadro 13 - Distribuição de entrevistados por área temática de extensão

Área Temática	Projetos coordenados por professores entrevistados
Comunicação	3
Cultura	2
Direitos Humanos e Justiça	1
Educação	4
Meio Ambiente	1
Saúde	10
Tecnologia e Produção	2
Trabalho	2
Total	25

Fonte: Quadro elaborado pelo autor (2019).

Cabe considerar que entre os 18 entrevistados há aqueles que coordenam ou coordenaram ações de extensão em mais de uma área temática, daí o número total de 25 projetos coordenados por professores entrevistados.

Todas as entrevistas foram feitas pessoalmente e registradas em dois gravadores de áudio com o consentimento dos entrevistados que preencheram o documento “Cessão de Direitos sobre Depoimento Oral”. Antes de iniciar a entrevista, foi explicado aos entrevistados que seus nomes seriam mantidos sob sigilo. Além de preservar a identidade do entrevistado, o sigilo poderia deixá-los mais à vontade para externar pontos de vista ou experiências, uma vez que não haveria como serem eventualmente responsabilizados. Com o objetivo de realizar uma análise mais meticulosa, o conteúdo gravado foi integralmente transcrito. As entrevistas duraram em média 16 minutos e foram realizadas em alguns dos espaços utilizados pela UFJF-GV: Sede Administrativa, Pitágoras, Unipac e Clínica-Escola de Fisioterapia.

Em razão da escassez de salas de reuniões e da ausência de gabinetes, a maioria das entrevistas foi realizada em salas com a presença de terceiros. Porém, o barulho do ambiente não permitia que as entrevistas fossem plenamente ouvidas pelos por estes. Uma das entrevistas precisou ser gravada em um corredor, em razão da ausência de sala disponível naquele momento na Unipac. Esta realidade testemunhada durante a geração dos dados comprova as dificuldades estruturais existentes na UFJF-GV e relatadas no capítulo anterior.

Entretanto, todas as entrevistas transcorreram sem quaisquer interrupções ou demonstrações de incômodo por parte dos entrevistados. Em alguns casos, estes demonstraram aprovação pelo tema e fizeram perguntas sobre o que seria feito a partir daquele momento. Também aproveitaram para tirar dúvidas sobre o funcionamento do Setor de Comunicação, Cultura e Eventos.

Os agendamentos foram realizados pelo aplicativo *WhatsApp* e as entrevistas de acordo com a disponibilidade do entrevistado. Em razão da função que desempenho na universidade e de minha participação no Comitê Gestor de Extensão, eu já tinha o contato de todos. Por ter voltado há pouco tempo de férias e estar com trabalhos acumulados, apenas um docente extensionista procurado para entrevistas negou a solicitação. Logo, o docente em questão foi substituído por outro do mesmo Departamento.

Mantendo-se o sigilo de cada um dos entrevistados, elencamos as identificações dos partícipes da pesquisa que serão aplicadas para realização das análises da seguinte forma:

- Docente 1
- Docente 2
- Docente 3
- Docente 4
- Docente 5
- Docente 6
- Docente 7
- Docente 8
- Docente 9
- Docente 10
- Docente 11
- Docente 12
- TAE Extensionista 1
- TAE Extensionista 2
- TAE Extensionista 3
- TAE Comunicação 1
- TAE Comunicação 2
- TAE Comunicação 3

Conforme destacado anteriormente, para a realização das entrevistas foram criados dois roteiros: um para os entrevistados extensionistas (todos os professores e três TAE) e outro para os entrevistados do Setor de Comunicação, Cultura e Eventos. Daí a especificidade na apresentação dos TAE extensionistas e da Comunicação. Com pequenas diferenças entre eles, os roteiros procuraram adaptar as perguntas à realidade profissional do entrevistado. Em comum, traziam perguntas sobre a importância da extensão para o fortalecimento da imagem

institucional da UFJF-GV, as falhas existentes no processo de divulgação da extensão, sugestões de canais de divulgação para os públicos interno e externo.

Na próxima seção, serão apresentadas as análises das informações colhidas durante o processo de pesquisa.

2.3 REFLETINDO SOBRE O PROCESSO DE DIVULGAÇÃO E EXTENSÃO: PERCEPÇÕES E CONSIDERAÇÕES DOS ENTREVISTADOS

A análise do conteúdo das entrevistas foi realizada procurando sinalizar as principais dificuldades existentes no processo de divulgação das ações extensionistas da UFJF-GV na região em que está instalada. Para tanto, este diagnóstico em um primeiro momento, através da subseção 2.3.1 procurou absorver a percepção dos entrevistados sobre lacunas e necessidades relacionadas ao fluxo de comunicação interna do campus Governador Valadares.

A subseção seguinte procura analisar, a partir das respostas dos entrevistados, os desafios e possibilidades para a Comunicação Pública em uma instituição federal de ensino; quais políticas, canais e ferramentas podem ser utilizados para a democratização da informação sobre uma universidade pública.

Por fim, na terceira e última subseção é discutida a relação entre extensão universitária e a divulgação da instituição através da mídia local; de que maneira os entrevistados percebem a presença da UFJF-GV na imprensa e como a extensão universitária é e pode ser trabalhada para fomentar a imagem da instituição.

2.3.1 Comunicação interna

Considerada uma ferramenta estratégica para o fortalecimento da imagem institucional, à comunicação interna é atribuída a função de “reforçar e preservar a identidade organizacional” (BALDISSERA, 2000, p. 13). Uma comunicação interna bem estruturada cria entre servidores, estudantes, profissionais terceirizados o sentimento de pertencimento, o orgulho por estar, de alguma forma, inserido na instituição. De acordo com Martins (2012, p. 5),

Quando o público interno sentir-se bem dentro da organização e tiver seus interesses preservados estará então motivado a defendê-la. Um indivíduo assim contextualizado transforma-se em porta-voz e difunde os valores da organização nas ocasiões em que estiver convivendo com outros grupos como a família e os amigos. Esta atitude cogitará uma imagem

organizacional, porém para que a imagem seja positiva, um trabalho estratégico de relacionamento interno precisa ser desenvolvido.

Para que esta comunicação possa ocorrer de maneira eficaz, é necessário analisar como ocorrem os fluxos, ou seja, quais caminhos a informação percorre internamente, quais desvios atrapalham a comunicação (TORQUATO, 2004).

Em pesquisa anterior realizada no campus GV, sobre as lacunas de comunicação, no âmbito interno, que afetam a efetividade dos fluxos de informações e ideias, Vasconcelos (2018, p. 75) destacou a inexistência de uma gestão sistematizada; as dificuldades enfrentadas pelo público interno para ter acesso a informações e planejamentos relacionadas ao campus; e a necessidade de se criar e oficializar canais e fluxos que garantam aos servidores espaços de comunicação eficazes.

Nesse sentido, entre as perguntas definidas nos roteiros das entrevistas, foi solicitado aos entrevistados suas percepções sobre o fluxo de informações na UFJF-GV, sobre o caminho que é percorrido por uma informação até que ela chegue a toda comunidade acadêmica. As respostas dos entrevistados foram analisadas considerando-se os resultados obtidos pela pesquisa de Vasconcelos (2018).

Os entrevistados, em sua maioria, reconhecem a importância da existência de um fluxo de informações que facilite a comunicação interna, porém não sabem qual canal utilizar quando desejam transmitir uma informação que possa interessar aos colegas da instituição. Nas palavras do Docente 1: *“Falta saber a quem procurar. Eu acho que isso falta um pouco de maneira institucional mesmo. Ter um fluxograma para a gente saber a quem devemos nos reportar. Acho um pouco confuso isso”*¹⁴ (DOCENTE 1, Entrevista concedida em 24/10/2018).

A dificuldade é compartilhada pela Docente 11 quando esta afirma ignorar os trâmites para repassar as informações que possam ser divulgadas: *“Acho que essa falha é minha, não acredito que seja outro culpado. Quem não está fazendo essa divulgação sou eu, mas como eu te disse, eu não sei bem como fazer isso, sabe”* (DOCENTE 11, Entrevista concedida em 11/11/2018).

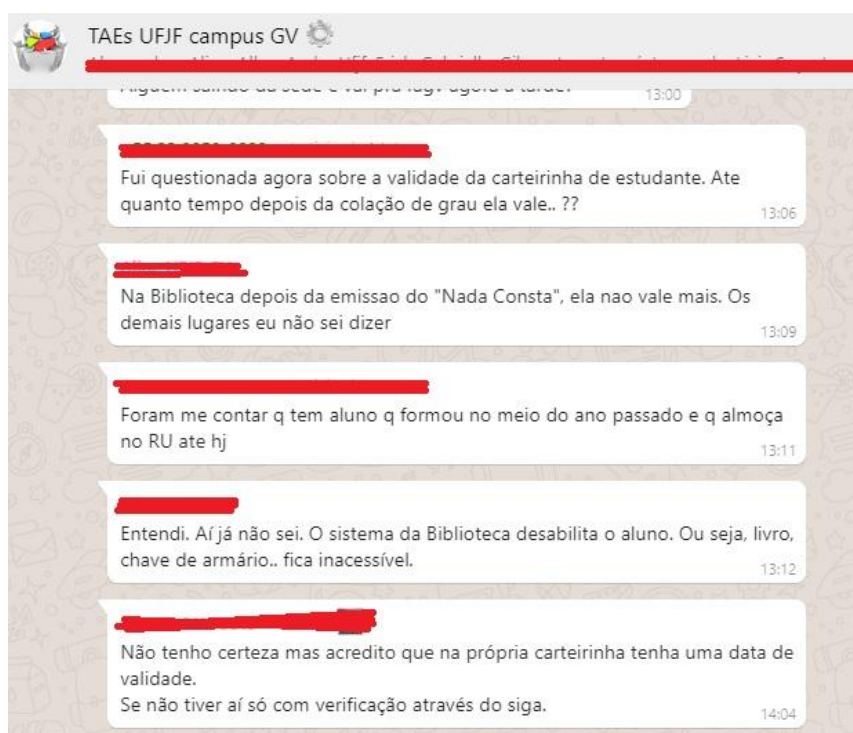
A fala da Docente 11 reflete o desconhecimento sobre a existência ou não de uma plataforma oficial de comunicação interna. Esta lacuna propicia a criação de canais alternativos de comunicação que busquem suprir um espaço que não é preenchido pela

¹⁴ Como forma de destacar e diferenciar do restante do texto, as falas dos entrevistados serão apresentadas sempre em itálico.

universidade. Grupos de *WhatsApp* são exemplos de plataformas criadas por colaboradores para a troca de informações imprecisas.

A Figura 5, a seguir, apresenta uma conversa entre servidores da UFJF-GV sobre a validade da carteirinha de estudante após a colação de grau dos estudantes, uma vez que surgiu a informação de que ex-alunos da instituição ainda usavam a carteirinha para almoçar no Restaurante Universitário.

Figura 5 – Exemplo de canal alternativo de comunicação



Fonte: Registro feito pelo autor (2019).

A conversa via *WhatsApp* demonstra que um servidor preferiu tirar uma dúvida sobre a instituição com os colegas via canal extraoficial, ao invés de entrar em contato diretamente com o setor responsável pelas carteirinhas. Pela imagem, percebemos ainda a troca de informações imprecisas que podem comprometer a comunicação institucional. Estas conversas informais com conteúdo inconsistente sobre a rotina administrativa e acadêmica da UFJF-GV, ou até mesmo sobre os rumos da instituição, podem provocar uma série de obstáculos para a criação de uma política de comunicação eficaz. Para Vasconcelos (2018), o uso de canais inadequados inviabiliza um fluxo de informações eficiente, na medida em que amplia as incongruências e os conflitos.

É um risco iminente de que a informalidade prevaleça sobre a divulgação oficial de informações pela própria instituição. E uma vez estabelecidos esses canais extraoficiais, torna-se muito mais difícil a abertura de espaços institucionais dedicados ao fluxo de informações e o favorecimento do diálogo organizado entre os diversos setores da universidade (VASCONCELOS, 2018, p. 67).

Conforme visto anteriormente, a ausência de infraestrutura adequada e a insegurança sobre o futuro da UFJF-GV, aliadas ao distanciamento físico do campus sede, criam uma série de problemas de comunicação, que comprometem o ambiente, e propiciam os chamados canais alternativos de comunicação. Criar uma plataforma que facilite o fluxo de comunicação ajuda a democratizar as informações oficiais minimizando eventuais boatos e obstáculos. De acordo com Marchiori (2006, p. 24), a instituição deve ser enxergada por seus funcionários como uma aliada que se preocupa “cada vez mais com o monitoramento das informações e a abertura do diálogo com seus diferentes grupos de interesse”.

Para Baldissera (2000), os problemas no fluxo de informações nas instituições podem ser consequência da ausência de um fio condutor que sirva como referência para a comunicação institucional; bem como da complexidade dos mecanismos de transmissão de informações que por ventura existam. Em consonância com Baldissera, esta pesquisa aposta na potencialidade da comunicação institucional a partir de um fluxo de informações organizado e reconhecido pela comunidade acadêmica. Acredita ainda que a criação e contínuo aperfeiçoamento deste fluxo devem ser realizados levando-se em consideração as necessidades dos colaboradores.

As dificuldades de consolidação de uma comunicação interna decorrentes da ausência de um fluxograma oficial reconhecido pela comunidade acadêmica somadas à dispersão geográfica do campus em Governador Valadares ampliam os desafios a serem enfrentados pelo setor de comunicação. Como criar um fluxograma que alcance toda a comunidade acadêmica que está espalhada por uma dezena de espaços pela cidade?

Numa tentativa de responder ao menos parcialmente esta questão, o setor de Comunicação, Cultura e Eventos criou em 2017 um formulário *on-line* (Anexo B) que fica disponível no site da instituição. O formulário foi criado numa tentativa de oficializar uma ferramenta que facilite o contato direto entre a comunidade acadêmica e o setor de comunicação. O servidor ou estudante que organizará um evento, por exemplo, e que tenha interesse em transmitir uma informação ao setor de comunicação, para que esta seja repassada à comunidade acadêmica, deve acessar o formulário e fazer a solicitação. No formulário, o

servidor tem a opção de sugerir a forma pela qual deseja a divulgação: *banner, e-mail*, redes sociais, imprensa ou através de alguma outra plataforma.

Contudo, conforme verificado nas entrevistas, este formulário é desconhecido por parte da comunidade acadêmica. “*A gente sabe que tem o setor de comunicação. Não é tanto um problema de falta de informação de quem é responsável, é mais um problema mesmo de ter plataformas para ligar as áreas*” (DOCENTE 7, Entrevista concedida em 30/10/2018).

Para o TAE Comunicação 3, é natural que o formulário seja ainda desconhecido pela comunidade acadêmica, uma vez que a ferramenta não foi devidamente divulgada.

Embora a gente tenha criado os formulários, tenha tentado organizar os fluxos do setor. Esse fluxo não foi apresentado formalmente aos institutos, aos professores. Alguns têm descoberto por conta própria, a outros a gente indica. Mas formalmente não houve essa apresentação. Então eu penso assim... da gente ir de cima pra baixo. Primeiro ir a uma congregação do instituto, depois reunião de departamento, depois junto ao coordenador pra que façamos que o fluxo seja um pouco mais pleno (TAE Comunicação 3, entrevista concedida em 12/11/2018).

Conforme destacado, o formulário foi criado com o objetivo de aproximar a comunidade acadêmica do setor de comunicação, cultura e eventos, minimizando eventuais obstáculos na transmissão de informações. Contudo, outros setores utilizam diferentes canais de comunicação, seja através de e-mails ou do Sistema de Atendimento Unificado (SAU). O SAU é uma plataforma que oferece aos estudantes informações relativas à Graduação e à Universidade em geral; e aos servidores, informações relacionadas aos setores de Contratos, Coordenação Administrativa, Gerência Administrativa, Infraestrutura, Tecnologia de Informação, Recursos Humanos e Suprimentos.

Para além das plataformas alternativas utilizadas pelos servidores e estudantes, a própria UFJF-GV cria uma série de canais de comunicação que não se relacionam entre si, o que pode dificultar o entendimento da comunidade sobre qual canal usar para entrar em contato com determinado setor.

Organizar todos estes canais e criar um fluxo de informações efetivo e reconhecido pela comunidade acadêmica passa pela comunicação. Para Kunsch (1999, p. 53), a comunicação não pode ser uma área isolada e distante. “Ela terá que ter um campo de ação bem amplo, que contempla os vários setores da organização”. Kunsch ressalta ainda que o profissional de comunicação deve estar atento aos cenários em que hoje se situam as organizações em que ele atua. “A comunicação que ocorre dentro delas não está isolada de toda uma conjuntura, que condiciona e move as ações de um profissional, dentro de uma

perspectiva estratégica que contempla cumprimento de missão e visão de futuro” (KUNSCH, 1999, p. 49).

O isolamento condenado pela autora foi objeto de reflexão nesta pesquisa e suscitou a dúvida sobre a pertinência de um formulário, de mais um canal para se somar a outros, que não se relacionam.

Há, por outro lado, entrevistados que creditam as falhas no fluxo de informações à ausência de estímulo da própria comunidade acadêmica em acompanhar as transformações que ocorrem na instituição.

Eu percebo que houve uma melhora significativa nos atendimentos administrativos dos setores com criação de fluxograma, repensando como poderia melhor atender ao público, produção de material a partir de protocolos, de trâmites. Na comunicação isso pra mim é muito claro. Hoje quando eu preciso fazer ou divulgar um evento, entrando no site da comunicação tem todas as informações necessárias pra fazer isso. Agora percebo que há também uma questão de estímulo do próprio servidor de acompanhar estas transformações, saber que isso faz parte da cultura do servidor também (TAE EXTENSIONISTA 2, Entrevista concedida em 30/10/2018).

No ponto de vista da TAE Extensionista 2, a ausência de interesse dos servidores é um fator que dificulta a disseminação das informações. Por outro lado, para Martins (2012), despertar o interesse da comunidade acadêmica em participar do processo de democratização das informações é justamente um papel a ser desempenhado pelo setor de comunicação. “A comunicação, nos dias de hoje, tem a incumbência de estimular a participação ativa de pessoas e organizações na dinâmica das transformações”.

Nesse sentido, o setor de comunicação tem como responsabilidade não apenas criar canais que viabilizem o fluxo de informações, mas também despertar entre os colaboradores a consciência sobre a necessidade de utilização desses canais. Mais do que “entregar” um canal que fortaleça a comunicação interna, é preciso inserir a comunidade acadêmica neste processo.

Em consonância com Martins, o TAE Comunicação 2 (Entrevista concedida em 24/10/2018), credita ao setor de comunicação o papel de estimular o interesse da comunidade acadêmica em compartilhar as informações “*Falta pra gente também um caráter mais proativo de garimpar os projetos que estão em vigência e tentar ver quais estariam aptos a despertar algum interesse de divulgação*”.

Conforme verificado até aqui, de acordo com os entrevistados, existem problemas no caminho a ser percorrido pelas informações até que estas cheguem ao setor de comunicação.

Uma vez que a informação esteja no setor de comunicação, ela passa por uma análise que leva em consideração a relevância da informação para a comunidade acadêmica e UFJF-GV. Após passar por este “filtro”, a informação é enviada para a comunidade acadêmica.

Segundo Torquato (2004), para que seja eficaz, a comunicação interna deve considerar as características inerentes ao jornalismo: atualidade, universalidade e difusão coletiva. Isto quer dizer que, é preciso analisar a relevância da informação a ser transmitida, considerando-se o público alvo da instituição. Além da relevância do tema em si, é preciso considerar também o tamanho da equipe que forma o setor de comunicação, cultura e eventos. Três jornalistas, com carga horária de cinco horas diárias, são os responsáveis por captar e difundir as informações para a comunidade interna e externa. A equipe reduzida é também um fator que limita a quantidade de matérias, de modo a exigir uma seleção mais criteriosa do conteúdo. Ao contrário do campus sede, a UFJF-GV não possui um curso de comunicação, o que dificulta a contratação de estudantes bolsistas ligados à área para auxiliar os jornalistas.

Para o TAE Comunicação 2, este filtro das informações é importante, uma vez que, em alguns momentos, o setor de comunicação é chamado a divulgar fotos e textos que já chegam prontos e que carregam forte promoção pessoal, cujo personagem é mais importante que a notícia em si.

As pessoas não têm a consciência de alguns papéis, de funções de determinados setores. Eu defendo manter os canais, ter esse diálogo maior com os coordenadores de projeto, através de um Media Training¹⁵, por exemplo, como que funciona a Comunicação, o que a gente faz, o que faz um fato virar notícia, como é a rotina dos veículos de imprensa. Por que determinada coisa vira notícia e outra não, entendeu? Primeiro ter uma consciência maior do que faz a comunicação, que nós não somos meros fotógrafos ou corretores de texto, e enfim, ter mais disponibilidade (TAE Comunicação 2, Entrevista concedida em 24/10/2018).

Considerada a pertinência da informação que chega através do formulário eletrônico, o setor de comunicação faz a divulgação desta para a comunidade acadêmica, por *e-mail*, *site*, boletim informativo ou redes sociais, a depender do conteúdo a ser transmitido e do público ao qual deseja-se atingir com aquela informação. Informações muito restritas a professores ou TAE, são, por exemplo, divulgadas exclusivamente para estes públicos através do *e-mail*. Por outro lado, conteúdos que são de interesse de toda a comunidade acadêmica são divulgados no

¹⁵ O *Media Training* é realizado com colaboradores de determinada instituição e busca treiná-los e capacitá-los para lidar com a imprensa. Costuma fazer parte das atribuições do setor de comunicação.

site e nas redes sociais. Informações que devam ser divulgadas com urgência para os estudantes são colocadas primeiramente nas redes sociais.

Contudo, para os entrevistados há falhas nos canais disponíveis.

Na verdade, do jeito que as informações são divulgadas, eu acho que todo mundo tem condição de receber as informações. Isso é fato, mas a gente sabe que, por exemplo, você envia um e-mail para toda a comunidade acadêmica, garanto que menos de 40% das pessoas vai visualizar este e-mail num tempo hábil suficiente para ter alguma atitude em relação à informação que está sendo divulgada. Se você coloca no Facebook uma determinada informação, também você vai conseguir alcançar as pessoas que estão em contato com a página do campus no Facebook. As outras pessoas não. Se você utiliza-se de encaminhar e-mails para departamentos, os chefes de departamento terão grande aceção sobre seus professores e técnicos, mas sobre os estudantes já é menor a disseminação dessa informação. Então, realmente nenhum dos fluxos possíveis identificados até esse momento, tem, na minha visão, uma cobertura suficiente dentro da comunidade acadêmica (DOCENTE 5, Entrevista concedida em 26/10/2018).

Em outras palavras, o entrevistado afirma que nenhum dos canais de comunicação interna atinge integralmente toda a comunidade acadêmica. Contudo, para Melo (2006, p. 10), a seleção do canal deve considerar uma série de critérios. A autora destaca ainda que é a combinação de diferentes veículos de divulgação que facilitará a transmissão das informações a todos os públicos que se pretende atingir.

A seleção do canal adequado depende do perfil do público interno e deve levar em conta a linguagem e o conteúdo convenientes às suas características principais, não deixando de considerar, também, os recursos disponíveis, a estrutura e cultura organizacionais. A combinação de vários veículos possibilita atingir os diversos tipos de público (MELO, 2006, p. 10).

Para Tiburcio e Santana (2014, p. 19), os veículos de informação utilizados chegam a todos os públicos da organização através da utilização de canais variados, seja boletins, intranet, jornais, impressos, murais ou redes sociais. Porém, os autores (2014) ressaltam que cada público-alvo, exige o uso de uma linguagem: “a linguagem para quem trabalha na produção não será a mesma usada para diretores, acionistas ou outros públicos”.

Clemen (2005) complementa destacando a importância de que a comunicação conheça o público com o qual vai se comunicar. “Saber quem serão os receptores da ação define a linguagem, a mensagem, os meios e os canais de comunicação, assim como a forma pela qual serão avaliados os resultados da ação” (CLEMEN, 2005, p. 49).

Considerando o referencial teórico e a percepção dos entrevistados, conclui-se que atingir todos os públicos através de uma só plataforma de comunicação é inviável. Criar formas variadas de transmissão e conhecer quem são os interlocutores das informações são processos inerentes a uma comunicação interna eficiente.

A partir das respostas dos entrevistados sobre a comunicação interna no campus Governador Valadares da UFJF, verificou-se, nesta subseção, a necessidade de criação de um fluxo de informações, que possibilite ao colaborador saber a quem procurar e qual canal utilizar para transmitir uma informação, sugestão, dúvida ou conteúdo que considere pertinente. Contudo, na percepção de alguns dos entrevistados este caminho ainda precisa ser sedimentado, sobretudo no que se refere ao próprio setor de comunicação, uma vez que, a plataforma de contato com o setor em questão é desconhecido. Dentre os depoimentos, verificou-se alguns que ressaltam a necessidade de que a comunidade seja estimulada a compartilhar as informações através de canais oficiais, e que o setor de comunicação seja protagonista neste processo. Destacou-se ainda a existência de canais alternativos de comunicação que podem fomentar a distribuição de informações imprecisas, dando espaço aos boatos. Por fim, discutiu-se a importância de que a UFJF-GV, através de seu setor de comunicação, crie canais que levem as informações a todos os seus colaboradores, através de uma linguagem clara e acessível a todos.

Com base no depoimento dos entrevistados e no referencial teórico, no capítulo 3 serão apresentadas sugestões que visem preencher as lacunas aqui verificadas referentes à comunicação interna. A partir da próxima subseção serão apresentadas as percepções dos entrevistados a respeito da necessidade da circulação das informações não só internamente, mas para toda a sociedade, considerando as características da comunicação pública.

2.3.2 Possibilidades da Comunicação Pública

Conforme verificado na subseção anterior, há inúmeras formas da instituição manter um diálogo com a comunidade interna. Percebemos que esta aproximação é fundamental para criar, entre os colaboradores e estudantes, o sentimento de pertencimento à instituição. Porém, considerando o caráter público da UFJF-GV, é necessário que esta seja transparente e dê visibilidade às suas ações para toda a sociedade, não apenas para o público interno, através do fomento da Comunicação Pública. Mais do que se aproximar do público que a rodeia, uma instituição pública deve ser transparente e manter a população informada sobre suas ações.

Para Castro (2013, p. 2) uma instituição pública deve ser acessível a todos submetendo-se ao controle social. “Temos, então, a tarefa de produção de visibilidade social da instituição universitária, cujo sentido maior se expressa na necessidade de, pela informação, possibilitar à sociedade — que instituiu e mantém a universidade — o exercício do controle social”.

Portanto, fundamentando-se na importância da democratização das informações sobre as ações que são desenvolvidas na UFJF-GV, são apresentadas nesta subseção considerações sobre a percepção da comunidade acadêmica em relação a comunicação pública, sobre como esta comunicação é feita na universidade e sugestões para o fomento de uma comunicação mais abrangente.

Para a TAE Comunicação 1, falta o entendimento da comunidade acadêmica sobre a importância da publicização das ações de cada um na instituição.

Primeiro eles precisam ter consciência da importância do trabalho que realizam, acredito que eles tenham, eles saibam o quanto é importante o trabalho que eles realizam. Mas eles devem ter consciência da importância de divulgar isso, porque fortalecer a UFJF em Governador Valadares é fortalecer o trabalho deles, é fortalecer o que sustenta tudo isso (TAE COMUNICAÇÃO 1, entrevista concedida em 23/10/2018).

A Docente 12 completa o raciocínio da colega pontuando que a comunidade acadêmica não divulga tudo aquilo que é feito através da universidade. “O que eu vejo é que talvez nós não tenhamos, eu não sei como vocês da área de comunicação chamam, não estejamos projetados o suficiente. Eu acho que a gente faz muito mais do que a gente mostra” (DOCENTE 12, entrevista concedida em 08/11/2018). A percepção das entrevistadas contraria os preceitos do Comunicação Pública. De acordo com Duarte (2004), cabe à Comunicação Pública colocar a perspectiva do conjunto da sociedade e do cidadão acima das instâncias pessoais. “A existência de recursos públicos ou interesse público caracteriza a necessidade de atendimento às exigências da comunicação pública” (DUARTE, 2004, p. 3).

Duarte (2004) complementa, que a comunicação pública compreende um processo rotativo de informações que não se reduz à pura e simples divulgação, mas também à troca de informações.

A amplitude do direito à comunicação muitas vezes é reduzida à tese de que “o cidadão precisa ser informado”, assumindo-o simples receptor e não reconhecendo sua capacidade de ser emissor, produtor de informações e agente ativo na interação. Comunicação não se reduz à informação.

Comunicação é um processo circular, permanente, de troca de informações e de mútua influência (DUARTE, 2004, p. 50).

O excerto acima coincide com a definição de Freire (1983), que em sua obra defende que a extensão universitária carregue consigo a comunicação, uma vez que a comunicação é o diálogo, assim como o diálogo é comunicativo. Neste sentido, os Docentes e TAE extensionistas foram questionados sobre maneiras de fomentar a comunicação através da UFJF-GV.

Para o Docente 4 é necessário que a UFJF-GV se aproxime de algumas instituições que atuam junto ao público-alvo das ações extensionistas. O TAE Extensionista 1 exemplifica a afirmação do colega ao defender que a UFJF-GV se apresente e visite regularmente as escolas.

A partir do momento que esse público começa a conhecer e vislumbrar uma oportunidade de estudar em uma universidade pública, naturalmente as pessoas próximas, familiares também ficarão conhecendo a universidade. É esse caminho de interação com o público seria para mim o principal, porque eu vejo que os outros canais de comunicação são muito incertos (TAE EXTENSIONISTA 1, entrevista concedida em 25/10/2018).

Nas palavras do TAE extensionista 1, o corpo a corpo junto a um público que naturalmente tem o interesse pela universidade é fundamental para ampliar a percepção da existência da UFJF-GV e das ações nela desenvolvidas.

Para o Docente 3, contudo, a aproximação entre instituições públicas deve ser trabalhada como uma política de comunicação constituída.

Nós temos projetos que duram 12, 18 meses, então não adianta divulgar apenas uma vez na página da UFJF, pois eu acho que não vai alcançar o público de uma forma geral (...) Eu entendo que talvez uma alternativa seria utilizar estes outros espaços, essas parcerias mesmo, com prefeitura, com estado, escolas, pelas superintendências. Acho que desta maneira o alcance seria muito maior (Docente 3, entrevista concedida em 25/10/2018).

A variedade de maneiras de se chegar ao público é ampliada quando passamos a considerar as novas TIC e de que maneira estas podem ser utilizadas frente aos desafios e possibilidades da Comunicação Pública. As TIC são frequentemente apontadas como plataformas que fortalecem a democratização das informações, caracterizando o surgimento daquilo que Lévy e Lemos (2010) chamam de esfera pública digital. Esta democratização das informações proporcionada pelas TIC através das redes sociais é ampliada se considerarmos o

seu potencial interativo. Não há barreiras demográficas tampouco intermediários. Ao contrário, por exemplo, dos meios de comunicação tradicionais, as redes sociais possibilitam a comunicação direta entre interlocutores, sem obstáculos.

Atualmente, conforme visto no capítulo anterior, a UFJF-GV utiliza efetivamente duas redes sociais: *Instagram* e *Facebook*. Cientes do caráter interativo e amplificador das redes sociais, os entrevistados apostam que estas plataformas são essenciais para o fomento da comunicação pública e sugerem a presença da instituição em outros canais digitais. Para a entrevistada TAE Comunicação 1 (Entrevista concedida em 23/10/2018), o *Whatsapp* é uma opção. “*Acho que podemos incrementar a comunicação utilizando mais o WhatsApp, pois pode ser bastante útil na divulgação das informações. É uma plataforma que está em voga hoje em dia, mas que ainda não aderimos*”.

Aplicativo de troca de mensagens, o *WhatsApp* já é utilizado como distribuidor de informações por uma série de instituições públicas e privadas, dentre as quais o Governo Federal. Por meio de um *site*¹⁶, o cidadão pode preencher seus dados, escolher o assunto de seu interesse e realizar o cadastro para receber as notícias pelo aplicativo que deve ser baixado no celular.

Para além de ser um canal que pode ser distribuidor de notícias e informações, o *WhatsApp* é também de uma opção de diálogo, em que todos podem conversar com todos. Na percepção de Mainieri e Ribeiro (2013), o caráter interativo das redes sociais possibilita que todos sejam interlocutores.

As mídias sociais apresentam como maior mudança o modelo de comunicação e interação entre as pessoas. Com o seu advento, alteram-se profundamente as formas de interação social e, com isso, a maneira de se pensar e realizar um processo comunicativo. Através delas, todos podem ser emissores de conteúdo, retirando essa característica apenas das mídias tradicionais, como televisão, jornais (MAINIERI; RIBEIRO, 2013, p. 11).

A interação abre a possibilidade de que os usuários se informem sobre assuntos referentes à universidades e dialoguem com a instituição. Para a Docente 4, o *WhatsApp* poderia minimizar o distanciamento da sociedade com a universidade, uma vez que a população não está acostumada a entrar no site da instituição.

De repente a gente pode trabalhar mais a questão de WhatsApp, das mídias sociais, eu acho que a gente pode ampliar isso, porque eu percebo que os

¹⁶ <http://whatsapp.secom.gov.br/whatsapp/>

alunos acessam o nosso site. Mas eu não vejo isso no público externo. Por exemplo, quando eu estou com meus projetos de extensão lidando com profissionais de saúde, eles não acessam o nosso site (DOCENTE 4, Entrevista concedida em 25/10/2018).

Além da troca de mensagens por textos, as redes sociais favorecem, ainda a interatividade através de áudios, fotos e vídeos, ampliando a possibilidade de criação de conteúdos variados. Neste sentido, na percepção do entrevistado TAE Comunicação 3, a comunicação visual deve ser valorizada.

O vídeo é uma mídia que hoje está muito forte, pela questão do mundo em si. Hoje a gente tem o youtube, essas mídias têm uma força muito grande com os usuários de internet principalmente. O vídeo seguiria pelos mesmos canais. A gente ele iria postar ele em uma plataforma como Youtube ou Vimeo, e eles seriam compartilhados através de redes sociais (TAE COMUNICAÇÃO 3, entrevista concedida em 12/11/2018).

A criação de redes sociais que são voltadas quase que exclusivamente para o compartilhamento de imagens, comprovam que a comunicação visual tem um caráter amplificador. Entre as plataformas que valorizam a imagem, a UFJF-GV utiliza o *Instagram*. Embora tenha aderido a este canal apenas em 2018, a visualização e interação com os conteúdos que são postados, comprovam a abrangência desta rede. “*A gente observa, a gente posta uma mesma informação no Facebook e no Instagram, o retorno é infinitamente maior no Instagram*” (TAE COMUNICAÇÃO 2, entrevista concedida em 24/10/2018).

Para Sbarai e Honorato (2012), a valorização da comunicação visual é reflexo das inovações tecnológicas. “Os celulares, que incorporaram as câmeras, as redes 3G, que permitem a transmissão de dados (e de fotos) em alta velocidade, e, por fim, as redes sociais, que facilitam sua distribuição” (SBARAI; HONORATO, 2012).

A preocupação com a comunicação visual e a propagação do conteúdo que ocorre a partir do compartilhamento das imagens deve ser levada em consideração, uma vez que, quanto mais repercutidos forem os assuntos relacionados à universidade, haverá mais espaço para discussões de temas relevantes para a sociedade e, por consequência, para a UFJF-GV. Cabe então refletir sobre o papel que a comunicação visual, através das mídias sociais, pode desempenhar para o fomento da comunicação pública. Porém cabe ressaltar que a comunicação visual não substitui o texto, o complementa.

Considerando o direito ao acesso à informação, referendado pela Lei nº 12.527/2011 (BRASIL, 2011), assim como a primazia do interesse público, discutiu-se nesta subseção os motivos pelos quais a UFJF-GV deve valorizar a comunicação pública. A partir da percepção

dos entrevistados e à luz do referencial teórico, discutiu-se formas de tornar a comunicação mais transparente e abrangente. Chegou-se ainda à constatação de que a parceria entre as instituições e o fomento das redes sociais são formas promissoras para consolidar o fortalecimento da comunicação para e com a sociedade de Governador Valadares.

As sugestões citadas pelos convidados não anulam a importância de se manter um canal aberto com a mídia tradicional. Para Freitas e Lucas (2002), as diferentes maneiras de se transmitir informações podem ocorrer simultaneamente. “É essa mistura de contextos que faz da contemporaneidade uma época marcada pela comunicação social em todos os seus níveis” (FREITAS; LUCAS, 2002, p. 8).

Essa variedade de maneiras de se chegar ao público torna-se ainda maior quando passamos a considerar o relacionamento com a mídia. Tema que é discutido na subseção seguinte.

2.3.3 Relação Mídia Local e Extensão Universitária

Os roteiros criados para as entrevistas trouxeram perguntas sobre a divulgação das ações extensionistas para o público externo, formado pela comunidade de Governador Valadares e região; bem como sobre a percepção dos entrevistados em relação à presença da UFJF-GV na mídia local.

Quando questionados sobre a importância da divulgação da extensão para o fortalecimento da imagem institucional da UFJF-GV perante o público externo, os entrevistados iniciaram suas respostas com exemplos de como a universidade é pouco conhecida. Citando a Universidade Federal de Viçosa (UFV), o TAE Extensão 1 destacou que o fomento da imagem institucional do campus GV é fundamental inclusive para a sua sobrevivência.

A UFV causa um impacto que se qualquer dia ela correr algum risco, a cidade inteira vai ficar preocupada, vai abraçá-la. Agora, se a UFJF-GV deixasse de existir amanhã, a maior parte não saberia nem que um dia ela existiu. Então eu acho que do ponto de vista do cumprimento do dever da universidade, do ponto de vista da sobrevivência da universidade no sentido mais amplo, a divulgação correta da extensão promoveria o fortalecimento da imagem institucional (TAE Extensão 1, entrevista concedida em 25/10/2018).

A mesma constatação foi feita pela Docente 6, para quem em Governador Valadares existe um “distanciamento maior ainda da universidade com a cidade”. Logo, segundo a

entrevistada, a imagem institucional pode ser fortalecida, na medida em que as pessoas percebam que a universidade promove e recebe uma série de “retornos” para e da comunidade através da extensão. Para o docente 5 *“a comunidade como um todo tem tido uma certa dificuldade para se apoderar realmente da universidade, compreender que a universidade existe”*.

A constatação do docente 5 suscita o seguinte questionamento, que aponta uma contradição. Considerando o perfil extensionista da UFJF-GV e que, a extensão é a responsável por promover a aproximação entre universidade e sociedade, conforme visto no capítulo 1, o que explica este distanciamento entre a instituição e a população de Governador Valadares?

Nunes e Silva (2011) recordam que a universidade deve, através da extensão, ser apoderada também pelos não universitários.

Se a extensão universitária é um processo educativo, cultural e científico que viabiliza a relação entre universidade e sociedade, a universidade pública enquanto um espaço de criação e recriação de conhecimento deve ser acima de tudo pública e, para tanto, a transformação social deve extrapolar os muros acadêmicos. Aqui, a universidade deve ser mais do que um laboratório, objeto de estudo ou campo de pesquisas, mas também uma instituição com pessoas, demandas, reivindicações, anseios e saberes que se encontram dentro e fora da universidade (NUNES; SILVA, 2011, p. 124)

Contudo, ainda que reconheçam o caráter social e agregador da extensão universitária, Nunes e Silva (2001) alertam que a extensão requer repensar o próprio modelo de universidade no que se refere a questões como produção e acesso ao conhecimento e a seus produtos.

Para a Docente 1, a extensão por si só não tornará a universidade reconhecida amplamente, sendo necessário a conquista de espaços no rádio e na televisão. Veículos que segundo a entrevistada *“são muito importantes para aproximar a instituição das pessoas de Governador Valadares”*. Visão compartilhada pela Docente 2, que percebe na mídia local uma oportunidade de divulgar a UFJF-GV.

Acredito que precisamos fazer uma parceria com as mídias daqui: TV, rádio, jornal. Só o site da universidade não está atingindo. Eu estava vendo um jornal na TV e eu vi uma divulgação de um professor, de uma faculdade particular daqui e ele falando que ‘enquanto universidade e tal...’. Na hora que eu percebi como o professor de uma concorrente, privada, tem todo o apoio da mídia para divulgar (Docente 2, entrevista concedida em 24/10/2018).

Em outras palavras, para os entrevistados, o desconhecimento da UFJF-GV pelo público externo é consequência também da ausência da universidade nos jornais e emissoras de rádio e televisão locais.

A constatação dos entrevistados vai ao encontro daquilo que afirma Mafei (2004, p. 53):

Ir à mídia para expor posições e tornar públicos bons trabalhos é o que têm buscado as empresas, os governos, as entidades da sociedade civil e os cidadãos comuns. Isso é algo próprio da democracia avançada em todo o mundo. É também, ao mesmo tempo, um voto de confiança na mídia e uma busca de legitimidade.

Do excerto acima, compreende-se que as instituições se utilizam da mídia para legitimar sua existência. Porém, a discussão sobre a legitimidade na universidade pública é mais ampla. Para além do fortalecimento da imagem institucional, através da publicação de suas produções, pesquisadores destacam a necessidade de que a universidade reflita seu papel enquanto instituição social.

Para Dourado (2002, p. 240), existe atualmente o fomento à regulação e gestão das instituições estatais, com aplicação de recursos públicos nas instituições privadas e redução drástica de políticas compensatórias que minimizem desigualdades. Esta percepção dialoga com o pensamento de Santos (2004), para quem a universidade, ao se transformar em uma organização, busca se alinhar ao mercado minimizando sua função enquanto instituição social.

A universidade, longe de poder resolver as suas crises, tem vindo a geri-las de molde a evitar que elas se aprofundem descontroladamente, recorrendo para isso à sua longa memória institucional e às ambigüidades do seu perfil administrativo. Tem-se tratado de uma atuação ao sabor das pressões (reativa), com incorporação acrítica de lógicas sociais e institucionais exteriores (dependente) e sem perspectivas de médio e longo prazo (imediatista) (SANTOS, 2004, p. 6).

Enquanto alicerces da construção da consciência crítica, as Instituições Públicas de Ensino Superior têm como função propiciar à coletividade a reflexão e a formulação de novas ideias. No entanto, como as universidades podem cumprir este papel enquanto possuem políticas que reforçam o ideário dominante e que transformam aquela que deveria ser uma instituição social em uma organização?

Marilena Chauí explica as contradições entre instituição social e organização:

A instituição social aspira à universalidade. A organização sabe que sua eficácia e seu sucesso dependem de sua particularidade. Isso significa que a instituição tem a sociedade como seu princípio e sua referência normativa e valorativa, enquanto a organização tem apenas a si mesma como referência, num processo de competição com outras que fixaram os mesmos objetivos particulares (CHAUÍ, 2003, p. 6).

Ou seja, a problematização, reflexão e criação saem de cena e passam a dar lugar ao planejamento, flexibilidade, êxito e controle, termos facilmente ouvidos em organizações privadas.

Para Santos (2004), este cenário possibilita o surgimento de três tipos de crise nas universidades: de hegemonia, de legitimidade e a institucional. A primeira configura a supressão de influência da universidade perante a sociedade; a segunda ocorre em razão da desconfiança da sociedade em relação à universidade; e a crise institucional é reflexo das duas anteriores, bem como da absorção por parte da universidade de modelos administrativos oriundos do mercado.

Estas crises dialogam com a discussão sobre a importância da presença das universidades na mídia, na medida em que o espaço nos veículos de comunicação pode fomentar a influência da universidade e dirimir as desconfianças da sociedade em relação à universidade.

Para os entrevistados, este distanciamento, entre sociedade e a universidade, em Governador Valadares, é reflexo da baixa presença da universidade nos meios de comunicação. Quando questionados se já acompanharam alguma inserção da extensão da universidade nas mídias de Governador Valadares, os entrevistados demonstram dificuldades para recordar.

Costumo olhar jornais locais, assistir programas locais e o máximo que já vi foi algum professor que já foi convidado para falar sobre algum assunto. Uma entrevista rápida, sobre algum assunto específico. Agora sobre a universidade em si, os projetos, as atividades dela, eu não vi. Pode até ter tido algum, um ou outro, mas em termos de uma certa continuidade, de bastante situações eu não me recordo (Docente 3, entrevista concedida em 25/10/2018).

Há ainda a reclamação sobre a ausência de crédito à universidade, mesmo quando eventuais entrevistados são servidores da instituição.

Isso é inclusive uma briga que a gente tem com a imprensa local. Os professores do departamento são corriqueiramente chamados para dar entrevistas sobre questões da economia da cidade. Eu sempre peço a eles que coloquem o meu nome e me apresente como economista que atua na UFJF-GV. Pois eles geralmente não colocam (Docente 7, entrevista concedida em 30/10/2018).

Há, contudo, entrevistados que reforçam a preocupação de como a instituição vai aparecer na imprensa devido “ao momento político que estamos vivendo”¹⁷. Para o Docente 10, a ascensão daquilo que considera o “neofascismo” e a “intolerância” exige certa cautela da comunicação institucional.

Eu temo muito que várias ações de extensão venham a ser criminalizadas nesse contexto em que movimentos sociais têm sido, muitas vezes, associados ou até mesmo confundidos com organizações terroristas. Então, isso é preocupante. E a gente vê na cidade coisas absurdas de gente falando que a UFJF é uma fábrica de comunistas, que os professores fazem doutrinação. Então, assim, pensar na imagem institucional, a gente que está trabalhando com o povo a gente vê o retorno, a gente vê a felicidade, vê muita gente agradecida e feliz de ter uma federal aqui, que foi uma luta popular de muito tempo. Mas a gente também vê setores da sociedade valadarense que repelem a gente, é como se jogassem contra mesmo. Então isso é muito preocupante (Docente 10, entrevista concedida em 7/11/2018).

A fala do Docente mostra que pode haver certo desentendimento sobre o que seria a comunicação institucional: em um momento de crise, como o relatado, divulgar o trabalho da UFJF-GV e aproximá-la da sociedade se torna ainda mais importante.

Para Chauí (2003), a universidade, enquanto instituição com autonomia intelectual, tem a função de relacionar-se de maneira conflituosa com o discurso dominante.

É exatamente por ser uma instituição social diferenciada e definida por sua autonomia intelectual que a universidade pode relacionar-se com o todo da sociedade e com o Estado de maneira conflituosa, dividindo-se internamente entre os que são favoráveis e os que são contrários à maneira como a sociedade de classes e o Estado reforçam a divisão e a exclusão sociais, impedem a concretização republicana da instituição universitária e suas possibilidades democráticas (CHAUÍ, 2003, p. 6).

Entretanto, é preciso ponderar que o depoimento do Docente 10 se soma ao exemplo observado por este autor, anotado no Diário de Campo e citado anteriormente, sobre

¹⁷ O momento político a que se refere o Docente 10 é o processo eleitoral realizado em 2018, que culminou na eleição de Jair Bolsonaro como presidente do Brasil. Na época, a Andifes emitiu uma nota pública em que denunciava episódios de violência e intolerância dentro das universidades.

determinado professor que se negou a dar uma entrevista que abordaria uma ação de extensão que desenvolvia, justamente para evitar qualquer tipo de perseguição ou deturpação de sua fala. Esta percepção demonstra que o entrevistado entende que a mídia pode agir utilizando algumas variáveis que não prezam pela justiça. Para Netto (2013), esta desconfiança em relação à conduta da mídia é um dos pontos positivos do cenário moderno.

Contrariamente ao que se pensava, a censura não é uma arma exclusiva de regimes autoritários, que agem por supervisão e amputação constante das informações. O quarto poder do século 21 instala entre a informação livre e o espectador obstáculos comunicacionais compostos por circulação de mais e mais informação, o chamado “bombardeio informativo”, recheado de novas roupagens que desviam a atenção e/ou superficializam o conteúdo, em uma espécie de “manobra” para que o receptor não perceba quais outras informações lhe são ocultadas e dissolvidas pela “censura” (NETTO, 2013, s/p).

Expresso de outro modo, para além de refletir sobre aquilo que é noticiado pela mídia, o autor destaca que é importante se ater ao que não foi noticiado, ao que permanece escondido. A UFJF-GV é constantemente vítima deste processo de ocultação de notícias na medida em que tem suas conquistas acadêmicas escondidas pela mídia local. Em 2018, por exemplo, o curso de Direito da UFJF-GV, apesar de ter apenas seis anos de existência, conquistou o terceiro lugar estadual e o 12º lugar nacional no *ranking* das instituições de ensino superior com melhor desempenho no Exame da Ordem dos Advogados Brasil, com 75% de aprovação. O resultado não mereceu qualquer espaço na mídia local. Em Juiz de Fora, para termos de comparação, o principal jornal impresso local divulgou o resultado não só do campus local, que ficou em segundo lugar estadual e quinto nacional, mas também do campus Governador Valadares.

Após a realização da segunda fase do XXV Exame da Ordem dos Advogados do Brasil (OAB), na última sexta-feira, foi divulgado esta semana pela própria OAB o ranking das instituições de ensino superior com melhor desempenho neste exame. Um dos destaques é a Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF) que com um índice de 79,71% de aprovação geral ficou em quinto lugar nacional e segundo lugar entre as faculdades mineiras de Direito. Já o campus de Governador Valadares da UFJF ficou em 12º lugar nacional e terceiro lugar estadual, com 75% de aprovação (UFJF..., 2018, s/p).

Para o principal jornal de Juiz de Fora, o fato de a universidade ter ficado entre as melhores do país na prova da Ordem dos Advogados do Brasil (OAB) foi motivo de destaque, mas para a mídia de Governador Valadares, o resultado não mereceu o mesmo crédito. Uma

eventual divulgação dos resultados poderia legitimar a UFJF-GV como detentora do melhor curso de Direito da região e fortalecer a ideia de que o ensino oferecido pela universidade pública é melhor, o que contraria o projeto que Santos (2004) chama de mercadorização da universidade pública.

O primeiro nível de mercadorização consiste em induzir a universidade pública a ultrapassar a crise financeira mediante a geração de receitas próprias, nomeadamente através de parcerias com o capital, sobretudo industrial. Neste nível, a universidade pública mantém a sua autonomia e a sua especificidade institucional, privatizando parte dos serviços que presta. O segundo nível consiste em eliminar tendencialmente a distinção entre universidade pública e universidade privada, transformando a universidade, no seu conjunto, numa empresa, uma entidade que não produz apenas para o mercado mas que se produz a si mesma como mercado, como mercado de gestão universitária, de planos de estudo, de certificação, de formação de docentes, de avaliação de docentes e estudantes (SANTOS, 2004, p. 12).

De acordo com o Docente 5, o viés comercial característico do neoliberalismo é fortemente presente na mídia de Governador Valadares, o que explicaria a ausência de espaços para a instituição nos veículos de imprensa.

Eu acho que os veículos de comunicação em massa são normalmente relacionados à iniciativa privada, então eles têm um viés privado, eles têm um preço a ser pago, para divulgação pelo menos comercial de algumas coisas. Obviamente os jornais, os programas de TV voltados a informação poderiam sim buscar dentro da universidade informações relevantes da nossa atuação aqui, mas talvez seja mais interessante pra eles publicar informações relacionadas a parceiros (DOCENTE 5, Entrevista realizada em 26/10/2018).

A afirmação do Docente 5 corrobora o ponto de vista de Netto (2013, s/p), para quem “a informação surge, se desenvolve e limita-se às fronteiras de interesses comerciais dessas organizações”. Para alguns dos entrevistados, o distanciamento entre mídia local e UFJF-GV que compromete a divulgação das atividades e resultados da universidade, pode ser superado através da extensão, uma vez que esta abraça a comunidade que está do lado de fora da universidade, despertando o interesse público, conforme destacado pelo TAE Comunicação 2.

Considerando que um dos critérios de noticiabilidade do jornalismo é o interesse público, dentro desse tripé universitário que é o ensino, pesquisa e extensão, eu considero que a extensão é aquela que mais atende a este interesse público por desenvolver ações mais práticas. Então acho que por isso, ela é principal fonte de divulgação, pois ela é a principal forma de aproximação da universidade com a sociedade. Então você tem essa aproximação, essa intimidade, eu considero que aí que tá esse ponto forte

da divulgação para fortalecer a universidade (TAE COMUNICAÇÃO 2, Entrevista concedida em 24/10/2018).

Nesse sentido, para a Docente 6, a extensão universitária perde o seu efeito se não for divulgada para o público, uma vez que projetos extensionistas afetam diretamente a comunidade.

Existem projetos de extensão que trabalham com idosos, com crianças desamparadas, com a população mais desalentada, levando a saúde. Já os projetos de economia têm um impacto indireto. A gente levanta informações que servem para toda a economia da cidade. Contudo, se tudo isso não chega a população, o trabalho fica prejudicado, então é muito importante que isso chegue ao ponto final, que é a população, o setor produtivo. Isso fortalece o vínculo universidade e cidade (DOCENTE 6, entrevista realizada em 29/10/2018).

Neste sentido, o uso da extensão como elemento de fortalecimento da imagem institucional reforça a promoção da troca de saberes da universidade com o seu meio. Para o Docente 3, a comunicação deve propor o diálogo, o entendimento da função social da extensão e da presença de uma universidade pública em Governador Valadares.

O processo de comunicação ele é mais do que a gente divulgar. A comunicação é importante porque ela também mobiliza, ela também constrói, ela também forma. Precisamos utilizar esta importância para materializar as ações. Ou seja, não é só propor a divulgação, é trabalhar também no projeto, como é que ele vai ser levado? Porque isso pode engajar também a comunidade na própria referência que a universidade pode ter para a cidade. Eu acho que pode ter uma ousadia, uma força maior nesse mecanismo, nesse tema de comunicação. Comunicação permite a mobilização, ajuda a formar, ela sensibiliza, retroalimenta (DOCENTE 3, entrevista concedida em 26/10/2018).

Em outras palavras, o processo de divulgação da UFJF-GV deve considerar o conhecimento acadêmico produzido na instituição, bem como os conhecimentos adquiridos através da troca de experiências com a comunidade externa, através da extensão universitária. Assim como a extensão, a divulgação através do setor de comunicação deve se preocupar em promover o entendimento daquilo que se busca divulgar.

A partir das entrevistas, verificou-se nesta subseção a ausência de espaço para a UFJF-GV na mídia de Governador Valadares. Para os entrevistados, este distanciamento entre a instituição e a imprensa é um dos fatores que corroboram com o desconhecimento da universidade pela comunidade local. Entre os depoimentos, os entrevistados demonstraram o entendimento do viés comercial da mídia tradicional e sugeriram que a extensão universitária,

por conta de sua ligação com a sociedade, seja um elemento que minimize esta ausência. Por fim, demonstrou-se a preocupação de que a extensão não seja usada apenas como meio de divulgação, mas como um meio de promover uma reflexão sobre a importância da UFJF em Governador Valadares, criando na comunidade local o sentimento de pertencimento à instituição.

No próximo capítulo será apresentado um Plano de Ação Educacional criado a partir dos referenciais teóricos e daquilo que foi apresentado durante as entrevistas e pesquisa realizada.

3 PLANO DE AÇÃO EDUCACIONAL

A contextualização do processo de implantação do campus da UFJF em Governador Valadares foi objeto de discussão no primeiro capítulo do presente trabalho. Para facilitar o entendimento do leitor a respeito das discussões que seriam expostas no decorrer da dissertação, foram apresentadas as dificuldades para a consolidação da UFJF-GV, o desconhecimento da universidade pela sociedade e a rotina administrativa dos setores de comunicação e de extensão. A partir de então foram identificadas evidências que sustentaram a necessidade de criação de uma política de divulgação da UFJF-GV a partir das ações extensionistas. Também foram preliminarmente discutidos os desafios colocados perante o CCE, que dificultam a implementação de uma política que vise a fomentar a imagem institucional através da extensão universitária, como a ausência de articulação entre o CCE e o setor de extensão; os obstáculos comunicacionais entre os campi sede e avançado; a ausência de infraestrutura; e os boatos e atores políticos que fomentam a insegurança entre a comunidade acadêmica.

Sequencialmente, o segundo capítulo deste trabalho abordou, a partir de pressupostos teóricos, a relação entre extensão e comunicação, entre instituição pública e comunicação pública, e as plataformas de divulgação e diálogo com os públicos interno e externo, desde as redes sociais até a conquista de espaços em veículos de imprensa tradicionais. O segundo capítulo expôs ainda a metodologia utilizada no trabalho e analisou, à luz de referenciais teóricos, os resultados das entrevistas realizadas com docentes e servidores técnico-administrativos a respeito da forma como é feita a comunicação na UFJF-GV.

A partir das discussões realizadas até aqui, por meio das evidências trazidas pelo autor, do referencial teórico e da percepção dos entrevistados, apresenta-se neste terceiro capítulo um PAE, que visa propor intervenções que contribuam para o desenvolvimento da política de comunicação da UFJF-GV, bem como para o fortalecimento da imagem da instituição perante a sociedade. São ações que buscam, sobretudo, responder à pergunta que norteia a presente dissertação de mestrado: De que maneira a comunicação institucional da UFJF-GV pode contribuir para o fomento da divulgação das atividades de extensão?

Cabe ressaltar que o presente PAE foi elaborado considerando-se os limites de infraestrutura da UFJF-GV e a escassez de recursos para grandes investimentos. O planejamento de ações considerou ainda o protagonismo do setor de Comunicação, Cultura e Eventos no processo de estruturação da política de divulgação da universidade tanto para o público interno quanto para o público externo. Conforme verificaremos, as propostas não

abrangem apenas a extensão universitária, apesar de contemplá-las. Em razão das inúmeras sugestões dos entrevistados, procurou-se neste trabalho criar um PAE mais abrangente, que pudesse contemplar os demais setores administrativos e acadêmicos da universidade. As propostas são apresentadas no Quadro 14 a seguir:

Quadro 14 – Relação dos dados de pesquisa com as ações a serem propostas

Nº	Eixo de pesquisa	Dados de pesquisa	Ação propositiva
1	Comunicação Interna	Fluxo de informações desconhecido pela comunidade acadêmica.	Unificar plataformas de comunicação interna através de criação de aplicativo .
2		Problemas de comunicação provocados por conversas informais em corredores e <i>WhatsApp</i> .	Divulgação do clipping da UFJF-GV para a comunidade acadêmica.
3		Insegurança institucional que fomenta criação de boatos.	Criação da campanha “Checar para não enganar”.
4	Possibilidades da Comunicação Pública e Relação Mídia Local e Extensão Universitária	Distanciamento de outras instituições da cidade.	Criação de Fórum de comunicação em parceria com setores de comunicação de demais instituições públicas da cidade e profissionais de comunicação da mídia local.
5		Canais <i>on-line</i> insuficientes.	Ampliação dos canais <i>on-line</i> com a criação do 1) <i>Twitter</i> ; 2) <i>WhatsApp</i> e 3) <i>Podcast</i> da UFJF-GV.
6		Ausência de divulgação sobre a extensão.	Criação de evento de apresentação das propostas de extensão contempladas por edital.

Fonte: Quadro elaborado pelo autor (2019).

As ações propostas estão baseadas no modelo 5W2H, ferramenta que permite, a partir de sete perguntas elementares, a esquematização das intervenções a serem desenvolvidas. Trata-se de um método simples que agiliza todos os processos de uma instituição. Sua aplicação exige o conhecimento do problema a ser solucionado ou minimizado e o cuidado no planejamento de cada proposta.

O Quadro 15 a seguir apresenta as perguntas do 5W2H que permite objetivamente, a partir das respostas, a descrição das principais informações do planejamento estratégico de cada uma das ações.

Quadro 15 - Perguntas da ferramenta 5W2H

5w	What	O quê?	Que ação será executada?
	Who	Quem?	Quem irá executar/participar da ação?
	Where	Onde?	Onde será executada a ação?
	When	Quando?	Quando a ação será executada
	Why	Por quê?	Por que a ação será executada?
2h	How	Como	Como será executada a ação?
	How Much	Quanto Custa?	Quanto custa para executar a ação?

Fonte: Meira (2003 apud SILVA et al., 2013). Quadro adaptado pelo autor.

A escolha da ferramenta 5W2H se deu a fim de otimizar o planejamento e a execução das ações pretendidas. Para Polacinski et al (2012), o método consiste em um plano de ação para atividades que precisam ser desenvolvidas com a maior clareza possível. De acordo com Silva et al (2013), as respostas às perguntas estão interligadas, de modo a facilitar a observação de um planejamento detalhado e facilmente compreendido. Ou seja, ao propositor do plano, o método 5W2H fornece informações consideráveis que servirão de alicerce para uma perspectiva mais ampliada.

Uma vez apresentada a ferramenta 5W2H, passemos à apresentação detalhada das ações deste PAE.

3.1 AÇÃO 1: UNIFICAR PLATAFORMAS DE COMUNICAÇÃO INTERNA EM UM APLICATIVO

As entrevistas realizadas durante o desenvolvimento desta dissertação revelaram o desconhecimento da comunidade acadêmica de como ocorre o fluxo de informações na UFJF-GV. Os entrevistados demonstraram dificuldades sobre qual canal de comunicação utilizar para entrar em contato com diferentes setores. A partir da observação deste pesquisador, percebeu-se que os inúmeros canais de comunicação interna, seja através de *e-mails*, formulários ou o SAU, utilizados aleatoriamente por setores da universidade, causaram uma perturbação entre os servidores. Ao invés de facilitar o fluxo de informações, a variedade de canais criou obstáculos.

A partir das percepções citadas, é proposto neste trabalho a criação de uma única plataforma de comunicação interna a ser utilizada por todos os setores administrativos e acadêmicos da UFJF-GV. O Quadro 16 representa as etapas do processo de construção de um aplicativo para este fim.

Quadro 16 – Síntese da ação 1 sob a ótica do modelo 5W2H

O quê?	Ação 1: Unificar plataformas de comunicação interna em um aplicativo
Quem?	CGCO, NTI, Setor de Comunicação, Cultura e Eventos e Instituto de Artes e Design da UFJF (IAD)
Onde?	Smartphone dos usuários
Quando?	A partir de julho de 2020
Por quê?	Para consolidar um fluxo de informações internas entre todos os setores da UFJF-GV que seja de fácil entendimento e assimilação dos usuários
Como?	Através da estruturação de um aplicativo próprio da UFJF-GV com informações facilmente acessíveis, bem como espaços para solicitações, sugestões e questionamentos. A plataforma terá notícias, agenda de eventos, informações sobre transporte e cardápio do restaurante universitário e contato para conversar com alguma área específica da universidade. Os servidores deverão ser treinados pelos desenvolvedores do aplicativo, para que aprendam a utilizar a ferramenta e responder às demandas em um prazo de 48 horas, de segunda a sexta-feira.
Quanto Custa?	O aplicativo será criado e mantido por servidores já lotados na UFJF-GV, porém serão necessários pagamentos de taxas anuais de cerca de R\$ 500 para que o aplicativo seja disponibilizado na <i>Play Store</i> (Android) e <i>App. Store</i> (IOS).

Fonte: Quadro elaborado pelo autor (2019).

Este aplicativo será utilizado pelo usuário que deseja ter acesso a informações sobre a rotina da instituição a partir de seu próprio smartphone. O aplicativo será, ao mesmo tempo, uma plataforma informativa de diálogo com espaço para solicitações, sugestões ou questionamentos a cada um dos setores. Para que seja funcional, será disponibilizado aos usuários dos sistemas Android e IOS.

Proposto para entrar em funcionamento a partir de julho de 2020, o aplicativo da UFJF-GV contará com as principais notícias da universidade; com uma agenda atualizada de eventos; informações sobre os ônibus municipais e da instituição que passam pelos locais em que a UFJF-GV está instalada; com cardápios atualizados dos restaurantes universitários; e um espaço para que o estudante ou servidor possa entrar em contato com o setor com que deseja conversar. Dali, o usuário poderá enviar uma mensagem pelo próprio aplicativo, ligar para o setor ou enviar um e-mail.

Para que a ideia do aplicativo saia do papel e se concretize, é necessário que o setor de Comunicação, Cultura e Eventos faça uma parceria com o CGCO e com o Núcleo de Tecnologia da Informação (NTI). O CGCO é o setor da universidade responsável por delinear estratégias e criar recursos de Tecnologia da Informação em prol da comunidade acadêmica; o NTI, por sua vez, é o setor responsável pelo suporte técnico, implementação e manutenção da infraestrutura de Tecnologia da informação no campus de Governador Valadares. Desta maneira, a concepção e manutenção do aplicativo precisará do conhecimento técnico do CGCO e do NTI; bem como da criatividade do Instituto de Artes e Design da UFJF para o

desenvolvimento de um desenho gráfico que facilite a visualização e navegação pelos usuários; e da participação do setor de Comunicação para a produção de conteúdos sempre atualizados.

Os demais setores, por sua vez, deverão destacar um servidor já disponível para realizar as atualizações de seus respectivos espaços no aplicativo, bem como para responder eventuais questionamentos. A criação do aplicativo não exigiria a contratação de novos servidores, uma vez que seriam utilizados os mesmos que antes respondiam pelos *e-mails*, formulários ou SAU. Contudo, cabe ressaltar que, por se tratar de uma ferramenta inovadora, os servidores precisarão passar por um treinamento para utilizá-la sem contratemplos, e responder às demandas em um prazo de 48 horas, de segunda a sexta-feira. O treinamento será ministrado pelos desenvolvedores do aplicativo logo que este estiver apto para ser disponibilizado nos *smartphones*.

O esperado é que o aplicativo possibilite maior integração do público interno na medida em que combinará informações e canais de diálogo entre servidores de diferentes setores e estudantes. Há ainda a possibilidade de segmentar o conteúdo a partir do perfil do usuário, que poderá optar por receber notificações a respeito de temas/setores previamente escolhidos. As opções serão inúmeras: Central de Atendimento, Graduação, Pós-Graduação, Extensão, Apoio Estudantil, Biblioteca, Comunicação, Cultura e Eventos, Gestão de Pessoas, Transporte, Gerência Administrativa e Financeira, contratos e setor de infraestrutura.

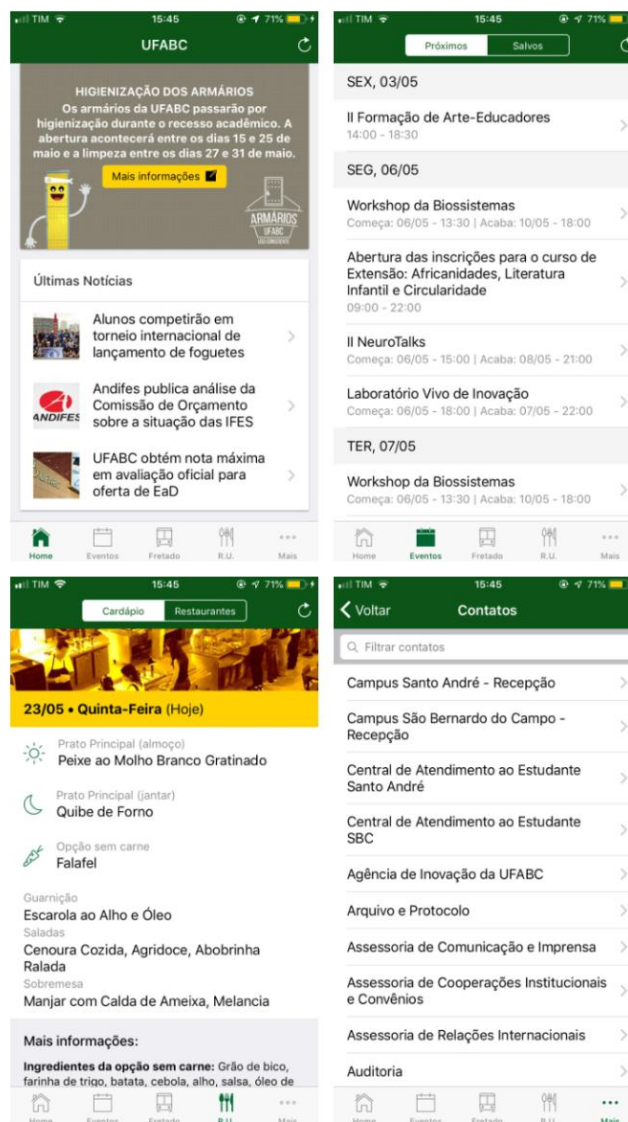
A partir destes setores, os usuários poderão obter informações ou tirar dúvidas sobre solicitação de carteirinha, bolsas e estágios, Consultas e reservas de salas para reuniões, marcação de férias, entre outros.

Para tanto, será necessário um período de um ano para que o CGCO, o NTI Núcleo de Tecnologia da Informação e o setor de Comunicação, Cultura e Eventos possam criar um aplicativo de fácil utilização, acessível e com conteúdo que abranja aos setores administrativos e acadêmicos supracitados.

Cabe ressaltar que, embora o aplicativo tenha inicialmente como prioridade facilitar a troca de mensagens, informações e sugestões entre a comunidade acadêmica, a própria plataforma pode ser atualizada e modernizada criando inúmeras possibilidades. Pode-se futuramente, por exemplo, criar no aplicativo um espaço específico para que movimentos sociais sugiram possíveis ações de extensão a serem trabalhadas pelo campus. Ou seja, com a evolução do uso do aplicativo novas opções de serviços poderão ser agregadas de acordo com as necessidades dos usuários.

Algumas universidades do país já utilizam o aplicativo como forma de otimizar a comunicação na universidade. Neste trabalho tomamos como exemplo o aplicativo desenvolvido pela Universidade Federal do ABC, conforme Figura a seguir:

Figura 6 – Exemplo de telas internas do aplicativo UFABC

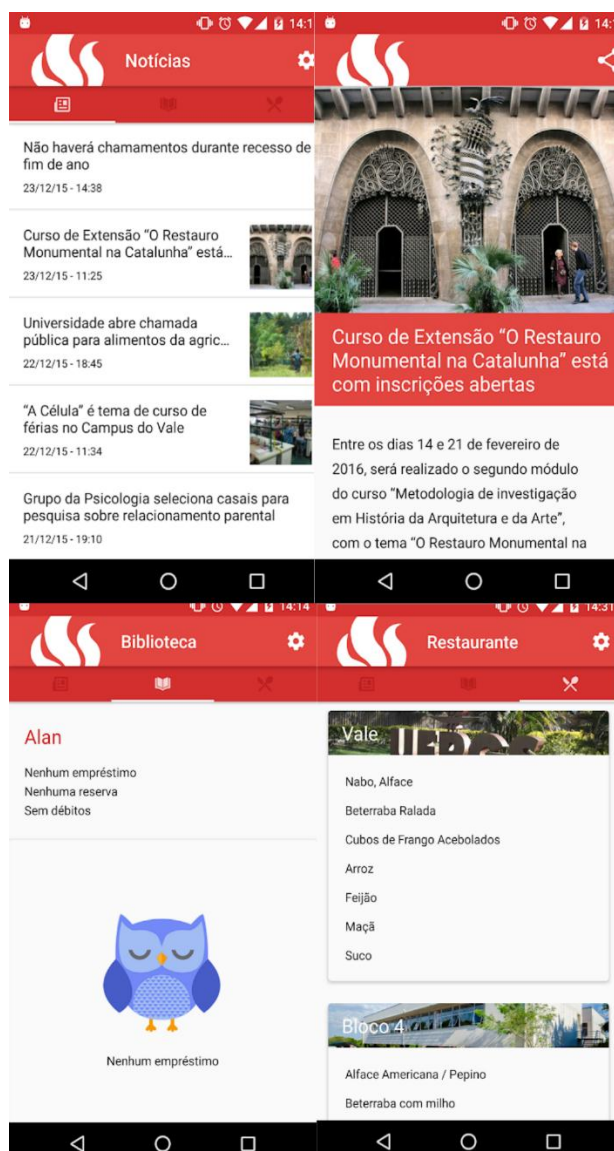


Fonte: print screens registradas e adaptadas pelo autor (2019).

Lançado em julho de 2018, o aplicativo da Universidade Federal do ABC (UFABC) permite que os usuários tenham acesso às últimas notícias do campus, eventos, cardápios e entrem em contato com as diversas áreas da universidade. Da figura acima podemos compreender que o aplicativo possibilita a convergência de informações em um só espaço, facilitando o mapeamento de conteúdos fundamentais para a comunidade acadêmica.

Outro exemplo que podemos considerar para a criação do aplicativo da UFJF-GV, é o UFRGS Mobile. Desenvolvido em 2015, o aplicativo da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) apresenta as notícias veiculadas no site da Universidade, o cardápio dos restaurantes universitários e informações sobre empréstimos nas bibliotecas, conforme a Figura 7 a seguir.

Figura 7 – Exemplo de telas internas do aplicativo da UFRGS



Fonte: *Print screens* registradas e adaptadas pelo autor (2019).

Porém, ao contrário do que ocorre com o aplicativo da UFABC, na plataforma da UFRGS não há a possibilidade de os usuários contatarem os diferentes setores da universidade ou informações sobre como devem proceder para fazer este contato.

Ambos permitem que os usuários habilitem a opção de receber notificações do aplicativo. Desta maneira, sempre que uma informação for postada na plataforma, os usuários que tiverem feito a habilitação serão notificados pelo celular. Da mesma maneira, no caso do aplicativo a ser criado pela UFJF-GV, o usuário que entrar em contato com algum setor poderá ser notificado via celular com um aviso de que a sua mensagem já foi respondida.

Espera-se com a criação do aplicativo da UFJF-GV oferecer uma ferramenta atual, acessível e que integre uma série de informações e possibilidades em um só espaço, de modo a consolidar um fluxo de informações e otimizar a comunicação interna.

3.2 AÇÃO 2: DIVULGAÇÃO DO CLIPPING DA UFJF-GV PARA A COMUNIDADE ACADÊMICA

Para além do uso do aplicativo para *smartphones*, este trabalho propõe a divulgação do *clipping* da UFJF-GV para a comunidade acadêmica através do *site* da instituição. O termo *clipping* tem origem inglesa e significa recorte. No meio jornalístico o termo estrangeiro é utilizado para designar o monitoramento que é feito pelos profissionais de comunicação em veículos de imprensa, seja televisão, jornal, rádio ou internet.

A presente proposta é apresentada em razão da afirmação dos entrevistados de que a UFJF-GV não aparece nos veículos de comunicação tradicionais. A divulgação deste clipping ajudará àqueles que não assistem à televisão, por exemplo, a acompanharem no site da instituição determinada matéria que tenha saído na edição anterior do jornal televisivo local ou à entrevista de um professor a algum programa de entretenimento.

Quadro 17 – Síntese da ação 2 sob a ótica do modelo 5W2H

O quê?	Ação 2: Divulgação do clipping da UFJF-GV para a comunidade acadêmica
Quem?	Setor de Comunicação, Cultura e Eventos
Onde?	Site da UFJF-GV
Quando?	A partir de outubro de 2019
Por quê?	Para fomentar entre o público interno as eventuais matérias sobre a UFJF-GV que são divulgadas em veículos de imprensa.
Como?	Através do monitoramento das notícias sobre a UFJF-GV que são divulgadas nos meios de comunicação e posterior divulgação no site da própria instituição.
Quanto Custa?	O clipping já é realizado pelo Setor de Comunicação, Cultura e Eventos, porém o resultado do monitoramento fica restrito à equipe, não sendo divulgado para a comunidade acadêmica.

Fonte: Quadro elaborado pelo autor (2019).

Os veículos de comunicação interessados em realizar matérias que contem com a presença de algum representante da UFJF-GV ou que citem a instituição possuem como

hábito entrar em contato com o setor de comunicação para que este faça a interlocução inicial entre o veículo e o entrevistado ou para solicitar alguma nota oficial sobre determinado tema que diz respeito à instituição. Este contato prévio facilita o monitoramento do conteúdo a ser divulgado. Ou seja, o setor de comunicação já sabe antecipadamente quando e onde será divulgada determinada notícia sobre a UFJF-GV. Em posse dessas informações, basta fazer o monitoramento e arquivar o material, como é feito atualmente.

Para além do monitoramento e arquivamento, a ação propõe a divulgação deste material no *site* da instituição. Acredita-se que dar visibilidade a este material possibilitará à comunidade acadêmica obter maior conhecimento sobre o que é divulgado a respeito da UFJF-GV nas mídias externas e, possivelmente, diante da repercussão, despertará entre os estudantes e servidores a percepção da importância de divulgar as ações que produzem.

Esta ação toma como exemplo o *site* da Universidade Federal de Minas Gerais, conforme a Figura 8 a seguir.

Figura 8 – Exemplo de clipping da UFMG

The image shows a screenshot of the 'Clipping' page on the UFMG website. The page has a dark blue header with the UFMG logo and navigation options. Below the header, the word 'Clipping' is prominently displayed. A search bar with the placeholder text 'Buscar clipping' is located below the title. To the right of the search bar is a magnifying glass icon and a calendar icon. Below the search bar, there are three article snippets, each with a date and a title:

- 10 jun**
Bactérias contra doenças
Revista Fapesp
- Jaleco médico é questão importante de saúde pública, aponta Dra. Ana Paula Moro especialista**
Revista Veja
- Quer reduzir carboidratos sem perder pão e arroz? Aposte nessas sete trocas**
Portal Viver Bem UOL

Fonte: **Print screens** registradas e adaptadas pelo autor (2019).

Porém, ao contrário do *site* da UFMG, que disponibiliza o clipping em páginas internas do *site* (dentro da página da assessoria de imprensa), a ideia da presente ação é que o *clipping* da UFJF-GV esteja disponível na página inicial do *site*, dada a necessidade de que a comunidade acadêmica testemunhe e compartilhe a presença da UFJF-GV na mídia. Assim como no exemplo da UFMG, a presente ação propõe a divisão das matérias veiculadas por data e um espaço para busca.

O próprio *site* do campus sede da UFJF divulga o *clipping* sobre a instituição. Contudo, a divulgação é feita junto com as demais notícias do campus, com a *tag* UFJF na Mídia. Logo, o *clipping* acaba se perdendo entre tantas informações e o interessado precisa buscá-lo em uma página interna. Além disso, Consulta feita em junho de 2019 demonstra que o último *clipping* da UFJF foi divulgado apenas em abril, o que denota que a divulgação das informações que são trazidas pela mídia sobre a instituição não têm sido atualizadas para o público interno.

Figura 9 – Exemplo de clipping do campus sede da UFJF



Fonte: *Print screens* registradas e adaptadas pelo autor (2019).

Cabe ressaltar, no entanto, que a divulgação do clipping da UFJF-GV para a comunidade acadêmica carrega consigo alguns riscos. Nem sempre as matérias divulgadas pela mídia possuem um viés positivo para a instituição. Ainda que o setor de comunicação atue para gerenciar a imagem da instituição, é possível que sejam veiculadas na mídia tradicional matérias que carreguem fortes críticas à UFJF-GV. Diante desta possibilidade, o presente trabalho propõe a manutenção da ação e da divulgação do eventual material como forma de democratização da informação. Não obstante, o setor de comunicação deve atuar para que as eventuais críticas feitas em determinada matéria externa sejam respondidas e esclarecidas também no *site*, através de um *link* chamado “UFJF-GV ESCLARECE” logo abaixo da notícia em questão. Acredita-se que desta maneira, a instituição trará transparência aos seus atos e dará o exemplo de que a informação, ainda que desinteressante para a sua imagem, seja democratizada.

3.3 AÇÃO 3: CAMPANHA “CHECAR PARA NÃO ENGANAR”

Conforme visto no capítulo 1, a ausência de infraestrutura adequada e a insegurança sobre o futuro da UFJF-GV, aliadas ao distanciamento físico do campus sede, tornam fértil a criação e circulação de boatos que comprometem o ambiente na instituição. Estes boatos são maximizados através das conversas informais nos corredores e redes sociais.

Acabar ou ao menos reduzir estes rumores é importante para a manutenção de uma comunicação interna sem prejuízos. Neste sentido, a presente pesquisa propõe a criação da campanha “Checar para não enganar”, que consiste na construção e divulgação de uma série de *banners* a serem enviados por *e-mail* para servidores e estudantes, além de postados nas redes sociais da instituição, e impressos e fixados nos quadros de aviso.

O Quadro 18 a seguir representa as etapas do processo de construção da campanha na UFJF-GV.

Quadro 18 – Síntese da ação 3 sob a ótica do modelo 5W2H

O quê?	Ação 3: Criação da campanha “Checar para não enganar”
Quem?	Setor de Comunicação, Cultura e Eventos
Onde?	Redes Sociais, e-mails da comunidade acadêmica e quadros de aviso da universidade
Quando?	A partir de agosto de 2019.
Por quê?	Para minimizar ou reduzir os efeitos de boatos que comprometem o ambiente acadêmico.
Como?	Através da criação de banners informativos e de fácil entendimento pelo público-alvo.
Quanto Custa?	Os banners serão criados por servidores já lotados na UFJF-GV através de programas de edição e criação de imagens gratuitos ou já adquiridos pela instituição e divulgados em redes sociais gratuitas. Haverá, contudo, pequenos gastos para a impressão do material a ser colado nos murais da universidade.

Fonte: Quadro elaborado pelo autor (2019).

Para que a campanha tenha sucesso, primeiramente é necessário que o setor de Comunicação seja informado dos boatos que estejam circulando pelo ambiente acadêmico ou dentre a comunidade em que a universidade está inserida. Desta forma, os seguidores das redes sociais da UFJF-GV serão convidados a denunciar ao setor de comunicação informações que considerarem falsas ou imprecisas e que possam comprometer a imagem da UFJF-GV. Além das denúncias via rede social, o setor de comunicação criará e divulgará um *e-mail* exclusivo para este fim.

A partir do recebimento destas denúncias, caberá aos jornalistas do setor e ao produtor cultural do setor que atua como *design* criar os *banners* para alertar a todos sobre a veracidade

ou não daquela informação que está circulando pelos corredores e redes informais de comunicação.

Os *banners* das campanhas serão divulgados nas redes sociais, enviados aos *e-mails* dos servidores e estudantes. Além da divulgação dos banners por canais digitais, é proposto que o material seja impresso em forma de cartaz e colado nos quadros de aviso da UFJF-GV, localizados nos imóveis em que universidade utiliza e nos ônibus institucionais que fazem os trajetos entre um imóvel e outro. De acordo com Rodrigues (2010), os quadros de avisos são plataformas eficientes para comunicações rápidas e curtas. Para tanto, devem ser distribuídos por locais de grande movimentação de servidores e estudantes para constante observação.

Um exemplo que influenciou a criação desta campanha é o trabalho realizado pela Universidade Federal do Paraná (UFPR). Preocupada com os boatos que foram criados a partir dos cortes orçamentários feitos pelo Governo Federal, a UFPR criou a campanha “Fato ou Boato?”. As figuras 10 e 11 a seguir, são exemplos de *banners* criados pela UFPR.

Figura 10 – Campanha realizada pela UFPR



Fonte: UFPR (2019).

Figura 11 – Campanha realizada pela UFPR



Fonte: UFPR (2019).

Percebe-se que as peças da campanha são propositalmente chamativas e respondem claramente às informações que circundam pela instituição.

Espera-se que com a construção desta campanha em Governador Valadares, uma resposta rápida e eficaz contra boatos que possam comprometer a rotina acadêmica e administrativa da UFJF-GV.

3.4 AÇÃO 4: FÓRUM DE COMUNICAÇÃO EM PARCERIA COM INSTITUIÇÕES PÚBLICAS DE GOVERNADOR VALADARES E MEDIA TRAINING COM MÍDIA LOCAL

Esta ação surgiu a partir da percepção de entrevistados durante a pesquisa de campo realizada no decorrer do presente trabalho. Alguns dos docentes e TAE entrevistados observaram que a UFJF-GV promove atividades em parceria com outras instituições públicas de Governador Valadares, contudo, destacaram que a divulgação destas atividades não são feitas pelos respectivos setores de comunicação, uma vez que estes não dialogam. As

propostas feitas nesta seção contemplam ainda a observação feita pelos entrevistados de que é necessário uma aproximação da UFJF-GV com a mídia local.

Partindo destas ponderações, sugere-se neste trabalho que seja realizado um fórum de comunicação, organizado pela UFJF-GV em conjunto com outras instituições existentes no município que já tenham participado ou apoiado eventos da universidade. A ideia é criar um espaço de aproximação entre os setores de comunicação destas instituições, de modo a propiciar futuras parcerias no que diz respeito à divulgação de eventos não só da universidade, mas de todas as instituições participantes do Fórum. Sugere-se também que o Fórum contemple em sua programação um curso de “*Media Training*” a ser ministrado por jornalistas da mídia de Governador Valadares para os servidores das instituições participantes do fórum.

No Quadro 19 a seguir, apresentamos informações para facilitar a compreensão da ação proposta.

Quadro 19 – Síntese da ação 4 sob a ótica do modelo 5W2H

O quê?	Ação 4: Fórum de Comunicação da UFJF-GV em parceria com instituições públicas de Governador Valadares e curso de “ <i>Media Training</i> ” com jornalistas locais.
Quem?	Setor de Comunicação, Cultura e Eventos.
Onde?	Auditório da Unipac.
Quando?	19 de novembro de 2019.
Por quê?	Aproximar os setores de comunicação de instituições públicas de Governador Valadares e de mídias locais; e treinar servidores para entrevistas às emissoras de rádio e TV.
Como?	Através de uma programação com rodas de conversa e palestras que discutam a comunicação nos dias de hoje e o fortalecimento da imagem das instituições públicas; e de um curso de “ <i>Media Training</i> ” para servidores.
Quanto Custa?	Os custos estão relacionados ao transporte e estadia de palestrantes de outras cidades e devem ser arcados pela direção-geral da UFJF-GV, uma vez que o setor de comunicação responde a esta diretoria. A previsão é de que sejam gastos em média R\$ 1500,00 com hospedagem e transporte por palestrante que não seja de Governador Valadares. Além disso haverá o custo de R\$ 200,00 para o coffee-break no período da tarde. O auditório é contemplado pelo contrato de locação já existente entre a UFJF-GV e a Unipac.

Fonte: Quadro elaborado pelo autor (2019).

A organização do Fórum será feita pelo Setor de Comunicação, Cultura e Eventos da UFJF-GV com o apoio dos departamentos acadêmicos da instituição, uma vez que as parcerias existentes com outras instituições públicas, em sua maioria, surgiram a partir de atividades promovidas pelos cursos de graduação.

Conforme destacado no Quadro 19, é proposto que o Fórum ocorra no Auditório da Unipac, um espaço que comporta 150 pessoas. A escolha deste local busca propiciar a ampla presença da comunidade acadêmica da UFJF-GV e de servidores ou convidados das demais instituições.

As atividades serão realizadas nos períodos da manhã e tarde, uma vez que o contrato de locação com a Unipac permite o uso do espaço apenas até as 17 horas. Serão convidados a participar profissionais de comunicação das seguintes instituições: Prefeitura Municipal de Governador Valadares, Superintendência Regional de Ensino de Governador Valadares, Superintendência Regional de Saúde de Governador Valadares, Instituto Federal de Minas Gerais (IFMG), OAB, Ministério Público e Tribunal de Justiça. Também serão feitos convites a Movimentos Sociais, Conselhos e Sindicatos da região que possuam profissionais de comunicação; bem como aos profissionais dos meios de comunicação da região. O Quadro 20 apresenta a programação do fórum:

Quadro 20 – Programação do Fórum de Comunicação da UFJF-GV em parceria com instituições de Governador Valadares

Horário	Atividade
8h45	Abertura
9h	Palestra “Desafios da Comunicação Pública”
10h	Palestra “Uso das Redes Sociais por órgãos públicos do Brasil”
11h	Palestra “Planejamento da Assessoria de Imprensa nos Órgãos Públicos”
12h	Almoço
13h	Mesa-redonda para discussão de propostas e estabelecimento de diretrizes
14h30	Coffee-break
15h	Curso de Media Training para servidores das instituições participantes
17h	Encerramento

Fonte: Quadro elaborado pelo autor (2019).

A programação apresentada no Quadro 20 foi pensada com o objetivo de contemplar e discutir políticas, ações e ferramentas de comunicação no setor público. A escolha dos palestrantes convidados, bem como dos membros da mesa-redonda, levará em consideração este amplo leque de plataformas de comunicação que podem ser trabalhadas em parceria.

Após a abertura, a ser realizada por um representante da Diretoria de Imagem Institucional da UFJF, o evento contemplará três palestras que abordarão a Comunicação Pública, o uso das redes sociais e a assessoria de imprensa nos órgãos públicos.

A primeira palestra terá como objetivo promover uma reflexão acerca da valorização da comunicação pública e sua importância para o desenvolvimento das instituições públicas; bem como dos setores de comunicação nestas instituições.

A segunda palestra, por sua vez, contribuirá para a discussão sobre a utilização das diferentes redes sociais pelas instituições públicas, sobre como as pessoas se comportam nas redes sociais, a forma de divulgação para esse público, sobre o conteúdo, o volume e a frequência de postagens.

Para encerrar as atividades do período da manhã, será proposta uma palestra sobre a assessoria de imprensa nos órgãos públicos. De acordo com a Federação Nacional dos Jornalistas a assessoria de imprensa é o “serviço prestado às instituições públicas e privado, que se concentra no envio frequente de informações jornalísticas, dessas organizações, para os veículos de comunicação em geral” (FENAJ, 2007, p. 07). Neste sentido, será debatida a relevância da assessoria de imprensa nos órgão públicos diante do atual contexto político e econômico do país. O debate contemplará ainda discussões acerca de métodos de aproximação entre estas instituições e a mídia.

Após a pausa para o almoço, será formada uma mesa-redonda para discussão de propostas e estabelecimento de diretrizes. A ideia da atividade é propiciar um espaço de troca de ideias entre integrantes das instituições de Governador Valadares que, por sua vez, gerem um documento com diretrizes comunicacionais a serem seguidas em conjunto pelas instituições participantes. O documento contemplará não só propostas dos servidores das instituições, mas também de demais representantes da sociedade civil que estejam presentes.

Espera-se com este evento construir um documento que norteie a política de cooperação entre os setores de comunicação destas instituições, fomentando campanhas de divulgação conjuntas.

Na última atividade do evento, após uma pausa para o *coffee-break*, será ministrado um curso de *media training* para servidores das instituições participantes. O *media training* consiste no treinamento de um ou mais porta-vozes de empresas para diversas circunstâncias. De acordo com Bazanini, Ribeiro e Bazanini (2013, p. 4), o

media training prepara o agente para persuadir o seu público, seja através de anúncios na TV, seja em campanhas políticas, seja em um sermão na igreja ou em uma aula na universidade, seja nas redes sociais, por isso, o media training proporciona o treinamento de um porta-voz para falar com jornalistas e outros públicos de interesse, utilizando os mais diferentes meios.

No curso de *media training* a ser oferecido durante o Fórum, serão abordadas, especificamente, técnicas de entrevistas para emissoras de rádio e televisão, com o intuito de capacitar, por exemplo, professores interessados em divulgar suas pesquisas através da mídia.

Como se posicionar, como utilizar a oratória para se comunicar com um público que não está acostumado com a linguagem acadêmica, como citar com naturalidade o nome da universidade durante as entrevistas, sem parecer que está fazendo propaganda, são algumas das abordagens que serão feitas durante os cursos. A ideia é que a atividade seja ministrada por jornalistas da mídia local, a fim de já propiciar uma aproximação entre as duas partes: entrevistador e entrevistado. Para incentivar a participação da comunidade acadêmica, será proposto a emissão de certificados àqueles que participarem de todas as atividades apresentadas.

Espera-se, a partir deste evento, propiciar a integração entre as instituições públicas de Governador Valadares e a troca de ideias para que o serviço público seja valorizado pela opinião pública a partir da divulgação pela mídia local daquilo que é produzido nestas repartições.

3.5 AÇÃO 5: AMPLIAÇÃO DOS CANAIS ON-LINE DA UFJF-GV

Esta ação recomenda a ampliação das ferramentas digitais de comunicação, com o ingresso da UFJF-GV nas plataformas *Twitter* e *WhatsApp*; e a criação do *podcast* da UFJF-GV, conforme Quadro 21 a seguir.

Quadro 21 – Síntese da ação 5 sob a ótica do modelo 5W2H

O quê?	Ação 5: Ampliação dos canais on-line da UFJF-GV através do ingresso no <i>Twitter</i> e <i>WhatsApp</i> ; e criação do <i>pod cast</i> da UFJF-GV.
Quem?	Setor de Comunicação, Cultura e Eventos.
Onde?	<i>Smartphone</i> , computador e rádio dos usuários.
Quando?	Setembro de 2019.
Por quê?	Tornar a UFJF-GV mais presente nos meios digitais através de postagens sobre os trabalhos e eventos produzidos; bem como para combater eventuais boatos que envolvam o nome da instituição. Também para valorizar e disseminar as ações da UFJF-GV para todos os públicos.
Como?	Através de postagens diárias nas respectivas redes sociais. E, pelo <i>podcast</i> , através de programas quinzenais postados no site da instituição. Estes programas podem ser baixados e ouvidos quando e onde o usuário desejar.
Quanto Custa?	<i>Twitter</i> e <i>WhatsApp</i> não exigem investimentos financeiros. As plataformas são gratuitas. Porém, para a gravação do <i>podcast</i> , serão necessários R\$ 1.600,00 para compra de gravador digital de áudio que minimiza barulhos externos, a ser custeado pela direção-geral da UFJF-GV, uma vez que é a responsável administrativamente pelo setor de comunicação. Sobre a edição de áudio, há programas gratuitos na internet.

Fonte: Quadro elaborado pelo autor (2019).

O primeiro ambiente digital em que a universidade deve ser inserida a partir desta pesquisa é o *Twitter*. Considerada uma das redes sociais mais utilizadas no país, o *Twitter* valoriza a troca rápida de informações a partir de mensagens curtas, na medida em que permite postagens com no máximo 280 caracteres.

Conhecido por sua praticidade, o *Twitter* permite a postagem de acontecimentos a partir de smartphones e computadores, sugerindo uma dinâmica mais objetiva tanto para disseminação de informações quanto para relacionamento com os demais usuários que seguirem a conta.

Por meio do *Twitter* poderão ser divulgados eventos e trabalhos realizados pela universidade, bem como *links* para informações diversas divulgadas pelo site do campus GV. O campus de Juiz de Fora já utiliza esta plataforma, conforme a figura 12 abaixo.

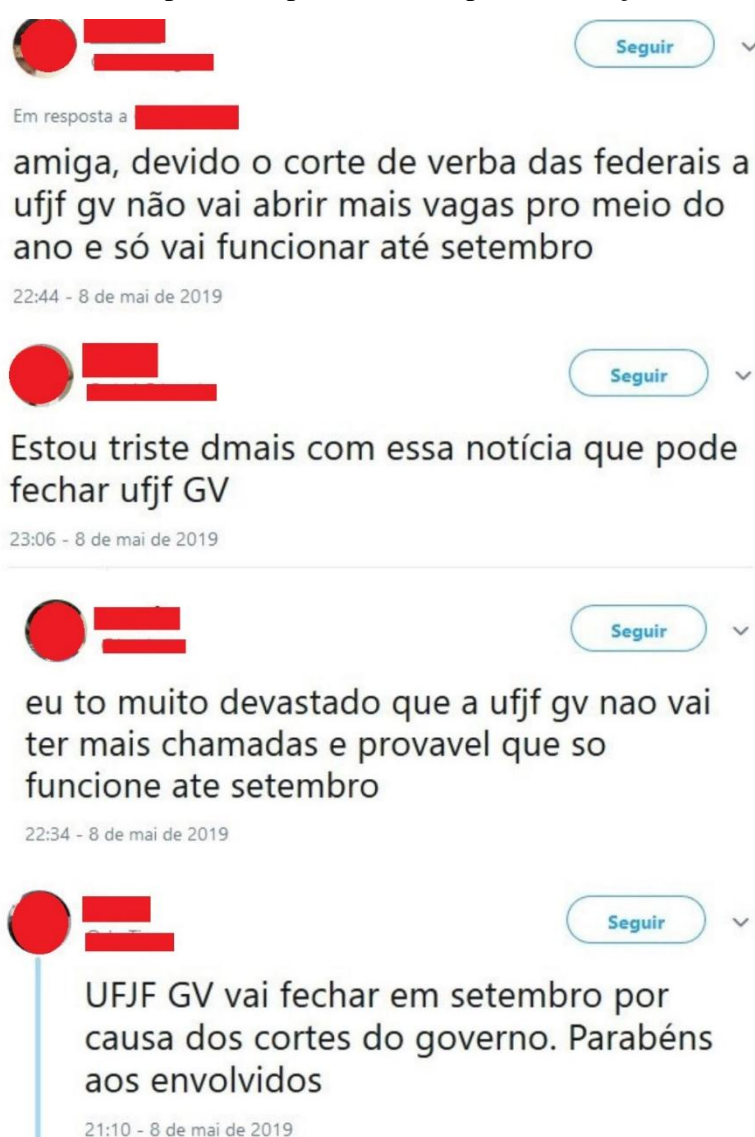
Figura 12 – *Post* do campus sede da UFJF no *Twitter*



Fonte: *Print screen* registrado pelo autor (2018).

A criação do *Twitter* da UFJF-GV buscará, ainda, minimizar eventuais boatos que se disseminam rapidamente nesta rede social. O recente corte de 36% no orçamento da UFJF (UFJF, 2019d) desencadeou uma série de boatos referentes ao suposto fechamento do campus GV a partir de setembro de 2019. Como não possui um perfil na plataforma, a instituição não conseguiu se comunicar diretamente com os usuários para desmentir estas informações. A Figura 13 mostra exemplos dos boatos que circularam pela plataforma no mês de maio de 2019.

Figura 13 – Boatos espalhados pelo Twitter após corte orçamentário da UFJF



Fonte: *Print screens* registrados pelo autor (2019).

A Figura 13 indica a necessidade de que a UFJF-GV esteja presente nesta plataforma. Para além do *Twitter*, o presente trabalho propõe a criação do *WhatsApp* da UFJF-GV. Esta ação visa complementar a sugestão de Vasconcelos (2018). Em sua pesquisa, o autor sugeriu

a criação de um *WhatsApp* institucional específico para a comunidade interna: “O aplicativo torna a integração do público interno com a universidade muito mais próxima ao combinar diversas informações úteis, novidades e conteúdo relevante do Campus GV em um formato completamente adaptado ao tipo de acesso do usuário” (VASONCELOS, 2018, p. 208).

No presente trabalho é sugerido que este canal de comunicação esteja aberto para a comunidade acadêmica e para a comunidade externa que queira receber as informações sobre a universidade. Para tanto, os interessados deverão salvar um número de telefone a ser criado pela UFJF-GV e enviar uma mensagem solicitando a inscrição no canal. Através desta mensagem, o inscrito poderá se identificar, dizer se possui algum vínculo com a UFJF-GV e quais informações gostaria de receber. Desta maneira, será possível personalizar os conteúdos que serão do interesse do usuário.

Além da presença no Twitter e *WhatsApp*, este pesquisador considera importante a presença da UFJF-GV no Youtube, plataforma de compartilhamento de vídeos enviados pelos usuários através da Internet. Porém, considerando que a equipe de comunicação da UFJF-GV é reduzida, torna-se inviável a produção permanente de vídeos para a plataforma. Desta forma, a proposta de uma ação neste sentido foi descartada.

Todavia, a presente ação sugere a produção de um podcast institucional chamado “No ar com a UFJF-GV”, com periodicidade quinzenal. Os podcasts, arquivos de áudio que podem ficar disponíveis no site da instituição, seriam ouvidos ou baixados a qualquer momento.

A ideia é que cada arquivo de áudio produzido tenha 15 minutos de conteúdo que abranja informações sobre trabalhos de ensino, pesquisa e extensão realizados na UFJF-GV, entrevistas e músicas, conforme exemplo de programação apresentada no Quadro 22 a seguir.

Quadro 22 – Programação primeira edição do “No ar com a UFJF-GV”

Tempo	Conteúdo
Minuto 0 a 1	Abertura
Minuto 1 a 3	Matéria sobre a Feira da UFJF-GV realizada no centro da cidade.
Minuto 3 a 7	Entrevista com autora de dissertação de mestrado que discute o combate ao vírus <i>Aedes Aegypti</i>
Minuto 7 a 8	Minuto do DCE
Minuto 8 a 10	Matéria sobre projeto de extensão “Direitos Humanos e Reconhecimento de Paternidade”
Minuto 10 a 13	Musical UFJF-GV
Minutos 14 e 15	Encerramento com chamada para destaques do podcast seguinte

Fonte: Quadro elaborado pelo autor (2019).

Conforme visto no Quadro 22, cada edição do *podcast* terá um texto de abertura e posterior chamada para uma matéria sobre alguma ação promovida pela UFJF-GV. A coleta

dos áudios para a matéria não demandará mais trabalhos aos jornalistas do setor de comunicação, cultura e eventos, uma vez que, geralmente, as matérias escritas disponíveis no *site* são frutos de entrevistas gravadas em áudio. Portanto, bastará fazer a edição dos áudios que serão utilizados na matéria.

Além das matérias, a programação conta com uma entrevista de quatro minutos sobre um tema debatido em uma dissertação e que desperta a curiosidade da comunidade de uma maneira geral. Após a entrevista, é reservado um espaço de um minuto para que o Diretório Central dos Estudantes transmita alguma informação ou orientação que considerar pertinente. Os estudantes participantes deste espaço passarão por um treinamento de locução com os jornalistas do setor de comunicação.

Após o minuto do Diretório Central dos Estudantes (DCE), a programação apresenta uma nova matéria sobre determinado projeto de extensão. A ideia é que tanto entrevistas quanto matérias abordem temas de fácil assimilação do público em geral, ou seja, temas que estejam presentes na rotina do público.

Para o último quadro da programação é reservado um espaço para que sejam veiculadas músicas gravadas por estudantes e servidores da UFJF-GV ou músicos locais, de Governador Valadares. O encerramento é feito já com uma chamada sobre os temas que serão apresentados na edição seguinte.

A ideia é que o *podcast* seja disponibilizado para ser baixado no site da UFJF-GV e ouvido no carro ou, futuramente, inseridos em aplicativos para smartphones como *iTunes* e *Spotify*, fazendo parte da rotina dos ouvintes, uma vez que o *podcast* nada mais é que um programa de rádio que pode ser Consumido na hora que o ouvinte desejar. Há ainda a possibilidade de que o *podcast* seja inserido no aplicativo a ser criado através da Ação 1 do presente trabalho.

Dentre as ações propostas, esta é a que demanda maior investimento financeiro. A compra do referido gravador é importante para amenizar eventuais barulhos do ambiente em que o programa estiver sendo gravado. A produção e gravação do “No ar com a UFJF-GV” *podcast* será feita pelos três jornalistas da instituição, dentre os quais dois já possuem experiência com programas de rádio e *podcasts*.

Cabe ressaltar que, atualmente, os jornalistas já fazem entrevistas gravadas para escreverem matérias para o *site* da instituição. A ideia é que os áudios destas entrevistas sejam aproveitadas para o *podcast*, criando assim mais um canal de divulgação daquilo que é produzido na universidade.

3.6 AÇÃO 6 - EVENTO DE DIVULGAÇÃO DAS PROPOSTAS APROVADAS NOS EDITAIS DE EXTENSÃO

Dentre as observações feitas pelo entrevistados, foi destacada a ausência de divulgação das ações extensionistas realizadas na UFJF-GV pela mídia local. Apesar do perfil extensionista da instituição, os entrevistados afirmaram que os ações são desconhecidas por grande parte da população de Governador Valadares. Considerando esta percepção dos entrevistados e a grande quantidade de ações de extensão realizadas no campus avançado, a presente ação propõe a criação de evento de divulgação das propostas extensionistas aprovadas através de editais, conforme o Quadro 23 a seguir.

Quadro 23 – Síntese da ação 6 sob a ótica do modelo 5W2H

O quê?	Ação 6: Evento de divulgação das propostas aprovadas nos editais de extensão.
Quem?	Setor de Comunicação, Cultura e Eventos e Setor de Extensão
Onde?	Auditório da Unipac.
Quando?	Uma vez por ano a partir de 2020.
Por quê?	Divulgar as ações extensionistas da UFJF-GV para a comunidade interna e externa através de um evento institucional.
Como?	O evento contará com uma apresentação oral reduzida, de 5 minutos, de cada um dos coordenadores de extensão contemplados. A ideia é tentar aproximar a comunidade interna das ações extensionistas e criar na mídia local uma agenda extensionista. Ou seja, através das apresentações, a mídia poderá conhecer temas que poderão ser pautados durante o ano, através dos projetos em questão.
Quanto Custa?	Sem custos. , uma vez que os organizadores e participantes do evento são servidores da UFJF-GV. O auditório da Unipac é contemplado pelo contrato já existente entre as duas instituições .

Fonte: Quadro elaborado pelo autor (2019).

Conforme o Quadro 23, para a organização do evento serão necessários a participação de servidores vinculados dos setores de Comunicação e de Extensão. A ideia é que a Comunicação fique responsável pela divulgação do evento para a comunidade interna, movimentos sociais e demais organizações da sociedade civil, e pelo convite aos profissionais da mídia local; o setor de extensão, por sua vez, será o responsável pela organização da programação e convite aos professores contemplados pelo edital a apresentarem ao público suas propostas. Para evitar a ausência dos extensionistas, os editais deverão, a partir de 2020, conter um item que informe a obrigatoriedade de que o professor contemplado participe deste evento. Tal obrigatoriedade estará ancorada na agenda estratégica da Forproex que prevê o “apoio e financiamento para a criação da plataforma de comunicação da Extensão, favorecendo a divulgação de suas políticas, atividades e produtos, bem como uma gestão eficiente da informação” (2012, p. 62).

Após abertura a ser realizada pela Proex da UFJF, o evento contará com as apresentações dos professores. Considerando o grande número de projetos aprovados nos editais dos anos anteriores, ficará estabelecido que cada professor terá cinco minutos para fazer a apresentação oral de sua proposta de extensão e um e-mail para que os interessados no tema apresentado possam entrar em contato para tirar dúvidas ou fazer sugestões. De acordo com o Quadro 7 apresentado no primeiro capítulo, entre os anos de 2013 e 2018, foram contemplados cerca de 64 projetos em média por ano, entre ações . Logo, será necessário rigor na contagem do tempo de cada participante.

O Quadro 24 a seguir apresenta um esboço da programação prevista:

Quadro 24 – Programação Evento de apresentação das propostas aprovadas nos editais de extensão

Horário	Atividade
8h45	Abertura
9h	10 apresentações de 5 minutos
10h	Intervalo
10h15	10 apresentações de 5 minutos
11h15	Apresentação de uma ou mais matérias veiculadas pela mídia sobre uma ação de extensão
11h30	10 apresentações de 5 minutos
12h30	Almoço
13h30	10 apresentações de 5 minutos
14h30	Apresentação do Coral da UFJF-GV
14h40	10 apresentações de 5 minutos
15h40	Intervalo
15h55	10 apresentações de 5 minutos
16h55	Encerramento

Fonte: Quadro elaborado pelo autor (2019).

A programação exposta no Quadro 24 contempla a apresentação de 60 ações, porém caso sejam aprovadas mais propostas do que o exemplificado acima, há a possibilidade de alteração do início da programação para que todas as propostas sejam encaixadas no mesmo dia ou de divisão da programação em dois dias. Percebe-se que a programação prevê intervalos entre os blocos de apresentações. Estes espaços são necessários por dois motivos: para não tornar o evento cansativo e para possibilitar a troca de ideias entre os professores que apresentaram suas propostas e o público espectador. Especificamente, às 11h15, sugere-se a apresentação de uma ou mais matérias que já tenham sido veiculadas por determinada mídia a respeito de algum projeto extensionista da UFJF ou de qualquer outra universidade. Com isso, espera-se mostrar aos professores e aos próprios jornalistas presentes que a extensão é uma área fértil para pautas jornalísticas.

A ideia é que, ao final do evento, o público presente entenda e se interesse em participar das ações apresentadas e que a mídia local crie uma agenda de divulgação destas ações. Dentre as temáticas desenvolvidas pelas ações extensionistas desenvolvidas na UFJF-GV, podemos citar como exemplo: a cultura de gênero para o fortalecimento da rede de atendimento à mulher vítima de violência; o Desenvolvimento Sustentável na cidade Governador Valadares; ou trabalhos voltados para direitos humanos e reconhecimento de paternidade. Ou seja, temas amplos, relevantes, atuais e que podem significar pautas interessantes para a mídia.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo do presente estudo abordamos os desafios que a Universidade Federal de Juiz de Fora enfrenta para a implantação e consolidação do campus em Governador Valadares. Destacamos que após mais de seis anos desde sua inauguração, a UFJF-GV coleciona uma série de dificuldades que são amplificadas pela ausência de infraestrutura e pela distância geográfica e administrativa do campus sede. Fatores que, por sua vez, corroboram para o surgimento e ampliação de boatos e obstáculos comunicacionais entre os diversos setores que compõem a universidade como um todo.

Salientamos que este cenário provoca incertezas entre os membros da comunidade acadêmica e destacamos a responsabilidade do setor de Comunicação, Cultura e Eventos em contribuir para a criação de uma política de comunicação que amenize esta insegurança, reduza os boatos sobre a instituição e fortaleça a imagem da universidade a partir de uma presença maior em diferentes canais de informação, desde mídias sociais até os veículos de comunicação de Governador Valadares.

Para tanto, o presente trabalho procurou valorizar o papel da extensão universitária no campus, ao demonstrar com números o protagonismo deste elemento do tripé universitário em Governador Valadares. Diante de tantas dificuldades, procurou-se, a partir da extensão universitária, trazer para este trabalho um elemento que sirva de ponto de partida para despertar na comunidade interna a importância da divulgação das ações realizadas, assim como apresentar uma imagem positiva da universidade para a sociedade valadarense.

A partir das entrevistas semiestruturadas com os servidores extensionistas e de comunicação e de percepções deste autor, foram coletadas informações essenciais que ajudaram a construir o Plano de Ação Educacional e contribuições que não foram utilizadas no presente trabalho por fugirem da temática central, mas que podem servir de alicerce para uma outra pesquisa que aborde a maneira pela qual a extensão universitária é feita no campus. Dentre os questionamentos que surgiram desta pesquisa, e que eu não consegui responder, ressalte-se a variedade de entendimentos dos extensionistas sobre qual é a função da extensão. Ainda que este trabalho, conforme Paulo Freire (1983), tenha adotado o entendimento de que a extensão é uma troca mútua de saberes entre sociedade e universidade, percebemos nas entrevistas que esta percepção não é unânime.

Por outro lado, esta pesquisa possibilitou a apresentação de ações que poderão contribuir para o fortalecimento da imagem da UFJF-GV perante a comunidade acadêmica e a sociedade de Governador Valadares. A partir das percepções dos entrevistados e deste

pesquisador, foi possível estabelecer um PAE inspirado em três eixos: Comunicação Interna, Comunicação Pública e relação entre a mídia local e a universidade. Cada um desses eixos foi analisado sob a luz do referencial teórico e abordado com os entrevistados. Sobre a Comunicação Interna, constatou-se a necessidade de criação de um fluxo de informações que possibilite ao colaborador saber a quem procurar e qual canal utilizar para transmitir uma informação, sugestão, dúvida ou conteúdo que considere pertinente. Atualmente, o fluxo não é completamente entendido e conhecido pelo público interno.

Após discussão sobre o eixo Comunicação Pública, o presente trabalho defendeu a parceria entre instituições públicas e o fomento das redes sociais como maneiras promissoras de consolidar o fortalecimento da comunicação da UFJF-GV para e com a sociedade de Governador Valadares.

Já após a análise do eixo mídia local e universidade, observou-se a ausência de espaço para a UFJF-GV na mídia de Governador Valadares. De acordo com os entrevistados, este distanciamento entre a instituição e a imprensa é um dos fatores que corroboram com o desconhecimento da universidade pela comunidade local.

Em posse destes resultados, foram propostas seis ações que contemplassem os eixos trabalhados: unificação de plataformas de comunicação interna através de criação de aplicativo, como forma de estabelecer um fluxo único de informações internas; divulgação do *clipping* da UFJF-GV para a comunidade acadêmica, com o intuito de demonstrar à comunidade acadêmica eventuais destaques conquistados pela instituição junto à mídia local; lançamento da campanha “Checar para não enganar”, para redução dos boatos que tanta insegurança causam sobretudo ao público interno; criação de um fórum de comunicação em parceria com setores de comunicação de demais instituições públicas da cidade e profissionais de comunicação da mídia local, como forma de democratização do acesso às ações desenvolvidas por cada uma destas instituições; ampliação dos canais *on-line* com a criação do *Twitter*; *WhatsApp* e *Podcast* da UFJF-GV, visando ampliar a presença da UFJF-GV junto a um público maior; e organização de um evento de apresentação das propostas de extensão contempladas pelos editais, numa tentativa de mostrar à mídia local e à sociedade as inúmeras ações extensionistas que são produzidas no campus.

Espera-se a partir destas ações contribuir para o aperfeiçoamento da comunicação interna no campus e para o reconhecimento da UFJF-GV de maneira positiva pela comunidade externa. Não se buscou aqui resolver todos os problemas do campus GV, mas alternativas que ao menos minimizem o desgastante processo de consolidação da

universidade. Embora muito ainda precise ser feito, esperamos que esta pesquisa seja o ponto de partida para transformações ainda que pequenas.

Cabe destacar que ainda há um amplo espaço para a pesquisa sobre a comunicação na UFJF-GV. Em razão do caráter extensionista da instituição, do grande número de ações extensionistas realizadas, optou-se aqui por discutir exclusivamente a comunicação a partir da extensão universitária; porém há espaço para trabalhos neste mesmo sentido relacionadas ao ensino e à pesquisa. Há ainda um campo fértil para pesquisas sobre o processo de descentralização dos setores de comunicação dos campi avançado: seguir ou não as diretrizes do campus sede? Criar ou não uma política independente de comunicação? Estas são apenas algumas perguntas que ficam no ar e que podem ser trabalhadas em novas pesquisas.

Há ainda espaço para uma análise futura sobre a cobertura da mídia tradicional em relação a temas ligados a universidades públicas. A percepção dos entrevistados de que as ações positivas da universidade não são notadas pelos veículos de imprensa tradicionais, despertou neste pesquisador o desejo de realizar uma análise mais ampla e aprofundada sobre a postura adotada pela mídia quando o assunto é ensino superior público.

REFERÊNCIAS

ALBAGLI, S. Divulgação científica: informação científica para cidadania. **Ciência da informação**, Brasília, v. 25, n. 3, p. 396-404, 1996.

ALMEIDA, L. A. **Gestão da informação e gestão do conhecimento: o caso do Campus da UFJF em Governador Valadares**. 2016. 138f. Dissertação (Mestrado Profissional em Gestão e Avaliação da Educação Pública) – Faculdade de Educação, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2016.

ALUNOS da UFJF, campus Valadares, manifestam e cobram melhorias. **G1 Vales de Minas Gerais**, Governador Valadares, 21 maio 2015. Disponível em: <http://g1.globo.com/mg/valesmg/noticia/2015/05/alunos-da-ufjf-campus-valadares-manifestam-e-cobrammelhorias.html>. Acesso em: 23 ago. 2018.

ARÊAS, G. **Alunos de Odonto da UFJF em Governador Valadares entram em greve**. Tribuna de Minas, Juiz de Fora, 29 fev. 2016. Disponível em: <http://www.tribunademinas.com.br/alunos-de-odonto-da-ufjf-em-governadorvaladares-entram-em-greve/>. Acesso em: 23 ago. 2018.

ARGENTI, P. A. **Comunicação Empresarial**. Rio de Janeiro: Rieche, 2006.

ARGENTI, P. A. **Comunicação Empresarial: a construção da identidade, imagem e reputação**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

BALDISSERA, R. **Comunicação Organizacional: o treinamento de recursos humanos como rito de passagem**. São Leopoldo: Unisinos, 2000.

BANCO MUNDIAL. **Um ajuste justo: análise da eficiência e equidade do gasto público no Brasil**. 2017. v. 1. Disponível em: <http://documents.worldbank.org/curated/en/884871511196609355/pdf/121480-REVISED-PORTUGUESE-Brazil-Public-Expenditure-Review-Overview-Portuguese-Final-revised.pdf>. Acesso em: 09 jul. 2019.

BARROS FILHO, C. **Ética na Comunicação: da informação ao receptor**. São Paulo: Moderna, 2001.

BAZANINI, R.; RIBEIRO, H. L.; BAZANINI, H. L. RELEVÂNCIA DAS ATIVIDADES DO PROFISSIONAL DE MEDIA TRAINING NA PERSPECTIVA DA TEORIA DOS STAKEHOLDERS. In: SEMEAD, 16., 2013, São Paulo. **Anais [...]** São Paulo: USP, 2013. p. 1-13. Disponível em: <http://sistema.semead.com.br/16semead/resultado/trabalhosPDF/156.pdf>. Acesso em: 09 jul. 2019.

BONI, V.; QUARESMA, S. J. Aprendendo a entrevistar: como fazer entrevistas em Ciências Sociais. **Em Tese**, Florianópolis, v. 2, n. 1, p. 68-80, 2005.

BRANDÃO, E. P. Conceito de comunicação pública. In: DUARTE, J. et al. (Org.). **Comunicação Pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público**, São Paulo: Atlas, 2007. v. 2. p. 1-33.

BRASIL. **Decreto nº 19.851, de 11 de abril de 1931.** Institui o Estatuto das Universidades Brasileiras, que dispõe sobre a organização do ensino superior no Brasil e adota o regime universitário. Brasília, DF: Senado Federal, 1931.

BRASIL. Lei nº 5.540, de 28 de novembro de 1968. Fixa normas de organização e funcionamento do ensino superior e sua articulação com a escola média, e dá outras providências. **Diário Oficial da União:** Seção 1, Brasília, DF, p. 10369, 29 nov. 1968. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L5540.htm Acesso em: 09 jul. 2019.

BRASIL. [Constituição (1988)]. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988.** Brasília, DF: Presidência da República, [2019]. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm Acesso em: 12 jun. 2019.

BRASIL. Lei nº 9.394 de 20 de dezembro de 1996. Institui a Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional. **Diário Oficial da União:** Seção 1, Brasília, DF, p. 27833, 20 dez. 1996. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9394.htm. Acesso em: 21 ago. 2017.

BRASIL. Ministro do Estado da Educação e do Desporto. Portaria nº 1.105, de 28 de setembro de 1998. Institui o Estatuto da UFJF. **Diário Oficial da União,** Brasília, 28 set. 1998. Disponível em: <http://www.ufjf.br/portal/files//2009/01/estatuto.pdf>. Acesso em: 23 set. 2018.

BRASIL. Decreto nº 6.096, de 24 de abril de 2007. Institui o Programa de Apoio a Planos de Reestruturação e Expansão das Universidades Federais - REUNI. **Diário Oficial da União:** Seção 1, Brasília, DF, p. 7, 25 abr. 2007. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2007/Decreto/D6096.htm Acesso em: 09 mar. 2019.

BRASIL. Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011. Regula o acesso a informações previsto no inciso XXXIII do art. 5º, no inciso II do § 3º do art. 37 e no § 2º do art. 216 da Constituição Federal; altera a Lei nº 8.112, de 11 de dezembro de 1990; revoga a Lei nº 11.111, de 5 de maio de 2005, e dispositivos da Lei nº 8.159, de 8 de janeiro de 1991; e dá outras providências. **Diário Oficial da União:** Seção 1, ed. extra, Brasília, DF, p. 1, 18 nov. 2011.

BRASIL. Lei nº 13.005, de 25 de junho de 2014. Aprova o Plano Nacional de Educação – PNE e dá outras providências. **Diário Oficial da União:** Seção 1, ed. extra, Brasília, DF, p. 1, 26 jun. 2014. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/113005.htm Acesso em: 11 mar. 2019.

BRASIL. **Nota Técnica nº 400/2018:** Organização de Lista Tríplice para nomeação de Reitor de Instituição Federal de Ensino Superior pelo Presidente da República. 2018. Disponível em: https://sei.mec.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&codigo_verificador=1353899&codigo_crc=422B1448&hash_download=8b3987142103ae4ed445bff04c977d2b0c55690b9b7e8bc638f3957f91f96eaa9bd1fc0ac0fa17d85895ddb3aba1e44b46574cd753cb24902ec94dbed2a862d7&visualizacao=1&id_orgao_acesso_externo=0. Acesso em: 30 mar. 2019.

BRITO, R. H. P.; ALMEIDA, C. P.; MOLINA, R. O lugar da extensão na perspectiva da indissociabilidade ensino-pesquisa-extensão. In: CONFERÊNCIA FORGES - FÓRUM DA GESTÃO DO ENSINO SUPERIOR NOS PAÍSES E REGIÕES DE LÍNGUA PORTUGUESA, 4., 2014, Luanda/Angola. **Livro de atas [...]**. Luanda: FORGES, 2014. p. 1-10. Disponível em: http://www.aforges.org/wp-content/uploads/2017/03/7-Calmeida_RBrito_RMolina_O-lugar-da-extens_o-na-perspectiva.pdf/. Acesso em: 03 dez. 2018.

BUENO, W. C. **Comunicação Empresarial: Políticas e Estratégias**. 1. ed. São Paulo: Saraiva, 2009.

BUENO, W.C. Comunicação científica e divulgação científica: aproximações e rupturas conceituais. **Informação & Informação**, Londrina, v. 15, n. 1, ed. esp., p. 1-12, 2010.

BUENO, W. C. A Rádio Peão e democracia interna nas organizações. **Revista da Faculdade de Administração e Economia**, São Bernardo do Campo, v. 2, n. 2, p. 92-100, 2011.

CALTELLS, M. **O poder da identidade**. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

CASTELLS, M. **A galáxia da internet**: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Tradução de Maria Luiz X. de A. Borges. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

CASTRO, M. C. P. S. **Os desafios da Comunicação Pública na Universidade Pública**. 2013. Disponível em: <http://www.ccs.ufscar.br/relatorios/os-desafios-da-comunicacao-publica-na-universidade-publica/>. Acesso em: 11 out. 2018.

CHAUÍ, M. A universidade pública sob nova perspectiva. **Revista Brasileira de Educação**, Rio de Janeiro, v. 24, p. 5-15, set./out./nov. 2003.

CLEMEN, P. **Como implantar uma área de comunicação interna**. Rio de Janeiro: Mauad Editora Ltda, 2005.

COGO, D.; DUTRA BRIGNOL, L. Redes sociais e os estudos de recepção na internet. **Matrizes**, São Paulo, ano. 4, n. 2, p. 75-92, 2011. Disponível em: <http://www.redalyc.org/html/1430/143018637005/>. Acesso em: 02 dez. 2018.

CURVELLO, J. J. A. **Comunicação interna e cultura organizacional**. 2. ed. Brasília: Casa das Musas, 2012. Disponível em: <http://www.acaocomunicativa.pro.br/Livro/LivroComIntCultOrg2012-EBook.pdf>. Acesso em 23 ago.2018

DEMO, P. Pesquisa e informação qualitativa: aportes metodológicos. 5. ed. Campinas: Papirus, 2012.

DEVONISH, I. M. S.; QUELHAS, O. L. G. A Gestão de Marcas em Instituição Pública de Ensino: Estudo Exploratório baseado em revisão bibliográfica. CONGRESSO NACIONAL DE EXCELENCIA EM GESTÃO, 10., 2014, Rio de Janeiro. **Anais [...]**. Rio de Janeiro: UFF, 2014. p. 1-23. Disponível em: http://www.inovarse.org/sites/default/files/T14_0025.pdf. Acesso em: 26 fev. 2019.

DOURADO, L. F. Reforma do Estado e as políticas para a educação superior no Brasil nos anos 90. **Revista Educação Social**. Campinas, v. 23, n. 80, p. 234-252, set. 2002. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/es/v23n80/12931.pdf> Acesso em: 25 jan. 2019.

DUARTE, J. Da divulgação científica à comunicação. **Associação Brasileira de Jornalismo Científico**, 2004.

ELIAS, N.; SCOTSON, J. L. **Os estabelecidos e os outsiders: sociologia das relações de poder a partir de uma pequena comunidade**. Tradução de Vera Ribeiro. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.

ENDO, A. C. B. A gestão da Comunicação em universidades. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 30., 2007, Santos. **Anais [...]**. Santos: Universidade Católica de Santos, 2007. p. 1-13. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R1376-1.pdf> Acesso em: 11 out. 2018.

ESTUDANTES da UFJF são barrados na porta de universidade em MG. **G1 Vales de Minas Gerais**, Governador Valadares, 31 out. 2016. Disponível em: <http://g1.globo.com/mg/valesmg/noticia/2016/10/estudantes-da-ufjf-sao-barrados-na-porta-de-universidade-emmg.html>. Acesso em: 23 ago. 2018

FACEBOOK vai mostrar mais posts de amigos e menos notícias. **Estadão**, São Paulo 12 jan. 2018. Disponível em: <https://link.estadao.com.br/noticias/empresas,facebook-vai-privilegiar-posts-de-amigos-e-conteudo-jornalistico-tera-menos-espaco,70002148250>. Acesso em: 08 mar. 2019.

FENAJ. **Manual de assessoria de comunicação**: imprensa 2007. 4. ed. Brasília: Fenaj, 2007.

FERREIRA, R. M. C.; SANTOS, A. R. **Revista Altejor**, São Paulo, ano 5, v. 1, ed. 9, p.130-142, jan./jul. 2014. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/alterjor/article/download/88316/91194/> Acesso em: 10 jul. 2019.

FLICK, U. **Uma introdução à pesquisa qualitativa**. Porto Alegre: Artmed, 2004.

FONSECA, F. Mídia, poder e democracia: teoria e práxis dos meios de comunicação **Revista Brasileira de Ciência Política**, Brasília, n. 6. p. 41-69, jul./dez. 2011.

FONTCUBERTA, M. **La notícia-pistas para percibir el mundo**. Barcelona: Paidós, 1993.

FORPROEX. **Política Nacional de Extensão Universitária**. Belo Horizonte: Forproex 1999. Disponível em: <https://www.ufmg.br/proex/renex/images/documentos/Relatorio-final-Grupo-Tecnico-1999.pdf> Acesso em: 10 jul. 2019.

FORPROEX. **Política Nacional de Extensão Universitária**. Manaus: Forproex, maio 2012. Disponível em: <https://www.ufmg.br/proex/renex/images/documentos/2012-07-13-Politica-Nacional-de-Extensao.pdf> Acesso em: 11 mar. 2018.

FREIRE, P. **Extensão ou comunicação?** 7. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1983. (O Mundo, Hoje, v. 24). Disponível em:

https://www.emater.tche.br/site/arquivos_pdf/teses/Livro_P_Freire_Extensao_ou_Comunicacao.pdf. Acesso em: 15 mar. 2019.

FREITAS, L. S. **O controle normativo da mídia do congresso nacional**: critérios de noticiabilidade e garantia do uso republicano dos veículos legislativo de comunicação de massa. Brasília: Senado Federal, Subsecretaria de Edições Técnicas, 2010.

FREITAS, R. F.; LUCAS, L. **Desafios contemporâneos em comunicação**: perspectivas de relações públicas. São Paulo: Summus Editorial, 2002.

GADOTTI, M. **Extensão Universitária: Para quê?** [s.l.]: Instituto Paulo Freire, 2017.

GODOY, A. S. Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. **RAE – Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 35, n. 2, p. 57-63, 1995.

GUARESCHI, P. A. (Org.). **Comunicação e controle social**. Petrópolis: Vozes, 1991.

HUNGER, D. et al. O Dilema Extensão Universitária. **Educação em Revista**, Belo Horizonte, v. 30, n. 3, p. 335-354, 2014.

KUNSCH, M. M. K. **Relações públicas e modernidade**: novos paradigmas na comunicação organizacional. São Paulo: Summus editorial, 1997. (Coleção Novas Buscas em Comunicação).

KUNSCH, M. M. K. **Novos desafios para o profissional de comunicação**. Brasília: Banco do Brasil, 1999.

KUNSCH, M. M. K. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. São Paulo: Summus editorial, 2003.

LEMOS, A.; LÉVY, P. **O futuro da internet: em direção a uma ciberdemocracia**. São Paulo: Paulus, 2010.

MACEDO, A. R. et al. Educação superior no século XXI e a reforma universitária brasileira. **Ensaio: avaliação e políticas públicas em educação**, Rio de Janeiro, p. 127-148, 2005.

MAFEI, M. **Assessoria de imprensa**: como se relacionar com a mídia. São Paulo: Editora Contexto, 2004.

MAINIERI, T.; RIBEIRO, E. M. Comunicação pública e mídias sociais: possibilidades e limitações. **Ação Midiática**, Curitiba, v. 1, n. 6, p. 1-13, 2013.

MARCHIORI, M. R. **Cultura e comunicação organizacional**: um olhar estratégico sobre a organização. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2006.

MARTINS, M. T. M. C. **Diálogo e interações face a face na comunicação interna**: um estudo da oralidade nas organizações. 2012. 291f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2012. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27154/tde-04032013-153323/publico/MartaTerezinhaOriginalx.pdf> Acesso em: 14 abr. 2019

MEDINA, C. **Notícia, um produto à venda**: jornalismo na sociedade urbana e industrial. São Paulo: Summus Editorial, 1988.

MELO, B. M. M. **Comunicação Interna**: Uma Ferramenta Estratégica para o Sucesso Empresarial. 2006. 63f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em Comunicação Social) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2006.

MENDONÇA, S. G. L.; SILVA, P.S. **Extensão Universitária**: Uma nova relação com a administração pública. In: SAMPAIO, H.; CALDERÓN, A. I. (Org.). **Extensão Universitária**: ação comunitária em universidades brasileiras. São Paulo: Editora Olho D'água, 2002. p. 29-44. (Socializando Experiências; v. 3).

MONTEIRO, L. Sessão: 307.2.54. **Sumário: Inauguração de campus da Universidade Federal de Juiz de Fora no Município de Governador Valadares, Estado de Minas Gerais. Empenho na oferta do ensino superior público aos estudantes da região**. Brasília: Câmara dos Deputados, 14 nov. 2012. Disponível em: <http://migre.me/tTA8o>. Acesso em: 16 ago. 2018.

MONTEIRO, L. V. **Intruso em minha própria escola**: conflitos no regime de coabitação em duas escolas da zona da mata mineira. 2018. 120f. Dissertação (Mestrado Profissional em Gestão e Avaliação da Educação Pública) - Faculdade de Educação/CAEd, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora. 2018.

NASCIMENTO, L. F. G. **Desafios e impactos da extensão no âmbito da faculdade de educação física e desportos da Universidade Federal de Juiz de Fora**. 2012. 109f. Dissertação (Mestrado Profissional em Gestão e Avaliação da Educação Pública) - Faculdade de Educação/CAEd, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora. 2018.

NETTO, R. C. C. O “Quarto Poder” e censura democrática. **Observatório da Imprensa**, São Paulo, ed. 765, Diretório Acadêmico, 24 set. 2013. Disponível em: http://observatoriodaimprensa.com.br/diretorio-academico/_ed765_o_quarto_poder_e_censura_democratica/ Acesso em: 14 abr. 2019.

NOGUEIRA, M. D. P. **Políticas da Extensão Universitária Brasileira**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2005.

NOTA da Andifes sobre a nomeação de reitores nas universidades federais. **Andifes**, Brasília, 23 jan. 2019 Disponível em: <http://www.andifes.org.br/nota-da-andifes-sobre-nomeacao-de-reitores-nas-universidades-federais/> Acesso em: 10 jun. 2019.

NUNES, A. L. P. F.; SILVA, M. B. C. A extensão universitária no ensino superior e a sociedade. **Mal-Estar e Sociedade**, Barbacena, ano 4, n. 7, p. 119-133, jul./dez. 2011. Disponível em: <http://revista.uemg.br/index.php/malestar/article/viewFile/60/89> Acesso em: 24 abr. 2019.

OLIVEIRA, R. C. M. (Entre) linhas de uma pesquisa: o Diário de Campo como dispositivo de (in) formação na/da abordagem (Auto) biográfica. **Revista Brasileira de Educação de Jovens e Adultos**, Salvador, v. 2, n. 4, p. 69-87, 2014.

OLIVEIRA, C. C. G. Alcance de posts no Twitter: explorando a diferença entre audiência potencial e impressões de mensagens. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 41., 2018, Joinville. **Anais [...]** Joinville: UFSC, 2018. p. 1-15. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2018/resumos/R13-1040-1.pdf> Acesso em: 10 jul. 2019.

PENA, F. **Teoria do Jornalismo**. São Paulo: Editora Contexto, 2015.

PESQUISA Ibope aponta que 66% confiam mais em sites de notícias. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 30 nov. 2018 Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/11/pesquisa-ibope-aponta-que-66-confiam-mais-em-sites-de-noticias.shtml> Acesso em: 09 jul. 2019.

PNAD Contínua TIC 2016: 94,2% das pessoas que utilizaram a Internet o fizeram para trocar mensagens. **Agência IBGE**, [s. l.], 21 fev. 2018. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/20073-pnad-continua-tic-2016-94-2-das-pessoas-que-utilizaram-a-internet-o-fizeram-para-trocar-mensagens> Acesso em: 02 dez. 2018.

POYARES W. **Imagem pública**: glória para uns, ruína para outros. São Paulo: Globo, 1997.

RAMALHO, A. **A imagem Institucional in Relations Publiques**: facteur de Communication Sociale. Lisboa: INP/CERP, 1982.

RODRIGUES, A. V. **A gestão da informação na comunicação interna de uma empresa do ramo educacional**: um estudo de caso. 2010. 91f. Trabalho de Conclusão de curso (Gestão da informação) - Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2010. Disponível em: <https://www.acervodigital.ufpr.br/bitstream/handle/1884/48081/TCC%20-%20Adriana%20Valentim%20Rodrigues.pdf?sequence=1> . Acesso em: 26 mai. 2019.

RODRIGUES, S. L. **Os fatores que influenciam a formação da imagem das instituições de ensino superior**: o caso do Instituto Politécnico de Leiria na perspectiva dos professores do ensino secundário do distrito de Leiria. 2012. 144f. Dissertação (Mestrado em Marketing Relacional) – Escola Superior de Tecnologia e Gestão, Instituto Politécnico de Leiria, Leiria, 2012.

SÁ, J. W. B. **Modelo de avaliação de desempenho da gestão organizacional pública**. 2005. 145f. Dissertação (Mestrado Profissional em Administração) – Faculdade de Administração, Universidade Estadual do Ceará, Fortaleza, 2005.

SANTOS, B. S. **A universidade no século XXI**: para uma reforma democrática e emancipatória da universidade. São Paulo: Cortez, 2004.

SBARAI, R.; HONORATO, R. **Fotografia, o motor das redes sociais**. **Veja**, São Paulo, 16 abr. 2012. Disponível em: <http://veja.abril.com.br/noticia/vida-digital/fotografia-o-motor-das-redes-sociais> Acesso em: 23 abr. 2018.

SILVA, A. O. et al. Gestão da Qualidade: Aplicação da Ferramenta 5W2H como plano de ação para projeto de abertura de empresa. In: SEMANA INTERNACIONAL DAS

ENGENHARIAS DA FAHOR.3., 2013. Horizontina. **Anais [...]**. Horizontina: FAHOR, 2013. p. 1-10.

TIBURCIO, S. J.; SANTANA, L. C. A comunicação interna como estratégia organizacional. **Revista de Iniciação Científica Cairu**, Salvador, n. 0, v. 1, p. 13-26, 2014.

Disponível em:

https://www.cairu.br/riccairu/pdf/artigos/2_COMUNICACAO_INTERNA ESTRATEGIA.pdf. Acesso em: 13 abr. 2019

TOP OF MIND: GOVERNADOR VALADARES 2017. [S. l.: s. n.], 2017. 1 vídeo (48 minutos). Publicado pelo canal Allmann Consultoria. Disponível em:

<https://www.youtube.com/watch?v=Ejr8wuaMH2c&t=7s> Acesso em: 14 ago. 2018.

TORQUATO. G. Estratégias de Comunicação nas empresas modernas. **Intercom – Revista Brasileira da Ciência da Comunicação**, São Paulo, v. 8, n. 53, p. 59-63, 1985. Disponível em:

<http://www.portcom.intercom.org.br/revistas/index.php/revistaintercom/article/view/1271/0/>. Acesso em: 30 nov. 2018.

TORQUATO. G. **Tratado de comunicação organizacional e política**. São Paulo: Pioneira Thompson Learning, 2004.

TRAQUINA, N. As notícias. In: TRAQUINA, N. (Org.). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Veja Ltda, 1993. p. 167-176.

TRAQUINA, N. **Teorias do jornalismo**. Florianópolis: Insular, 2005.

TUZZO, S. A. **Deslumbramento coletivo: opinião pública, mídia e universidade**. São Paulo: Annablume, 2004.

UFJF. Conselho de Ensino, Pesquisa e Extensão. **Resolução nº 51/1988**. Dispõe sobre Normas Gerais para a Extensão Universitária na Universidade Federal de Juiz de Fora. Juiz de Fora: UFJF, 1989a.

UFJF. Conselho de Ensino, Pesquisa e Extensão. **Resolução nº 52/1988**. Fixa normas sobre o Programa de Bolsa de Extensão. Juiz de Fora: UFJF, 1989b.

UFJF. **UFJF concretiza projeto do campus de Governador Valadares com início das aulas**. Juiz de Fora, 19 nov. 2012a. Disponível em: <http://www.ufjf.br/secom/2012/11/19/ufjf-concretiza-projeto-do-campus-de-governador-valadares-com-inicio-das-aulas/>. Acesso em: 16 ago. 2018.

UFJF. **Resolução nº 1, de 16 de fevereiro de 2012**. Aprova a criação de um Campus Avançado da UFJF, na cidade de Governador Valadares-MG. Juiz de Fora: Consu, 16 fev. 2012b. Disponível em: <http://www.ufjf.br/consu/files/2015/11/Resolu%C3%A7%C3%A3o-01.2012.pdf> Acesso em: 30 nov. 2018.

UFJF. **Projeto de novo campus da UFJF é apresentado em Governador Valadares**. Juiz de Fora, 25 set. 2012c. Disponível em: <http://www.ufjf.br/secom/2012/09/25/projeto-de-novo-campus-da-ufjf-e-apresentado-em-governador-valadares/>. Acesso em: 22 ago. 2018

UFJF. **Resolução nº 17/2013 de 11 de novembro de 2012.** Aprova a ampliação da oferta de vagas para o curso de Bacharelado em Educação Física, vinculada ao *Campus* avançado da UFJF em Governador Valadares-MG. Juiz de fora: Consu, 11 nov. 2013. Disponível em: <http://www.ufjf.br/consu/files/2015/11/Resolucao-17.2013.pdf> Acesso em 03 dez. 2018.

UFJF. **EDITAL 12/2014-PRORH/UFJF.** 2014. Disponível em: <http://www.ufjf.br/antenido/files/2010/08/Edital-12-2014-UFJF-GV-Adendo-I.pdf>. Acesso em: 26 fev. 2019.

UFJF. **Resolução nº 35/2015 de novembro de 2015.** Aprova o regimento interno do *Campus* Avançado de Governador Valadares/MG, e dá outras providências. Juiz de Fora: Consu, 17 nov. 2015a. Disponível em: <http://www.ufjf.br/campusgv/files/2016/01/Resolu%C3%A7%C3%A3o-35.2015-Consu.-Regimento-GV.pdf>. Acesso em: 03 dez. 2018.

UFJF. **Desafios de campi fora das sedes serão discutidos em audiência pública na Câmara dos Deputados.** Juiz de Fora, 02 dez. 2015b. Disponível em: <http://www.ufjf.br/arquivodenoticias/2015/12/desafios-de-campi-fora-das-sedes-serao-discutidos-em-audiencia-publica-na-camara-dos-deputados/> Acesso em: 10 jul. 2019.

UFJF. **Após pedido da UFJF-GV, Comissão de Educação da Câmara dos Deputados discute problemas e desafios dos campi avançados.** Juiz de Fora, 03 dez. 2015c. Disponível em: <http://www.ufjf.br/portantigogv/2015/12/a-pedido-da-ufjf-gv-audiencia-publica-discute-problemas-e-desafios-dos-campi-avancados/> Acesso em: 10 jul. 2019.

UFJF. **Nota oficial.** Juiz de Fora, 31 out. 2016a. Disponível em: <http://www.ufjf.br/noticias/2016/10/31/nota-oficial/>. Acesso em: 14 ago. 2018.

UFJF. **Plano de Desenvolvimento Institucional 2015-2019.** 2016b. Disponível em: <https://drive.google.com/drive/folders/11UnfpC3oWUah3VR8bexF2ZTrFpr4ojdN> Acesso em: 03 dez. 2018.

UFJF. **Campus GV. UFJF-GV firma parceria com Escola Estadual Israel Pinheiro.** Governador Valadares, 24 out. 2017a. Disponível em: <http://www.ufjf.br/portantigogv/2017/10/ufjf-gv-firma-parceria-com-escola-estadual-israel-pinheiro/>. Acesso em: 25 ago. 2018.

UFJF. **Relatório anual atividades de auditoria interna:** exercício 2016. Juiz de Fora, fev. 2017b. Disponível em: http://www.ufjf.br/auditoriageral/files/2017/03/Relat%C3%B3rio-Anual-de-Atividades-de-Auditoria-Interna_RAINT-2016.pdf. Acesso em: 22 ago. 2018

UFJF. **Ata da 13ª reunião do Conselho Gestor do campus Avanço UFJF/GV.** Juiz de Fora, 21 jul. 2017c. Disponível em: <http://www.ufjf.br/conselhogestorgv/files/2017/04/Ata-13%C2%AA-Reuni%C3%A3o-Ordin%C3%A1ria-11-05-17.pdf>. Acesso em: 10 mar. 2019.

UFJF. **Regimento Interno do Conselho de Extensão e Cultura da UFJF.** 2017d. Disponível em: <http://www.ufjf.br/proex/files/2017/02/Regimento-CONEXC1.pdf>. Acesso em: 13 set. 2018.

UFJF. **Portaria nº 2, de 03 de março de 2017.** Designa servidores para a constituição do comitê gestor do Fórum de Extensão da UFJF/GV. Juiz de Fora: Proex, 2017e. Disponível em: <http://www.ufjf.br/proex/files/2015/04/portaria-2.pdf> Acesso em: 10 jul. 2019.

UFJF. **Compra da FAGV é aprovada por unanimidade no Conselho Superior.** Juiz de Fora, 31 ago. 2018a. Disponível em: <https://www2.ufjf.br/noticias/2018/08/31/compra-da-fagv-e-aprovada-por-unanimidade-no-conselho-superior/>. Acesso em: 30 nov. 2018.

UFJF. **Plano de Ação 2018-2020.** 2018b. Disponível em: <https://www2.ufjf.br/noticias/wp-content/uploads/sites/2/2018/08/planejamento-2018-2020-23-08-2018.pdf>. Acesso em: 27 fev. 2019.

UFJF. Campus GV. **Reunião alinha procedimentos entre Centrais de Atendimento do campus sede e GV.** Governador Valadares, 01 fev. 2018c. Disponível em: <http://www.ufjf.br/portantigogv/2018/02/reuniao-alinha-procedimentos-entre-centrais-de-atendimento-do-campus-sede-e-de-gv/>. Acesso em: 31 ago. 2018.

UFJF. **1º Fórum Popular de Extensão e Cultura reúne movimentos sociais em Governador Valadares.** Juiz de Fora, 02 out. 2018d. Disponível em: <https://www2.ufjf.br/noticias/2018/10/02/1o-forum-popular-de-extensao-e-cultura-reune-movimentos-sociais-em-governador-valadares/> Acesso em: 10 jul. 2019.

UFJF. **Estudantes recebem orientações e boas-vindas na recepção aos calouros do campus GV.** Juiz de Fora, 14 ago. 2018e. Disponível em: <https://www2.ufjf.br/noticias/2018/08/14/estudantes-recebem-orientacoes-e-boas-vindas-na-recepcao-aos-calouros-do-campus-gv/> Acesso em: 10 jul. 2019.

UFJF. **UFJF-GV lança novo portal.** Juiz de Fora, 17 maio 2018f. Disponível em: <https://www2.ufjf.br/noticias/2018/05/17/ufjf-gv-lanca-novo-portal> Acesso em: 10 jul. 2019.

UFJF. **EDITAL Nº 005/2018: PROJETOS DE EXTENSÃO DO PROGRAMA BOA VIZINHANÇA – RIO DOCE.** 2018g. Disponível em: <http://www.ufjf.br/proex/files/2018/02/Edital-05-2018-Boa-Vizinha%C3%A7a-Governador-Valadares.pdf> Acesso em: 10 jul. 2019.

UFJF. **Pró-reitora é eleita presidente do Fórum Nacional de Pró-reitores de Extensão.** Juiz de Fora, 28 jun. 2018h. Disponível em: <https://www2.ufjf.br/noticias/2018/06/28/pro-reitora-e-eleita-presidente-do-forum-nacional-de-pro-reitores-de-extensao> Acesso em: 10 jul. 2019.

UFJF. **Despesas de custeio da UFJF para 2018 e 2019 estão na ordem de R\$ 219 mi.** Juiz de Fora. 20 abr. 2018i. Disponível em: <https://www2.ufjf.br/noticias/2018/04/20/despesas-de-custeio-da-ufjf-para-2018-e-2019-estao-na-ordem-de-r-219-mi/>. Acesso em: 20 abr. 2018.

UFJF. Comunicação, Cultura e Eventos. **Equipe.** 2019a. Disponível em: <http://www.ufjf.br/comunicacaogv/equipe/> Acesso em: 10 jul. 2019.

UFJF. Campus GV. **Campus GV.** 2019b. Disponível em: <https://www2.ufjf.br/gv/sobre/campus-gv/#local> Acesso em: 10 jul. 2019.

UFJF. **Confira as deliberações do Conselho Gestor da UFJF-GV.** Juiz de Fora, 27 fev. 2019c. Disponível em: <https://www2.ufjf.br/noticias/2019/02/27/confira-as-deliberacoes-da-25a-reuniao-do-conselho-gestor-da-ufjf-gv/>. Acesso em: 28 fev.2019.

UFJF. **Conselho Superior debate corte no orçamento.** Juiz de Fora, 10 maio 2019d Disponível em: <https://www2.ufjf.br/noticias/2019/05/10/conselho-superior-debate-corte-no-orcamento/> Acesso em: 10 jul. 2019.

UFJF. Campus GV. **Organograma.** s/d Disponível em: <https://www2.ufjf.br/gv/sobre/organizacao/organograma/> Acesso em: 10 jul. 2019.

UFJF se destaca entre as 5 primeiras instituições no ranking OAB. **Tribuna de Minas.** Juiz de Fora. Cad. Educação, 06 jun. 2018. Disponível em: <https://tribunademinas.com.br/caderno-educacao/06-06-2018/ufjf-se-destaca-dentre-as-5-melhores-no-ranking-oab.html>. Acesso em: 12 abr, 2019.

UFPR. **Campanha Fato ou Boato? 2019** Disponível em: <https://www.ufpr.br/portalfufr/campanha-fato-ou-boato/> Acesso em: 10 jul. 2019.

VASCONCELOS, F. A.; BRANDÃO, F. A. V. As redes sociais e a evolução da informação no século XXI. **Direito e Desenvolvimento**, Paraíba, v. 4, n. 1, p. 125-144, 2013.

VASCONCELOS, I. B. **A comunicação interna na consolidação do campus avançado da Universidade Federal de Juiz de Fora em Governador Valadares (MG).** 2018. 280f. Dissertação (Mestrado Profissional em Gestão e Avaliação da Educação Pública) - Faculdade de Educação/CAEd, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2018.

POLACINSKI, E. et al. Implantação dos 5Ss e proposição de um SGQ para uma indústria de erva-mate. In: Congresso Internacional de Administração, 25., 2012, Ponta Grossa. **Anais eletrônicos [...]**. Ponta grossa: UFPR, 2012. p. 71-78. Disponível em: <http://www.admpg.com.br/2012/down.php?id=3037%20&q=1> Acesso em: 08 maio 2019.

ZÉMOR, P. **La communication publique.** Tradução resumida de Elisabeth Brandão Paris: Puf, 1995. (Col. Que sais-je?).

APÊNDICE A – Roteiro de entrevista realizada com coordenadores de projetos e programas de extensão e membros do comitê gestor do Fórum Popular De Extensão

- 1 – Faça um breve relato sobre a sua origem, formação acadêmica e trajetória na UFJF.
- 2 – Qual a importância da divulgação das ações extensionistas tanto para o público interno quanto para o público externo?
- 3 – Como você avalia o modo como os públicos interno e externo são informados sobre as ações extensionistas realizadas na UFJF-GV?
- 4 – O que poderia ser feito para que as informações sobre ações de extensão cheguem com mais facilidade aos públicos externo e interno?
- 5 – Quais são as falhas no fluxo de informações internas que prejudicam a divulgação das ações extensionistas?
- 6 – Como a divulgação das ações extensionistas pode fortalecer a imagem institucional da UFJF-GV em Governador Valadares?
- 7 – Você já teve acesso a informações sobre a extensão universitária da UFJF-GV em veículos de imprensa da região? Se sim, quais veículos?
- 8 – Há algo que não foi abordado que você gostaria de complementar?

APÊNDICE B – Roteiro de entrevista realizada com servidores do setor de Comunicação, Cultura e Eventos da UFJF-GV

- 1 – Faça um breve relato sobre a sua origem, formação acadêmica e trajetória na UFJF.
- 2 – Como a divulgação das ações extensionistas pode fortalecer a imagem institucional da UFJF-GV em Governador Valadares?
- 3 – Como é a relação do setor de Comunicação, Cultura e Eventos da UFJF-GV com os veículos de imprensa da região de Governador Valadares?
- 4 – Você considera que os públicos interno e externo estão bem informados sobre as ações extensionistas realizadas na UFJF-GV? Porque?
- 5 – O que poderia ser feito para que as informações sobre ações de extensão cheguem com mais facilidade aos públicos externo e interno?
- 6 – Como você avalia os canais de informação institucional da UFJF-GV atualmente disponíveis?
- 7 – Como que os coordenadores de ações de extensão contribuem com a divulgação das ações de extensão
- 8 – Como eventuais falhas nos fluxo de informações internas prejudicam a divulgação das ações extensionistas?
- 9 – Há algo que não foi abordado que você gostaria de complementar?

ANEXO A – Layout site antigo da UFJF-GV

ufjf | CAMPUS GV BANCO DE NOTÍCIAS ATÉ MAIO/2018

Acesse o novo portal da UFJF Campus GV: **ufjf.br/gv**

Inicial Notícias até maio/2018 Onde encontro notícias mais recentes? Onde encontro o conteúdo que estava nesta página?

Notícias **Arquivos**

17/05/18 :: [UFJF-GV lança novo portal](#)

16/05/18 :: [UFJF-GV e APAE promovem I Festival APAExonados por Atletismo](#)

16/05/18 :: [Ações acadêmicas são temas de evento de integração entre UFJF-GV e município](#)

14/05/18 :: [22ª Reunião do Conselho Gestor discute a distribuição dos recursos da UFJF-GV](#)

11/05/18 :: [II Jornada Universitária em Defesa da Reforma Agrária na UFJF-GV é aberta com ato público em Feira Agroecológica](#)

11/05/18 :: [Conheça os sites dos Setores de Apoio Estudantil e Graduação e Estágios](#)

10/05/18 :: [Curso de Farmácia de GV participa de ação sobre o descarte correto de medicamentos](#)

10/05/18 :: [I Encontro Regional de Agroecologia do Rio Doce reúne mais de 80 pessoas em GV](#)

09/05/18 :: [UFJF-GV realiza posse de novo servidor](#)

08/05/18 :: [Conheça a Revista de Ciência, Tecnologia e Sociedade da UFJF-GV](#)

Selecionar o mês ▾

ANEXO B – Formulário de apoio e divulgação de eventos

26/04/2019

Apoio e divulgação de eventos

Apoio e divulgação de eventos

Prazo para solicitação de apoio para eventos: 15 dias antes da data do evento.

Prazo para divulgação de eventos com criação do material de divulgação pela equipe do setor de Comunicação, Cultura e Eventos: 21 dias antes da data do evento.

Quando houver criação de arte para a divulgação do evento, observe que a proposta de divulgação será apresentada pelo setor no prazo entre 15 e 21 dias após a solicitação.

Pedidos encaminhados com prazos menores que os informados dependerão de disponibilidade do setor para execução e poderão não ser atendidos.

*Obrigatório

1. Endereço de e-mail *

Dados do solicitante

2. Responsável *

3. Telefone para contato *

Informações básicas da solicitação

4. Nome do evento *

5. Data e horário do evento *

Considere o horário de início do evento. Caso a programação do evento se estenda por mais de um dia, coloque a data e horário de início e envie a programação completa no campo abaixo. Se não houver programação definida, registre isso no campo para observações ao final desta seção.

Exemplo: 15 de dezembro de 2012, às 11h03

6. Local do evento *

Caso esteja indefinido, favor informar no campo abaixo e repassar essa informação ao setor de Comunicação, Cultura e Eventos via e-mail (comunicacao.gv@ufjf.edu.br) assim que definido.

26/04/2019

Apoio e divulgação de eventos

7. Descrição/Resumo do evento *

Os dados devem estar completos e corretos. O texto deve conter todas as informações relevantes sobre o evento.

8. Público-alvo *

Marque todas que se aplicam.

- Estudantes
- Professores
- TAEs
- Comunidade externa
- Outro: _____

9. É obrigatória a inscrição para participação no evento? *

Se sim, indique o link de inscrição a seguir.

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não

10. Como se inscrever

Caso a inscrição seja pela internet, informe o link ou e-mail com as instruções de inscrição. Se a inscrição for presencial, informe o local e a forma de inscrição abaixo.

11. Programação

Envie aqui a programação completa do evento.

Arquivos enviados:

12. Parceiros

Se o evento que está sendo organizado possui parceiros na sua organização, informe-os no campo abaixo.

26/04/2019

Apoio e divulgação de eventos

13. Observações

Registre aqui todas as informações relevantes à realização do evento. Caso o evento dure mais de um dia e a programação completa não tenha sido anexada no espaço acima específico para isso, é imprescindível que a duração completa do evento seja especificada abaixo.

14. Necessidades

Utilize o espaço abaixo para registrar qualquer necessidade de apoio relacionada ao evento. Para empréstimo de equipamentos, a solicitação deve ser feita utilizando formulário específico disponível no endereço bit.ly/empréstimo-equipamentos.

15. Divulgação do evento *

Marcar apenas uma oval.

- Já tenho os banners de divulgação. *Ir para a pergunta 15.*
- Quero que o setor de Comunicação, Cultura e Eventos desenvolva o material de divulgação do evento. *Ir para a pergunta 16.*
- Não preciso de apoio na divulgação. *Ir para "Último passo".*

Dúvidas no preenchimento?

Pergunte por e-mail (comunicacao.gv@ufff.edu.br) ou no ramal 1136.

Divulgação do evento com material fornecido pelo solicitante

16. Material de divulgação *

Anexe abaixo todo o material de divulgação que tiver disponível para o evento (banners, imagens, material impresso, etc.).

Arquivos enviados:

Ir para "Último passo".

Detalhes da solicitação para criação da divulgação

17. Existe alguma arte que deve ser aproveitada? *

Caso afirmativo, envie o layout no campo a seguir.
Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não

18. Arte a ser aproveitada

Arquivos enviados:

26/04/2019

Apoio e divulgação de eventos

19. Existe alguma arte que deve ser utilizada como referência? *

Caso afirmativo, envie o layout no campo a seguir.

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não

20. Arte a ser utilizada como referência

Arquivos enviados:

21. Sugestões de peças que deverão ser produzidas*Marque todas que se aplicam.*

- Folheto
- Folder
- Cartaz
- Convite
- Convite online
- E-mail marketing
- Banner para site institucional
- Banner para redes sociais (Facebook, Instagram, Twitter, etc.)
- Outro: _____

22. Caso tenha selecionado opções de materiais impressos, o departamento/setor possui verba disponível para produção do material?*Marcar apenas uma oval.*

- Sim
- Não

23. Marcas dos parceiros

Caso o evento que está sendo organizado tenha parceiros, envie abaixo as marcas desses parceiros.

Arquivos enviados:

24. Observações e sugestões em geral

Último passo

Sobre empréstimo de equipamentos

O setor de comunicação possui equipamentos disponíveis para empréstimo e uso em eventos e outras iniciativas da universidade. Informações e formulário para solicitação: bit.ly/emprestimo-equipamentos

26/04/2019

Apoio e divulgação de eventos

Leia. É importante.

Ao enviar este formulário, você afirma estar ciente e concordar com os seguintes termos:

As solicitações para apoio ao evento e/ou criação de materiais gráficos para divulgação devem respeitar os prazos informados.

Caso sejam necessárias informações adicionais, o setor de Comunicação, Cultura e Eventos entrará em contato com o solicitante para esclarecimentos.

Todos os dados do evento devem ser preenchidos de forma correta e completa. Caso alguma informação tenha que ser incluída ou alterada posteriormente, o fato deverá ser comunicado imediatamente, com o máximo de antecedência. O contato entre o setor de Comunicação e o solicitante será feito exclusivamente por e-mail e reuniões podem ser agendadas caso sejam necessárias. O setor não responde solicitações encaminhadas através de aplicativos de mensagens para celulares.

O trabalho de criação, se solicitado, será feito pelo setor com base nas informações disponibilizadas. A proposta será desenvolvida e encaminhada ao solicitante dentro do prazo informado. O solicitante deverá então conferir se há alguma informação que deve ser corrigida. Conferido todo o material, o setor finalizará as artes para divulgação/produção.

Uma cópia das suas respostas será enviada para o endereço de e-mail fornecido

Powered by
 Google Forms