**A gestão da comunicação na Unifap**

A prática da comunicação na Unifap não se restringe à atuação dos comunicadores profissionais (formados em Comunicação), mas se estende a todos os seus públicos internos, legítimos protagonistas do processo de comunicação que permeia todas as instâncias da Universidade.

A comunicação é, portanto, responsabilidade de todos e deve caracterizar-se pelos atributos da ética, da transparência, do respeito à liberdade de ideias e de expressão, do diálogo e respeito recíproco e o compromisso com a circulação de informações qualificadas.

Para liderar o esforço global de comunicação institucional, a Unifap conta com uma estrutura profissionalizada de comunicação, que não apenas executa as atividades profissionais específicas dessa área, mas gerencia o processo de relacionamento da Universidade com os seus públicos estratégicos a partir de uma visão moderna de planejamento.

***A comunicação integrada e estratégica***

A comunicação na Unifap assume uma perspectiva integrada e estratégica.

Ela é integrada porque articula todas as modalidades ou competências profissionais de comunicação (jornalismo, relações públicas, publicidade/propaganda, editoração etc) com as demais áreas da Universidade (Tecnologia da informação, Planejamento estratégico, Gestão de Pessoas, Finanças) e está especialmente atenta às demandas e expectativas dos públicos de interesse da Unifap.

Ela é estratégica porque se define como um processo valioso de gestão, estreitamente associado aos objetivos institucionais, à cultura, à visão e aos valores da Universidade.

***O planejamento da comunicação***

A comunicação da Unifap deve ser sistematicamente planejada, de modo a ter, para cada ação comunicacional a ser desenvolvida, precisamente definidos os objetivos e metas a serem atingidos e incorporar instrumentos de avaliação.

Os planos de comunicação de curto, médio e longo prazos devem decorrer, obrigatoriamente, das diretrizes emanadas por esta Política de Comunicação e levar em conta os prazos definidos para sua execução e os recursos humanos, financeiros e tecnológicos disponíveis.

É importante admitir que a comunicação da Unifap assume sempre uma dupla condição. Ela é estratégica e se integra de forma indissolúvel ao planejamento global da Universidade, mas ela também se materializa, no dia a dia, em ações concretas para dar conta de trabalhos ou processos específicos.

***A gestão da comunicação para implementação da Política***

As diretrizes, posturas e ações definidas pela Política requerem, para sua implementação, de uma gestão ampla e competente da comunicação.

É importante, portanto, manter e ampliar os representantes da Comissão de Comunicação constituída para coordenar o processo de criação da Política, com o apoio de gestores e profissionais que contribuam para que ela se torne efetiva.

A Política de Comunicação representa um instrumento de gestão a ser continuamente atualizado e aperfeiçoado, buscando adequar-se aos rearranjos institucionais, às exigências da sociedade e do mercado e ao próprio universo da comunicação que tem experimentado, nos últimos anos, mudanças drásticas em função da emergência de novas tecnologias .

Recomenda-se que a Comissão de Comunicação, após a aprovação deste documento, permaneça ativa, acompanhando, de perto, todo o processo de implementação. Para isso, ela deve ter um cronograma definido de reuniões periódicas (no mínimo trimestral) para que possa avaliar a implementação das diretrizes emanadas pela Política de Comunicação e dispor de um canal permanente para atender os pedidos de esclarecimentos dos públicos internos da Unifap.

***A institucionalização e capacitação da estrutura profissional***

A estrutura profissional de comunicação da Unifap deve ser institucionalizada, de modo a estar alocada em uma área ou setor que tenha a comunicação como denominação principal (Assessoria, Secretaria ou Coordenadoria de Comunicação), como nas demais organizações, especialmente, nas instituições públicas, e ter precisamente definidas as suas atribuições e responsabilidades.

A equipe de comunicação deve caracterizar-se pelo pluralismo em sua formação, assumir uma perspectiva inter e multidisciplinar, e estar capacitada para atender os desafios presentes e futuros. Neste sentido, é fundamental a sua capacitação permanente tendo em vista uma atuação proativa, o domínio dos recursos tecnológicos e a consolidação de visão abrangente e atualizada do processo de comunicação institucional.

A comunicação da Unifap deve ser centralizada no que diz respeito ao seu planejamento e coordenação, mas optar pela descentralização operacional, quando ela se fizer necessária, notadamente para a realização de atividades de comunicação desenvolvidas em seus diversos campi.

Recomenda-se que a médio prazo a Unifap disponha de uma estrutura mínima, ou de pelo menos um profissional de comunicação que responda pela execução destas atividades em cada campi de modo a favorecer a articulação com a estrutura centralizada na sede e implementar localmente ações comunicacionais de âmbito global definidas para toda a Universidade. Esta situação garantirá a manutenção das diretrizes definidas pela Política de Comunicação e o vínculo com a vocação e a cultura de cada região.