

A comunicação interna da Uergs

A comunicação com os públicos internos estratégicos, comumente designada por comunicação interna, representa um processo abrangente e sistematicamente planejado, com o objetivo de promover a interação da alta administração da Uergs com esses públicos (ver descrição dos públicos em capítulo específico neste documento) e de favorecer o relacionamento dos públicos internos entre si.

A comunicação interna competente e planejada permite a criação de um clima organizacional saudável e produtivo, que gera estímulo à participação e ao engajamento dos públicos internos e que contribui para o fortalecimento da cultura organizacional, da qual resulta o cumprimento dos objetivos institucionais da Universidade.

A comunicação interna deve estar respaldada em informações qualificadas que favoreçam o processo de tomada de decisões e fundamentada em uma proposta democrática e dialógica, com respeito à liberdade de expressão e pensamento. Também é necessário que ela esteja comprometida com os atributos valorizados na sociedade moderna e no ambiente de trabalho, como a diversidade, a sustentabilidade, o respeito à divergência de ideias e opiniões e o desenvolvimento pessoal e profissional.

A comunicação interna incorpora, além dos veículos/canais de relacionamento e atividades formais (site, intranet, mural, *newsletter* etc.), processos e ambientes informais, que contribuem para a interação com os públicos internos e dos públicos internos entre si. Ela não pode ser concebida apenas como um sistema que dissemina informações de forma unilateral, em fluxo descendente (de cima para baixo), mas deve incorporar, obrigatoriamente, mecanismos para promover a troca de experiências e conhecimentos, detectar as demandas e estimular a participação.

Com o uso intensivo do universo digital (e-mails corporativos, mídias sociais etc.), a comunicação interna contemporânea não permanece mais refém dos ambientes físicos. Os públicos internos trocam informações, mantêm contato pessoal e profissional, mesmo quando não se encontram no ambiente de

trabalho. Isso significa que a comunicação interna extrapola o espaço da Universidade e essa condição fica evidente, no caso de uma instituição universitária, por exemplo, pela relação intensa entre docentes e alunos.

A comunicação interna deve atentar para o fato de que os seus públicos, mesmo quando se considera um deles em particular (por exemplo, os alunos), não são homogêneos em seus perfis econômicos e socioculturais e que há diferenças que costumam ser significativas entre alunos da graduação e da pós-graduação e entre os meios de comunicação por eles acessados. A mesma situação se reflete entre os docentes e é preciso considerar que a percepção em relação à Uergs pode variar entre professores efetivos, substitutos ou de instituições parceiras.

É fundamental perceber que a comunicação interna e a comunicação com os públicos externos (ver capítulo específico na Política de Comunicação) se tangenciam e se articulam, visto que os públicos internos (alunos, docentes, técnico-administrativos etc) estão em permanente contato com pessoas de fora da instituição e agem como multiplicadores de suas realizações, contribuindo, efetivamente, para promover a identidade institucional e construir a imagem ou reputação positiva da Uergs.

Embora existam áreas ou setores da Universidade que se ocupam mais frequentemente da relação com (e entre) os públicos internos, como Gestão de Pessoas e a Assessoria de Comunicação, a comunicação interna se realiza independentemente de chefias ou instâncias administrativas definidas. Essa condição pode ser percebida facilmente no dia a dia da instituição e deve ser explorada em momentos especiais, como campanhas e durante momentos de tensão institucional (crises), inclusive com o engajamento dos chamados líderes informais, presentes em qualquer organização.

Os gestores da Uergs exercem papel relevante na comunicação interna porque se constituem em protagonistas fundamentais no processo de disseminação de informações relevantes sobre as suas áreas de atuação e sobre a Universidade como um todo. A disposição dos gestores em compartilhar informações, estimulando a adoção de uma prática de comunicação transparente e qualificada, e, ao mesmo tempo, dialógica e plural, favorece a

criação de um ambiente propício ao debate e à participação dos públicos internos.

Dada a estrutura descentralizada da Uergs, tipificada pela existência de inúmeros campi e dezenas de unidades, distribuídas pelas várias regiões do estado, é fundamental estabelecer uma comunicação em rede, estimulando a troca de informações e experiências, e o compartilhamento de problemas e desafios comuns, com a consequente explicitação de boas práticas ou soluções já desenvolvidas internamente para superá-los.

Recomenda-se que, ao longo do tempo, se constitua uma rede de comunicadores nos campi e nas unidades, sob a coordenação da estrutura profissionalizada de comunicação da Uergs (Ascom), de modo a garantir que as ações, as estratégias e os canais de relacionamento assumam uma perspectiva profissionalizada, com atenção à aplicação correta das diretrizes emanadas por esta Política de Comunicação. Idealmente, pode-se viabilizar, a médio e longo prazos, a presença de pelo menos um comunicador profissional em cada campi que, articulado com a Ascom, possa coordenar regionalmente campanhas e ações planejadas pela Universidade. A adoção de procedimentos e diretrizes comuns postulados pela Política de Comunicação garante a homogeneidade no desenvolvimento das atividades de comunicação e o fortalecimento da identidade institucional da Uergs.