

# **APONTAMENTOS COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL ABRUEM**

- 1. As hierarquias e estruturas comunicacionais da Abruem**
- 2. A formação de redes e seus mecanismos**

# 1. AS HIERARQUIAS E ESTRUTURAS COMUNICACIONAIS DA ABRUEM

Vínculos com pró-reitorias

Estruturas não integradas: assessoria vs rádio, assessoria vs cerimonial

Ausência de comunicação integrada: Jor, PP, RP, Cerimonial, Design

Ausência de planos regulares de capacitação profissional

Inexistência de identidade visual ou deficitária, com distorção da logo, por exemplo; retrabalho gráfico

Custos mais altos em algumas situações, especialmente em TV (devido à terceirização de diversos serviços)

Difusão não simultânea de notícias de relevância institucional, prejudicando o impacto na opinião pública, especialmente nos momentos de crise da imagem institucional

## 2. A FORMAÇÃO DE REDES E SEUS MECANISMOS

### 2.1 A formação de redes

As redes virtuais / sociais

A rede federal

O avanço das federais, EaD e ensino privado, todos disputando o mesmo alunado

A Comunicação como investimento, não como gasto

Apontamentos do raio-X

### **2.1.1 Áreas de atuação**

Assessoria de Imprensa	100%
Relações Públicas	60%
Criação publicitária	50%
Cerimonial	20%

### **2.1.2 Área de formação dos profissionais**

Jornalismo	100%
Administração	35%
Design	35%
Publicidade	30%
Radialismo	30%
Relações Públicas	10%

### **2.1.3 Efetivo na área de Comunicação**

1 a 3 pessoas	35%
4 a 8 pessoas	35%
Mais de 8	30%

### **2.1.4 Ações permanentes de capacitação das equipes**

Sim	15%
Não	85%

### **2.1.5 Plano de metas e resultados**

Não	60%
Sim	40% (10% dos quais para relacionamento com a Mídia e 10% para formação de estrutura de comunicação integrada)

### 2.1.7 Quem produz os cerimoniais

Equipe de Comunicação	35%
Gabinete da Reitoria	20%
Setor de Cerimonial	15%
Cada campi	10%
Sem resposta clara	20%

### 2.1.8 Quem produz as campanhas de vestibular

Equipe externa	50% (com custo mais alto, em geral)
Equipe de Comunicação + externo	35%
Equipe de Comunicação na totalidade	15%

### **2.1.9 Principais meios de difusão de conteúdos**

Site próprio	100%
Releases	90%
Jornal institucional	70%
Site da agência estadual	55%
Site da secretaria estadual	20%
Rádio	15%

### **2.1.10 Principais dificuldades da equipe de Comunicação**

Ausência de política permanente de capacitação profissional	55%
Efetivo insuficiente	55%
Desconhecimento, de outros setores, sobre a área	45%
Salários baixos	20%
Equipamento sucateado	20%

## 2.2 Ferramentas daqui em diante

Fomentar a agência de notícias a partir de ferramenta da Rede Ifes

Concretizar o programa de rádio

Produzir um plano nacional de divulgação institucional da Abruem

Cada IES produzir seu próprio planejamento comunicacional, com previsão orçamentária, se possível

Estratégia nacional de relacionamento com a Mídia, especialmente a grande mídia brasileira

Guia nacional de fontes para Imprensa, via web

## 2.3 O que já fizemos/apoiamos/em andamento

Iniciado processo de difusão de que há uma rede Abruem

Incentivo na formação de redes locais, como a de Jornalismo Científico no Paraná

Acordo com a Rede Ifes, para compartilhamento de material audiovisual e agência de notícias

Canal digital público no Paraná

Raio-x da Comunicação da Abruem

Despertar a própria Abruem para seu potencial comunicacional

Revista de balanço e desafios do Focco