

Texto preliminar sobre A internalização da Política de Comunicação

Após a aprovação da Política de Comunicação pelas instâncias superiores do IFRJ, o esforço inicial a ser desenvolvido pela Comissão de Comunicação deve estar concentrado na divulgação ampla do documento que sintetiza as suas diretrizes, visando torná-lo conhecido notadamente pelos públicos internos. Da mesma forma, a Comissão estar empenhada na definição imediata de um cronograma para a efetivação das ações, estratégias e produtos, previstos no Plano de Implementação.

A Política de Comunicação, imediatamente após a sua aprovação, será oficialmente lançada em um evento específico, com a presença dos principais gestores e representantes dos públicos estratégicos do IFRJ. Este evento tem como objetivo evidenciar a importância da Política de Comunicação como instrumento estratégico de gestão, com destaque ao processo de construção coletiva, a indicação das suas principais diretrizes, informações sobre o plano de implementação, bem como indicar a forma de acesso ao documento integral e a quem recorrer, no caso de dúvidas sobre a sua aplicação. Recomenda-se que ele seja gravado e, se possível, transmitido virtualmente pelo canal de vídeo do IFRJ, de modo a permitir que seja acessado interna e externamente por todos os interessados (gestores, especialmente de comunicação, de outros Institutos da Rede Federal, universidades, empresas públicas e mesmo colegas do mercado de comunicação de todo o país), visto que a construção bem sucedida e democrática de uma Política de Comunicação pode inspirar outras empresas e instituições que ainda não se dispuseram a percorrer o mesmo trajeto. Simultaneamente, todos os canais de relacionamento do IFRJ com os seus públicos estratégicos (portal institucional, portais dos campi, sistema de e-mail, mídias sociais oficiais) deverão noticiar a aprovação da Política de Comunicação, ressaltando a sua importância, seu caráter de construção coletiva, e a sua abrangência, com a indicação dos principais temas que a compõem.

O documento da Política de Comunicação deverá estar acessível, em formato digital, no Portal do Instituto para consulta dos seus públicos internos e merecer, se possível, uma edição impressa, com um número limitado de exemplares, para distribuição aos gestores e representantes dos públicos estratégicos. Da mesma

forma, os portais dos diversos campi deverão incluir um link que permite o acesso a este documento, acompanhado de um breve texto sobre a sua importância estratégica e a necessidade de obedecer às diretrizes traçadas.

Os diversos campi deverão, para contribuir com este esforço de divulgação, realizar reuniões, coordenadas pelos diretores gerais dos campi ou por pessoas por eles designadas, com o objetivo de dar conhecimento da Política de Comunicação e conscientizar os públicos internos sobre a sua importância.

Os responsáveis pelo planejamento e execução das atividades de comunicação dos campi deverão atuar como protagonistas do processo de implementação do Plano, definindo ações em articulação com a CGCOM de modo a garantir um esforço integrado para a aplicação das diretrizes da Política de Comunicação.

A implementação da Política de Comunicação

A Política de Comunicação incorpora um Plano de Implementação com ações a curto, médio e longo prazos, cuja gestão estará sob a responsabilidade de uma Comissão, constituída para esse fim, sob a coordenação da CGCOM. Ela será responsável não apenas pelo acompanhamento da implementação da Política de Comunicação, mas também estará à disposição para esclarecer dúvidas sobre suas diretrizes e providenciará, quando necessário, a sua revisão e atualização.

Esta Comissão deverá ser constituída logo após a aprovação do documento final e terá como integrantes, além de profissionais da CGCOM, representantes de áreas ou setores que estão diretamente comprometidos com a sua efetiva aplicação (Gestão de Pessoas, TI, Pró-Reitorias de Ensino, Pesquisa, Extensão, Inovação, dentre outros). Sua coordenação estará a cargo da CGCOM.

A Comissão deverá realizar reuniões periódicas trimestrais para fazer um balanço do processo de implementação da Política de Comunicação, com atenção aos entraves e desafios enfrentados para o cumprimento de suas diretrizes. A Comissão, a partir destas reuniões, elaborará e encaminhará relatórios às instâncias superiores dando conta do andamento do processo e indicando cronograma das próximas etapas a serem cumpridas.

Os produtos da Política de Comunicação

A Política de Comunicação prevê uma série de produtos (guias, manuais, diagnósticos, newsletters) que serão produzidos a curto, médio e longo prazos,

tendo em vista efetivar as diretrizes, ações e estratégias contidas no Plano de Implementação.

Dado o número significativo destes produtos, o IFRJ, dependendo das necessidades e da possibilidade concreta de contratação, poderá valer-se do serviço de agências/assessorias externas para a sua elaboração, sob a orientação da CGCOM, responsável pela gestão do processo de implementação da Política de Comunicação.