

FACULDADE DE EDUCAÇÃO

Gestão de Instituições Federais de Educação Superior

Implementação de um Plano de Comunicação e Informação para Faculdade de
Educação da Universidade Federal de Minas Gerais

Belo Horizonte

2016

Geraldo Toledo de Paiva Junior

Implementação de um Plano de Comunicação e Informação para Faculdade de
Educação da Universidade Federal de Minas Gerais

Trabalho de Conclusão de Curso
Apresentado à Faculdade de Educação
da Universidade Federal de Minas Gerais,
como requisito parcial para a conclusão
do Curso de Especialização em Gestão
das Instituições Federais de Ensino
Superior.

Linha de Pesquisa: Gestão em
Tecnologias.

Orientador: Wellington Marçal de Carvalho

Belo Horizonte

2016

Folha de Aprovação

Título do TCC: Implementação de um Plano de Comunicação e Informação para Faculdade de Educação da Universidade Federal de Minas Gerais.

Nome do aluno: Geraldo Toledo de Paiva Junior

Trabalho de conclusão de curso, Modalidade especialização, defendido junto ao Programa de Gestão de Instituições Federais de Ensino Superior- Faculdade de Educação da Universidade Federal de Minas Gerais – aprovado pela banca examinadora, constituída, por:

Wellington Marçal de Carvalho (Orientador)

Membro da Banca

Membro da Banca

Belo Horizonte

2016

Dedicatória

Agradeço a Deus pela oportunidade de seguir me aprimorando e adquirindo cada vez mais conhecimento. A meus pais pelo apoio incondicional. A minha esposa pela ajuda e incentivo nesse projeto. A toda equipe do GIFES pela atenção e dedicação para que sempre tenhamos sucesso.

Resumo

Este trabalho se destina a apresentar um plano de comunicação para a Faculdade de Educação - FAE / UFMG, com o objetivo de aprimorar o trabalho do Setor de Comunicação e Inovação Tecnológica, já existente. Tal monografia teve início com uma contextualização que mostra, em linhas gerais, que desde o início do processo de redemocratização do Brasil, a sociedade tem demandado cada vez mais transparência e acesso às informações referentes à esfera pública. Na sequência é apresentado um breve histórico da FAE, acompanhado de uma descrição da estrutura da Unidade, com destaque para os colegiados de curso. Em seguida é mostrado o setor de comunicação e Inovação Tecnológica, com seus avanços, dificuldades e produtos, com destaque para o “Boletim FAE”. Por fim são apresentadas sugestões para a melhoria do fluxo informacional da Faculdade, aprimoramento dos veículos já existentes e criação de novas possibilidades de difusão de informações, a partir, principalmente, da utilização de pesquisas.

.

Palavras-chave:

Comunicação; interação; informação; público interno; público externo.

Lista de abreviaturas e siglas

CEDECOM- Centro de comunicação da UFMG

FAE- Faculdade de Educação

FIEI- Curso de formação Intercultural de Educadores Indígenas

IES – Instituições de Ensino Superior

LECAMPO – licenciatura em educação do Campo

REUNI- Programa de Reestruturação Universitária

UFMG- Universidade Federal de Minas Gerais

Lista de figuras

Gráfico 1 – Organograma da FAE

10

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	8
1.1 APRESENTAÇÃO.....	8
1.2 CONTEXTUALIZAÇÃO.....	9
1.3 PROBLEMA.....	11
1.4 JUSTIFICATIVA	11
1.5 OBJETIVOS.....	13
1.5.1 Objetivo geral.....	13
1.5.2. Objetivos específicos.....	13
2. REFERENCIAL TEÓRICO.....	14
2.1 COMUNICAÇÃO, O COTIDIANO E CONSTRUÇÃO SOCIAL DA REALIDADE.....	14
2.2 COMUNICAÇÃO INTERNA UMA REALIDADE POSSÍVEL.....	17
2.2.1 Comunicação científica, um mundo a ser explorado...18	
3. METODOLOGIA E ESTRATÉGIAS DE AÇÃO.....	20
4. CRONOGRAMA	22
5. RECURSOS NECESSÁRIOS	23
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	24
REFERÊNCIAS.....	26
ANEXOS.....	28

1. Introdução

1.1 Apresentação

A comunicação tem crescido de forma exponencial nas últimas décadas, seja por meio do desenvolvimento de meios eletrônicos que possibilitam a difusão de informações numa velocidade nunca anteriormente vista, pelo desenvolvimento de novas linguagens capazes de acompanhar essa tecnologia e pela criação de novos meios para sua difusão.

Paralelamente a isso, a cerca de 20 (vinte) anos, o Brasil passa por um processo de constante democratização, que tem garantido ao cidadão brasileiro a conquista de direitos e garantias, que permitem o exercício dessa cidadania com cada vez mais plenitude.

Como uma das consequências desse processo, o cidadão tem buscado o crescente entendimento sobre o que acontece na esfera pública, o que está levando essas instituições a buscarem o desenvolvimento de meios e ferramentas para levar uma quantidade de informações cada vez maior e com melhor qualidade, por meio, principalmente, de estratégias e planos de comunicação e informação. Relaciona-se diretamente com esse contexto o advento da *Lei 12.597*, de 18 de novembro de 2011, que regulamenta o acesso à informação previsto no inciso XXXIII do art. 5º, no inciso II do § 3º do art. 37 e no § 2º do art. 216 da *Constituição Federal*.

Por outro lado, a comunicação tem se desenvolvido em uma outra vertente, a da Comunicação Interna das organizações, o que tem contribuído de maneira decisiva para a melhoria de processos, aumento de produtividade, e melhoria na qualidade de vida no trabalho.

Seguindo essa tendência, o serviço público tem, progressivamente, lançado mão de planos de comunicação interna para a melhoria das relações de trabalho e, conseqüentemente, a produtividade e a qualidade do atendimento à população.

Além do atendimento a *Lei de acesso a informação*, os órgãos públicos têm criado mecanismos para se comunicar não só com seu público externo, mas também construindo meios para disseminar informação para seu público interno.

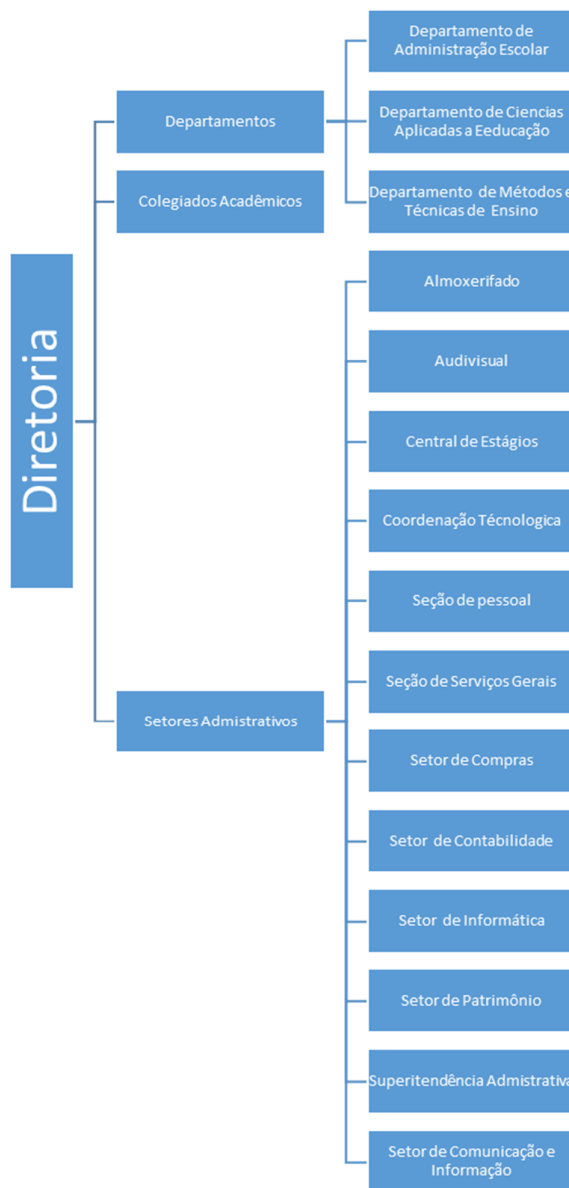
1.2 Contextualização

A Faculdade de Educação da UFMG foi criada pelo *Decreto-lei n. 62.317*, de 28 de fevereiro de 1968, que reestruturou a Universidade Federal de Minas Gerais. É resultado do desdobramento do Departamento de Pedagogia e Didática da Faculdade de Filosofia Ciências e Letras, na época, responsável pelo Curso de Pedagogia e pelo Curso de Didática. A partir de 28 de fevereiro de 1972, a Faculdade de Educação passou a funcionar no *campus* Universitário da Pampulha, no prédio anteriormente destinado a abrigar o Colégio Universitário. Hoje, com 43 anos de fundação, 4 cursos de graduação, 2 colegiados de pós-graduação, uma comunidade escolar de quase 1.900 alunos e 185 funcionários entre técnico-administrativos em educação e docentes. A unidade possui 1 *site* principal, 1 *fampage* no *facebook* além de *sites* secundários dos colegiados de graduação e de pós-graduação, CEALE, e também páginas no *facebook*, como da biblioteca da FAE, e do NEPEI.

A UFMG atualmente conta com 19 unidades acadêmicas, sendo que 5 delas possuem setor de comunicação interna ou assessoria de comunicação, sendo elas: Escola de Belas Artes, Escola de Música, Escola de Veterinária, Faculdade de Letras e Faculdade de Medicina, e a Escola de Engenharia possui o setor em seu organograma, mas ainda não foi implementado. A Biblioteca Universitária também conta com uma Divisão de Comunicação.

Sendo assim, no ano de 2014, a FAE/UFMG criou o Setor de Comunicação e Inovação Tecnológica, com o objetivo de organizar e estabelecer parâmetros comunicacionais para aquela unidade acadêmica.

Gráfico 1 - Organograma FAE



Fonte: elaborado pelo autor em novembro de 2015.

A primeira iniciativa desse Setor foi a criação do “*Boletim*”, jornal virtual encaminhado semanalmente ao *e-mail* de todos os funcionários, todas as segundas-feiras, com informações gerais da FAE.

Porém, todo processo pode e merece ser aperfeiçoado, e por isso, esse projeto pretende incrementar e desenvolver ações que visem a consolidação do trabalho já realizado pelo setor de Comunicação e Inovação Tecnológica da Faculdade de Educação da Universidade Federal de Minas Gerais.

1.3 Problema

A partir da exposição dos aspectos anteriormente discutidos, percebe-se a necessidade da elaboração de um plano de comunicação e informação, que tenha como objetivo a resolução da seguinte questão que permeie toda sua elaboração: “Como aperfeiçoar o fluxo de comunicação e informação da Faculdade de Educação da UFMG, aprimorando o trabalho do Setor de Comunicação já existente?”

1.4 justificativa

A FAE teve sempre como foco principal, desde sua fundação, o apoio ao curso de Pedagogia, e durante muitos anos, a mesma conviveu unicamente com a realidade desse curso.

Num segundo momento, a Unidade criou o Colegiado Especial dos cursos de Licenciatura, com a função de dar o suporte e comportar, inclusive fisicamente, às disciplinas pedagógicas dos cursos de Licenciatura.

Em 2009 foram criados os Colegiados de Licenciatura em Educação do Campo e o Colegiado do Curso de Formação Intercultural de Educadores Indígenas.

Paralelamente a isso, devido ao Programa de Reestruturação Universitária (REUNI), que tem investido numa série de projetos de cooperação que incluem a Unidade, o que tem demandado o aumento considerável do quadro de funcionários terceirizados da Faculdade, aumentou ainda mais o público interno da mesma.

Partindo desse contexto em que se encontra a Unidade hoje: um público crescente e cada vez mais heterogêneo; docentes, técnico-administrativos em educação, discentes e terceirizados que se comunicam e trocam informações, formais e não formais é que surge a necessidade da criação de mecanismos que facilitem a comunicação e o trâmite de informações dentro da Unidade e para além da Unidade.

Outro ponto a ser destacado é o fluxo de informações institucionais, provenientes da Universidade que também devem ser acompanhados por serem de grande interesse do público interno. Também são veiculadas informações sobre carreira, benefícios, serviços e outros assuntos ligados aos servidores. Nesse aspecto são relevantes as considerações de Grunning:

A universidade enquanto instituição e organização atende aos mais diversos segmentos de públicos. Tal assertiva implica na necessidade de um maior comprometimento e envolvimento com a sua comunicação, definindo e implantando políticas que contemplem a sua comunicação institucional, interna e administrativa. Políticas de comunicação são entendidas como um conjunto de ações e estratégias planejadas e articuladas numa perspectiva simétrica. (GRUNNING, 1989)

Em seus estudos, Ramos (2004) reforça a ideia da importância que as instituições de ensino superior (IES) precisam dar à comunicação, pois não podem mais se concentrar apenas diretamente na educação, precisam estar atentas ao contexto no qual estão inseridas.

Sendo assim, certamente, o dia-a-dia da FAE/UFMG demonstra a necessidade da organização e da difusão sistematizada e organizada das informações lá produzidas.

Diante do cenário exposto, verifica-se a necessidade de melhorias no Setor de Comunicação, que gerencie e administre o fluxo de informações, provenientes dos públicos que compõem a FAE, otimizando a divulgação, o compartilhamento, circulação e qualidade das informações produzidas, recebidas e que circulam na Faculdade, possibilitando um bom relacionamento entre as pessoas, os setores, a comunidade universitária e a sociedade como um todo.

1.5 Objetivos

1.5.1 Objetivo Geral

Desenvolver um plano de comunicação e informação para a sistematização e consolidação do Setor de Comunicação e Inovação Tecnológica da FAE, visando uma melhor e maior divulgação das informações referentes ao cotidiano dessa Unidade.

1.5.2 Objetivos específicos

1. Diagnosticar o atual fluxo comunicacional da FAE/UFMG;
2. Aperfeiçoar o “*Boletim*”, que veicula com periodicidade semanal as informações da Unidade;
3. Criar uma cartilha, com organograma, função de cada setor, ramais, informações sobre carreira e direitos e deveres dos servidores;

2. Referencial Teórico

2.1 Comunicação, o cotidiano e construção social da realidade

A sociedade está em constante mutação e não se configura como um objeto fixo e acabado. Ela não se apresenta como um produto pronto, mas sim em um permanente processo de construção, possibilitado pela ação dos sujeitos. É na experiência destes que a realidade social que eles vivenciam é formada. Nesse processo, uma gama de valores, referências, normas e regras que orientam suas vidas é construída e atualizada (SIMÕES, 2006).

O cotidiano apresenta dois sentidos que se entrelaçam: um que se refere às ações repetidas ordinariamente e outro, ao inusitado. Dessa forma, entende-se que a vida cotidiana se faz tanto na repetição, como também em sua quebra (HELLER, 1992). Nesse movimento entre repetição e criação, o sujeito sai do seu particular para assumir uma instância pública, as ações passam a não ser mais pensadas isoladamente, mas pertencentes a um todo, dentro de um mesmo processo.

Os sujeitos, por diversas vezes, deixam de perceber pequenas coisas do mundo, para percebê-lo em sua generalidade. A sua visão passa a ser de um todo coeso, sem rupturas. Quando algo quebra essa sequência passa a criar uma nova experiência.

Entendemos o cotidiano como lugar da experiência, do vivido, das partilhas e dos enfrentamentos: igualmente um lugar da constituição dos laços e da sociabilidade. Falar do cotidiano é falar de um trabalho de construção de um lugar no mundo - ocupação simbólica de um espaço; vivência temporal (inserção em presente que costura uma certa apreensão do passado e uma dada projeção do futuro); estabelecimento de identificações e distinções entre sujeitos. Em razão disso, o cotidiano é marcado pela construção de acordos e pela realização de rupturas. (FRANÇA; GUIMARÃES, 2006, p. 4)

As práticas cotidianas são forjadas por inúmeras táticas e maneiras de fazer (CERTEAU, 1994). Isso significa que os sujeitos estão sempre procurando modos de escapar dessa coesão e provocar rupturas, estão sempre em busca de escapar da linearidade, buscando formas e maneiras de invenção e resistência. Essas táticas

são importantes para garantir a inserção dos sujeitos no contexto social (CERTEAU, 1994).

A vida social é marcada pela luta pelo poder, pela diferença, pela presença de contradições, de antagonismos - que têm uma existência objetiva, no plano das práticas, das intervenções e apropriações no mundo, mas encontram no campo da linguagem e do simbólico o lugar privilegiado de sua expressão. Por outro lado, os grandes sistemas simbólicos, os valores, os quadros de sentido existem somente em situações concretas – nas práticas comunicativas, na materialização simbólica operada pelos discursos. Os padrões da cultura (e as estruturas ideológicas) apenas se atualizam no bojo das interlocuções. É aí que as estruturas ideológicas se reproduzem. Mas é aí também – nas intervenções dos sujeitos que produzem formas, que são afetados por elas – que essas mesmas estruturas são modificadas; que a cultura vive o dinamismo que a constitui. (FRANÇA; GUIMARÃES, 2006, p. 7)

É nesse diálogo entre as práticas cotidianas e concretas dos sujeitos e o universo de valores mais amplo da sociedade que se constitui a cultura. Dessa forma, a cultura está ligada à ordem prática da vida, à existência material dos sujeitos.

A cultura vivenciada nas experiências cotidianas da sociedade também é constituída a partir dos diferentes meios de comunicação, já que esses estão inseridos no meio social e atuam como difusores de práticas e costumes que permitem uma representação da sociedade. Assim, as representações midiáticas participam das experiências culturais vividas pelos sujeitos na sociedade:

Numa cultura da imagem dos meios de comunicação de massa, são as representações que ajudam a construir a visão de mundo do indivíduo, o senso de identidade e sexo, consumando estilos e modos de vida. A ideologia é tanto um processo de representação, imagem e retórica quanto um processo de discursos e ideias (KELNER, 2001, p. 82 *apud* BORGES; SENTA; MENDONÇA, 2010, p.2)

Dessa forma, entende-se que o processo de construção social da realidade do qual a Universidade participa, é configurado a partir de processos e dinâmicas em rede. As interações ocorridas nessa construção são dinamizadas em permanente articulação, onde se estabelecem as trocas simbólicas e o encadeamento dos assuntos que constroem uma dada realidade.

Como se estrutura essa articulação em rede? A hipótese aqui proposta é que o sistema da mídia se articula cada vez mais em torno de duas redes principais, que por sua vez comunicam-se por

meio de diferentes tecnologias de comunicação e informação. Essas redes constituem-se respectivamente em torno da televisão e da Internet estabelecendo nós com diferentes tecnologias de comunicação e informação como telefone, o rádio, a imprensa escrita, etc. (CARDOSO, 2007, p.17)

Nessa configuração de sociedade em rede, a comunicação interna emerge como um dos dispositivos que promovem interações com os sujeitos, o ambiente de trabalho e a sociedade, atuando na construção social da realidade.

Ao promover discussões em relação a temas que suscitam a identificação de diferentes grupos sociais, a comunicação interna tem como um de seus objetivos o estabelecimento de parâmetros que difundam uma certa identidade comum, na qual existam também pautas e objetivos comuns a um determinado grupo, independentemente do “eu” de cada um de seus membros.

A identidade é formada na “interação” entre o eu e a sociedade. O sujeito ainda tem um núcleo ou essência interior que é o “eu real”, mas este é formado e modificado num diálogo contínuo com os mundos culturais “exteriores” e as identidades que esses mundos oferecem. (HALL, 2001, p.22)

A formação de uma identidade é marcada pelas relações do indivíduo com a sociedade na qual ele está inserido. Na atualidade, essa vivência do sujeito com o seu meio é infiltrada pelas mensagens transmitidas pelos meios de comunicação. As representações sociais difundidas pela comunicação interna passam a constituir uma realidade que começa a integrar o rol da opinião pública em forma de discurso da atualidade, tornando-se parte do cotidiano.

Nas sociedades contemporâneas, caracterizadas pelo desenvolvimento de uma poderosa indústria cultural, as mídias eletrônicas tornam-se os agentes principais na construção do consenso e disseminação de representações da realidade. As formas pelas quais a realidade é representada na mídia desempenham um papel constitutivo na vida política e social e não são meros reflexos “a posteriori” dos eventos, em um processo dinâmico estabelecido através de “cenários de representação” (PORTO, 1995, p.59)

Nos cenários construídos pela comunicação interna, emergem diferentes formas de representação acerca de temas que permeiam a vida cotidiana dos servidores.

Esses temas podem, muitas vezes, trazer para esfera pública questões que antes faziam parte do universo privado.

2.2 Comunicação interna: uma realidade possível

A FAE pode ser representada por uma comunidade interna perene, constituída principalmente por servidores docentes e técnico-administrativos em educação, alunos da graduação do curso de Pedagogia, na modalidade presencial, e da pós-graduação, representada ainda por uma comunidade interna “eventual”, constituída, principalmente, pelos alunos da graduação em Pedagogia, na modalidade a distância, e também pelos alunos dos cursos de Licenciatura em Educação do Campo (LECAMPO) e do curso de Formação Intercultural de Educadores Indígenas(FIEI).

Para tanto é preciso que a mesma interaja com cada um desses grupos, de acordo com as especificidades dos mesmos.

Podemos assim definir uma organização como um sistema social e histórico, formal, que obrigatoriamente se comunica e se relaciona, de forma endógena, com os seus integrantes e, de forma exógena, com outros sistemas sociais e com a sociedade. (KUNSCH, 2008 p. 62)

E como tal, pode ter como aliada, na melhoria de sua rotina e processos, a comunicação.

A comunicação neste contexto formal, é fundamental para que a administração organizacional de políticas, planejamentos, ações coordenações direções e controles tenham sentido e significado para os integrantes da organização e suas redes de relacionamento. (KUNSCH, 2008, p. 64)

A implementação de um setor de comunicação é importante também para se fazer, num primeiro momento, um estudo detalhado do ambiente organizacional, e a partir daí, lançar mão das ferramentas e estratégias de difusão de informação adequadas a cada realidade.

Os fluxos de comunicação ocorrem através de *meios de comunicação*: os tradicionais, tais como os orais adequados aos relacionamentos face a face, os impressos (boletins, jornais, revistas, manuais, relatórios dentre outro) e os

audiovisuais (vídeos, televisões corporativas; e os modernos meios digitais para os quais acabam convergindo inúmeros meios de comunicação (NASSAR, 2007, p.70)

É fundamental que uma organização tenha sempre suas estratégias de ação norteadas no atendimento de demandas e interesses próprios e os daqueles com quem interage.

As organizações contemporâneas devem buscar o equilíbrio entre seus interesses e os de seus públicos. Por isso, precisam planejar estrategicamente sua comunicação, para realizar relacionamentos efetivos. (KUNSCH, 2008, p. 107)

2.2.1- Comunicação Científica, um mundo a ser explorado

A FAE/UFMG é parte de uma grande estrutura, que tem como um de seus pilares a pesquisa científica e, como tal, essa Unidade produz uma gama enorme de conteúdo que pode e deve ser divulgado. Para tanto, é necessário que se divulgue as pesquisas que a Faculdade realiza, tanto no âmbito da própria Unidade, quanto no da Universidade e também na sociedade em geral.

Para isso o setor de Comunicação pode contar com os veículos da Unidade, como o *Boletim* FAE; com os veículos vinculados à Administração Central da UFMG, como o *site* da UFMG e o *Boletim* UFMG e, ainda, o aprofundamento de relação produtiva com o Núcleo de Divulgação Científica, vinculado ao Centro de Comunicação (CEDECOM). No âmbito externo, pode contar com entidades como a Rede Mineira de Comunicação Científica, vinculada à Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais (FAPEMIG) entre outras.

O que se entende hoje por comunicação científica engloba uma variada gama de atividades e estudos cujo o objetivo maior é criar canais de integração da ciência com a vida cotidiana das pessoas ou seja, despertar interesse da opinião pública em geral pelos assuntos da ciência, buscando encontrar respostas para suas curiosidades em compreender a natureza, a sociedade e o seu semelhante. (DUARTE, 2007, p.3)

A comunicação pública está ganhando cada vez mais espaço em tais organizações, pois a partir da mesma pode-se influenciar de forma decisiva, nos hábitos de populações, e a tomada de decisões de entidades e agentes do Estado.

Com esta acepção, a comunicação pública está inserida no âmbito das discussões que dizem respeito a gestão das questões públicas e pretende influir na mudança de hábitos de segmentos da população, bem como na tomada de decisão política a respeito de assuntos da ciência que influenciam diretamente a vida do cidadão. (DUARTE, 2007, p.4)

3. Metodologia e estratégias de ação

Em relação aos seus objetivos este trabalho tem natureza exploratória–descritiva, segundo (GIL, 2008, p.27), a pesquisa exploratória tem por finalidade “proporcionar maior familiaridade com o problema com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses, ou seja, desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias para estudos posteriores”.

A pesquisa Descritiva permite detalhar melhor o objeto de estudo ainda de acordo com (GIL, 2008, p.28), “a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou estabelecimento de relações entre as variáveis”, ajuda a entender a dinâmica do setor de comunicação e suas características.

Inicialmente esse trabalho deve se ater a uma análise geral de todo o trabalho que já vem sendo desenvolvido pelo setor, com a identificação das rotinas diárias, todos os procedimentos e práticas relacionadas com às atividades do dia-a-dia, para a realização e consolidação de uma primeira análise desse setor.

Posteriormente, recomenda-se a realização de pesquisas com o objeto de identificar os fluxos da comunicação, formais e não formais da FAE, para que se possa ter maior clareza de tais processos e, a partir daí, realizar uma avaliação com o objetivo de traçar estratégias para aperfeiçoar os processos de comunicação na Unidade.

A próxima etapa será estabelecer contato mais direto com o CEDECOM, para que seja ampliado o número de informações divulgadas sobre a FAE, em outros veículos de comunicação na Universidade e trabalhar de maneira mais integrada com os grupos de pesquisa da FAE, com o objetivo de conhecer melhor os produtos de seus trabalhos, facilitando possíveis divulgações.

Com o intuito de levar as informações a todos os públicos da unidade, disponibilizar o “*Boletim*” para os alunos da FAE, a fim de se conseguir trabalhar com um número maior de pautas, e aumentar a difusão desse veículo. Acompanhar o calendário acadêmico a fim de reforçar a divulgação de datas importantes da graduação e da pós-graduação, apoiando os respectivos colegiados nesse sentido.

Acompanhar também, mais de perto, o trabalho da Seção de Pessoal, com o objetivo de difundir um número cada vez maior de informações relativas ao dia-a-dia dos servidores Técnico-Administrativos e Docentes.

Propor melhorias das práticas comunicacionais internas da FAE, implica em uma nova estruturação da unidade, e dos seus processos, para que os mesmos passem a ser integrados, e que tenham visibilidade para todos os públicos pertencentes a essa Unidade, e não seja segmentado atendendo a certos interesses, ou atingindo somente algumas pessoas.

4. Cronograma

Junho	<ul style="list-style-type: none"> • Escolha do tema • Indicação de orientador
Julho	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboração de pré-projeto
Agosto	<ul style="list-style-type: none"> • Início da orientação • Elaboração da introdução • Coleta de dados
Setembro	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboração dos objetivos • Elaboração da justificativa • Encontro com orientador
Outubro	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboração do referencial teórico • Correções dos itens já realizados • Encontro com orientador • Revisão literária • Pesquisa sobre a comunicação interna na UFMG
Novembro	<ul style="list-style-type: none"> • Encontro com orientador • Elaboração do referencial teórico • Revisão dos tópicos já realizados
Dezembro	<ul style="list-style-type: none"> • Metodologia e estratégias de ação • Revisão bibliográfica • Revisão dos itens já realizados • Cronograma
Janeiro e Fevereiro	<ul style="list-style-type: none"> • Considerações finais • Revisão final • Elaboração de banner • Impressão e entrega final
Março	<ul style="list-style-type: none"> • Apresentação e defesa

5. Recursos Necessários

Para atender as necessidades geradas por esta pesquisa não serão necessários grandes incrementos financeiros além dos já disponibilizados pela unidade, tais como computador, *internet*, papel, impressora, recursos humanos dentre outros.

Sugere-se a aquisição de *softwares* de edição de imagens, e de conteúdos para melhoria da qualidade do *Boletim*, e criação de folder, e materiais de divulgação de interesse da unidade, tais como:

- *Corel Draw* – Custo médio – R\$ 800,00 (oitocentos reais).
- *Illustrator*– Custo médio – R\$ 1.800,00 (mil e oitocentos reais).
- *Photoshop* – Custo médio – R\$ 2.000,00 (dois mil reais).
- *InDesign* – Custo médio – R\$ 1.900,00 (mil e novecentos reais).
- **Custo médio total – R\$ 6.500,00 (seis mil e quinhentos reais).**

6. Considerações Finais

A UFMG é dotada de uma grande estrutura, com quantidade e variedade muito grandes de cursos de graduação, pós-graduação, especialização, extensão, entre outros.

Todos esses cursos estão divididos nas Unidades Acadêmicas, o que acaba conferindo a cada uma delas um nível considerável de autonomia, em relação à administração central.

Um outro aspecto que merece ser abordado é também a grande diversidade de perfis presentes na Comunidade Universitária, que se agrupam, em grande parte por interesses comuns, principalmente, pela escolha do curso a ser realizado.

Esses agrupamentos acabam reforçando a autonomia das Unidades, pois as necessidades de um aluno do curso de medicina, em seu dia-a-dia, são, em sua maior parte, radicalmente opostas às de um aluno de história, por exemplo.

Entre essas demandas específicas se encontra aquela da interação por meio dos processos de comunicação, que é geral no processo em si, mas que trabalha com um número grande de particularidades conforme o ambiente no qual a mesma está inserida.

Com isso, não é considerado salutar o controle de todo o fluxo informacional por um organismo centralizado, o que acaba por tornar esse fluxo extremamente rígido e ineficiente.

A partir dessa constatação, pode-se considerar de extrema importância que cada Unidade componente da UFMG tenha uma estrutura responsável por gerenciar as informações provenientes e relevantes no seu âmbito interno.

Dentro desse contexto se deu a criação do setor de Comunicação da FAE, o que, por si só já traz uma grande contribuição para o ordenamento e ampliação da divulgação das informações relevantes na rotina da faculdade.

Por outro lado, apenas o advento desse setor, sem que haja uma correta compreensão de como se dão as rotinas daquela estrutura específica da Universidade não garante uma maior difusão do que acontece na mesma.

Sendo assim, a criação de tal setor deveria vir acompanhada de pesquisas e estudos que visem a construção de um diagnóstico referente ao maior número possível de processos comunicativos dessa fração da UFMG.

Com isso, teve início o desenvolvimento desse projeto de intervenção, que tem como sua principal meta o aperfeiçoamento do trabalho já desenvolvido pelo setor de comunicação da FAE.

Tal plano foi iniciado com uma contextualização que aborda, num primeiro momento, o constante e progressivo processo de redemocratização pelo qual o país vem passando nos últimos 30 anos e algumas de suas consequências, como: a necessidade e a busca, por parte dos cidadãos de um volume cada vez maior de informações.

Em seguida foi apresentada uma contextualização sobre a FAE, no que se refere à FAE no que se refere a sua evolução, em relação ao número de alunos, curso que foram incorporados ao longo do tempo, até se chegar na estrutura atual, acompanhando as demais partes da estrutura obrigatória desse trabalho.

Com a elaboração desse trabalho, tem-se a intenção de que o mesmo sirva para a consolidação dos processos comunicativos na FAE, não trabalhando com os mesmos de forma que eles não possam ser aprimorados, mas de maneira que quando se estabeleça qualquer planejamento na Unidade que envolva vários setores e / ou o público interno que se levem em conta os aspectos referentes à comunicação para tal planejamento.

Paralelamente a isso, esse projeto também poderá servir de referência para o desenvolvimento de Planos de comunicação e projetos de intervenção, com o objetivo de que a UFMG tenha uma crescente integração nas Unidades Acadêmicas, entre elas e também com o público externo, tornando cada vez mais fácil o acesso aos mais diversos tipos de informações produzidas em seu âmbito.

Referências

BORGES, Carlise Nascimento; SENTA, Clarissa Raquel Motter Dala; MENDONÇA, Maria Luisa Martins. **A mulher e o Envelhecimento: a construção midiática da identidade feminina na novela Viver a Vida**. XII Congresso da Comunicação na Região Centro Oeste- Goiânia 27 a 29 de Maio de 2010.

CARDOSO, Gustavo. **A mídia na Sociedade em rede: filtros, vitrines, notícias**- Rio de Janeiro FGV, 2007

CASTELLS, Manuel. **O poder da identidade**. Tradução Klauss Brandin iGerhardt. 2.ed. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

DE CERTAU, Michel. **A invenção do cotidiano: 1. Artes de fazer**. Petrópolis: Vozes, 1994. P. 37-53: Introdução geral; P. 91-100: Fazer com: usos e práticas.

DUARTE, Jorge (org). **Comunicação Pública: Estado, governo, mercado, sociedade e interesse público**. São Paulo: Atlas, 2007.

FRANÇA, Vera. **A Tv, a janela e a rua**. In Narrativas Televisivas- Programas populares na Tv. Autêntica 2006

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 6ª Ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GRUNIG, James, HUNT, Todd. **Managing Public Relations**. Orlando, Florida: Harcourt Brace Jovanovich College Publications, 1989.

HELLER, Agnes. **O cotidiano e a história**. 4. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1992

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Repensando o papel da comunicação na Universidade**. Disponível em <http://www.usp.br/jorusp/arquivo/1998/jusp447/marchet/rep_opinioao.html>

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Gestão estratégica em comunicação organizacional e relações públicas**. Sao Caetano do sul: difusão .

NASSAR, P. **Relações públicas na construção da responsabilidade histórica e no resgate da memória institucional das organizações**. São Caetano do Sul, SP: Difusão, 2007.

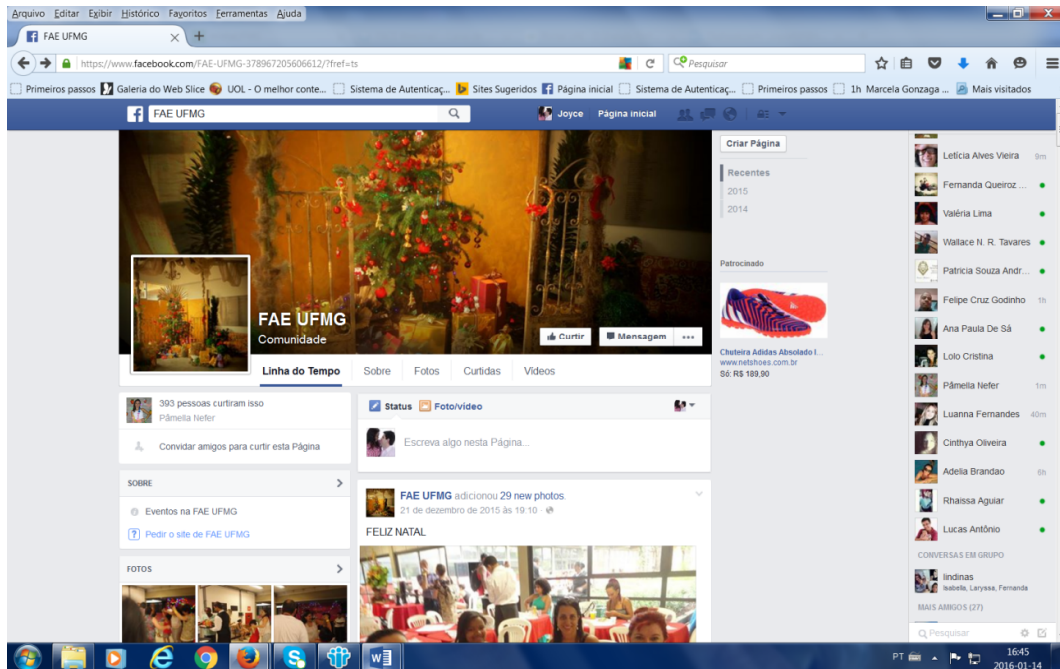
PORTO, M. **Telenovelas e política: o CR-P da eleição presidencial de 1994**, v.1n.3 p.55-76 1995 disponível em www.unb.br/fac/mporto/mauro.htm. Acesso dia 30/10/2015

RAMOS, Priscilla Porto. **Os instrumentos de comunicação interna como ferramenta estratégica na relação Coordenação x aluno: um estudo de caso sobre o curso de Administração do CEFET-BA**. Salvador, 2004.

SIMÕES, Paula Guimarães. **Telenovela e vida social: a construção do *ethos* contemporâneo**. In: XVIII ALAIC, 2006, São Leopoldo-RS Disponível em http://www.alaic.net/ponencias/UNlrev_Simoes.pdf. Acesso em: 02/11/2015.

Anexos

1) Comunidade da FAE no Facebook



2) Página da biblioteca da FAE no Facebook



3) Página do NEPEI no Facebook



4) Site Principal da FAE



5) Fampage da FAE no Facebook

Arquivo Editar Exibir Histórico Favoritos Ferramentas Ajuda

www.fae.ufmg.br Faculdade de Educação - UFMG

https://www.facebook.com/faeufmg

Primeiros passos Galeria da Web Slice UOL - O melhor conte... Sistema de Autenticaç... Sites Sugeridos Página inicial Sistema de Autenticaç... Primeiros passos 1h Marcela Gonzaga... Mais visitados

FaE Faculdade de Educação - UFMG

Faculdade e universidade · Instituição de ensino

Linha do Tempo Sobre Fotos Avaliações Mais

114 pessoas curtiram isso

14 pessoas estiveram aqui

Convidar amigos para curtir esta Página

5,0 de 5 estrelas · 3 avaliações

Visualizar avaliações

SOBRE

Rua Doutor Fernando Melo Viana
Belo Horizonte

Pedir o telefone de Faculdade de Educação - UFMG

http://www.fae.ufmg.br/

Status

Escreva algo nesta Página...

Faculdade de Educação - UFMG adicionou uma nova foto.

1 de dezembro de 2015

Conta do Patrocinador apresentada no Museu de Profissões do UFMG

Chetira Adidas Abalado 1
www.netshoes.com.br
\$6 R\$ 189,90

Tayrini Belgioi 2h

Letícia Alves Vieira 4m

Vânia Aparecida

Gerardo Dagmar C...

Felipe Cruz Godinho 1h

Alexandre Braga

Pâmela Nefler 9m

Luanna Fernandes 45m

Adelina Brandao 7h

Rhassia Aguiar

Lucas Antônio

Jeanny Caetano

Sil Galvão da Massa

Fernanda Cândida

Fabi Flores Galinari

CONVERSAS EM GRUPO

Indiana
Isabella, Laryssa, Fernanda

PT 16:51
2016-01-14

6) Página do CEALE

Arquivo Editar Exibir Histórico Favoritos Ferramentas Ajuda

www.fae.ufmg.br Ceale - Centro de alfabetiz...

www.ceale.fae.ufmg.br

Primeiros passos Galeria da Web Slice UOL - O melhor conte... Sistema de Autenticaç... Sites Sugeridos Página inicial Sistema de Autenticaç... Primeiros passos 1h Marcela Gonzaga... Mais visitados

Ceale*
Centro de alfabetização, leitura e escrita
FaE / UFMG

FaE Faculdade de Educação UFMG Universidade Federal de Minas Gerais

O Ceale Contato Projetos Pesquisas

Agenda Biblioteca Noticias O que está buscando?

Jornal Letra A 43
Depoimentos de educadores indígenas e Avaliação Nacional da Alfabetização (ANA) em destaque nesta edição

Saiba Mais

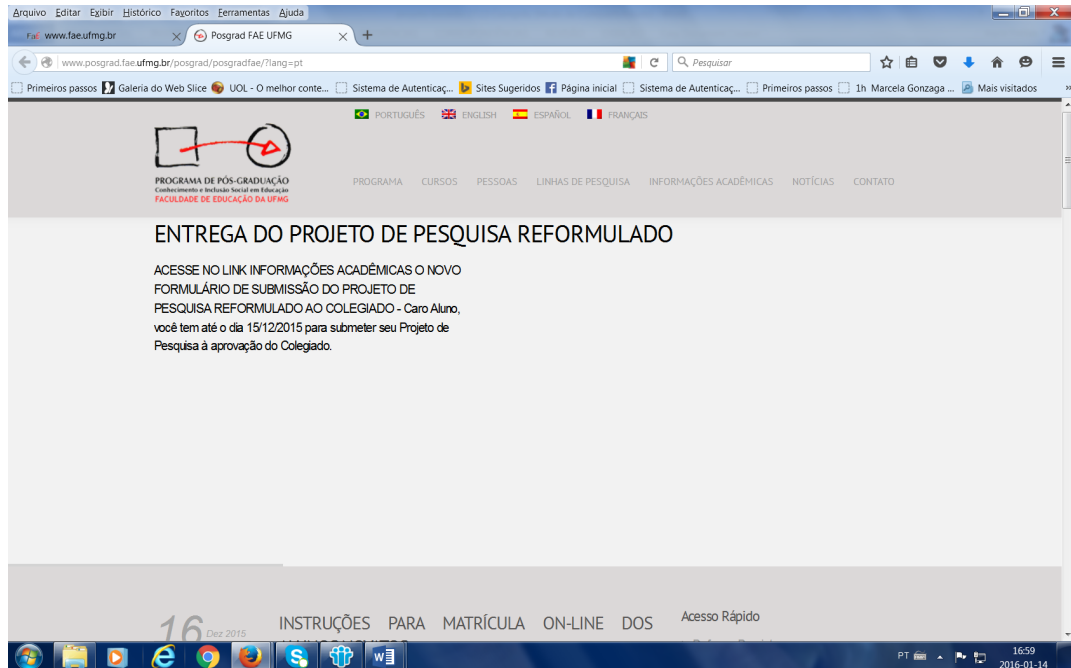
Noticias

assine nosso rss

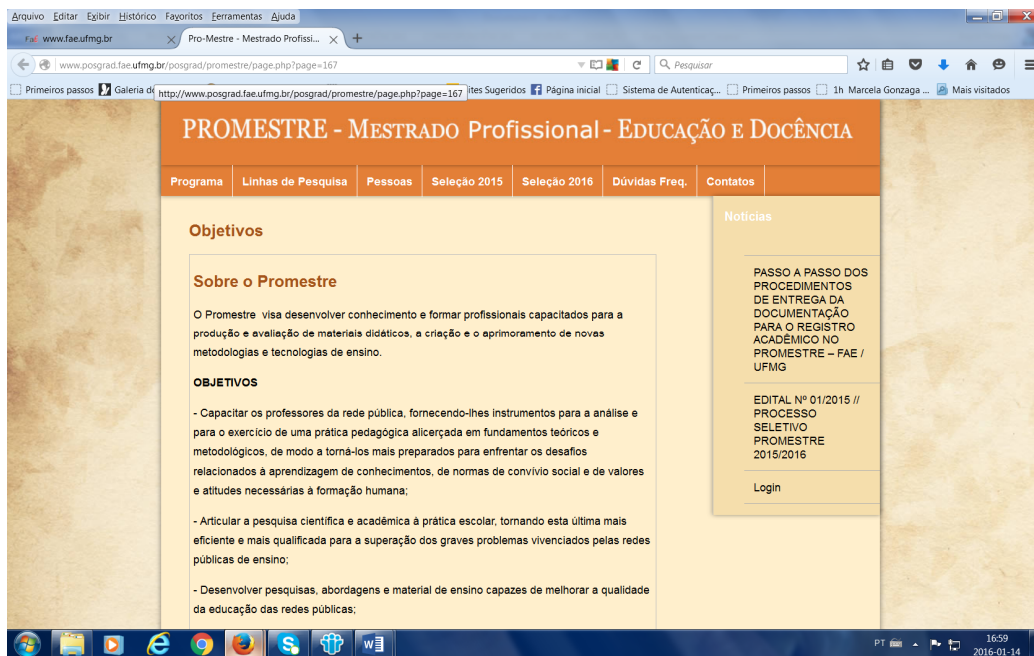
Facebook fan page

PT 16:52
2016-01-14

7) Página da Pós Graduação



8) Página Promestre



9) Pagina do Colegiado de Pedagogia

The screenshot shows the website of the Faculdade de Educação (FaE) at the Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). The main content area features a large image of a clipboard with a checklist and the heading 'Resultado ATPs 2015/2º'. Below this, there is a text block that reads: 'Segue planilha com o resultado do processo da análise das Atividades Teórico-Práticas, referência: 2º semestre de 2015. ATPS 2015_2.pdf 16,95 kB'. To the right, there is a sidebar with 'Acesso Rápido' links and 'INFORMES' section containing 'Calendário do Colegiado 2015/1º' and 'Resultado ATPs 2015/2º'. The bottom of the page features logos for 'siga' and 'UFMG'.

10) 1º Boletim da FAE



Hora do pãozinho

A partir de segunda-feira (04/08), todos os dias, a FaE terá 'Hora do Pãozinho', de 8h30h às 9h, para técnicos, Cruz Vermelha, pessoal da limpeza, portaria e vigias. O objetivo é ampliar a convivência. Serão dois pontos de encontro: sala de Convivência Mauro Lúcio Raposo Filho, no prédio antigo da FaE, e o espaço de convivência no prédio novo (sala 2111). Além do Café, teremos pão com manteiga.

Semana de recepção: sejam todos bem-vindos!

A semana de 04 a 08/08 será de recepção aos alunos da FaE. Intitulada 'Semana Ser Professor', abordará a temática 'Para Além dos Muros da Escola'. De manhã, as atividades serão de 8h30 às 11h e à noite, de 20h às 22h. A recepção de calouros da Pedagogia acontecerá nos dias 05,06,07/08, de 07h30 às 8h15.

Cantina da FaE aceita cartão de débito

A cantina da FaE aceita cartão de débito. Outras melhorias estão por vir. Está sendo montada uma comissão com representantes de alunos, professores e técnicos para acompanhar variedade de cardápio, preço e qualidade no atendimento.

Prédio novo da FaE

Está terminando a fase de fundação da construção do prédio anexo da FaE. O edifício de quatro andares será similar ao atual e será interligado com a estrutura existente. A previsão é que a obra termine em maio de 2015.

Alunos do LECAMPO estão na sede da FaE

Alunos LECAMPO - Licenciatura em Educação do Campo - ficam na sede da FaE até o dia 14 deste mês cumprindo o Tempo Escola. No curso, eles passam parte do tempo na comunidade e outra parte aqui. Ao todo são 139 alunos.

A partir de agora, teremos Boletim Semanal FaE. Participe!

A partir de agora, a FaE terá boletins semanais, divulgados toda segunda-feira. O objetivo é ter notícias de todos e para todos: alunos, professores, técnicos, terceirizados, equipe Cruz Vermelha. Compartilhe!

11) Boletim 33



Boletim

FaE

Edição 33 31.03.15

Qual a literatura para crianças de até 06 anos e por quê?

O Ceale debate nesta terça-feira (31/03), às 19h, no Auditório Neidson Rodrigues, o tema "Qual a literatura para crianças de até 06 anos e por quê?". O evento contará com a palestrante Bettina Kümmerling Meibauer, pesquisadora da Universidade Eberhard Karls (Alemanha). Além de discutir a importância dos primeiros anos da educação para o desenvolvimento da alfabetização e do letramento das crianças, Bettina relaciona o letramento literário com a leitura em outras mídias, como o cinema, quadrinhos e internet.

Comissão das 30 horas

O Conselho Universitário aprovou parecer favorável à diminuição da carga horária dos Técnicos Administrativos. Será criada comissão paritária na UFMG para discutir diretrizes que vão nortear a implementação da jornada de 30 horas na Universidade. A comissão será composta por três professores (01 da Escola de Odontologia, 01 da Escola de Direito e a Juliane Correa diretora da FAE e 02 técnicos administrativos que serão indicados pelo sindicato).

Encontro Interdepartamental será mensal

Na última segunda-feira (30), foi realizado o primeiro encontro Interdepartamental da FaE. O objetivo foi discutir políticas da Universidade deste ano.

Semana Santa

A partir de quinta (02) será recesso na FaE.

www.fae.ufmg.br  facebook.com/faeufmg

FaE Faculdade de Educação UFMG

12) Boletim atual da FAE



Um olhar sobre a FAE

A partir da próxima segunda, 18/01, o Boletim vai apresentar, a cada 15 dias, a série de textos: “Um olhar sobre a FAE”, mostrando o trabalho de cada setor da nossa Unidade: rotinas, membros das equipes e tudo o que é importante que se saiba de cada setor. Não perca !

Envio de Correspondência

Para uma maior agilidade e controle, o setor de Comunicação e Informação realizará algumas alterações no sistema de envio e recebimento de correspondências, a partir do dia 01/02. No dia 15/01 estarão disponíveis para consulta no endereço: <http://www.fae.ufmg.br/pagina.php?page=comunicacao> as alterações realizadas.

Espaço de Leitura do Jardim Mandala

Desde o segundo semestre de 2015, o Jardim Mandala conta com um *espaço de leitura* que tem por objetivo a vivência e o compartilhamento de livros.

Funcionando de forma solidária, a partir de doações, quem o visita pode utilizar o próprio local para suas leitura ou mesmo levar algum livro consigo, como empréstimo.

“O Espaço de Leitura do Jardim Mandala é destinado à leitura compartilhada e temos o objetivo de torná-lo um espaço para atividades diversas, como leituras comentadas, saraus, grupos de discussões, etc”, explica o Professor Carlos Novais, um dos idealizadores desse projeto.

Assim como todo o Jardim Mandala, o Espaço de Leitura é de todos. Doem livros, leiam e aproveitem !

Licenciatura em Educação do Campo - LECAMPO

A Licenciatura em Educação do campo, é um curso regular da Universidade Federal de Minas Gerais – Faculdade de Educação. O curso oferece quatro habilitações: Ciências da Vida e da Natureza, Ciências Sociais e Humanas; Língua, Arte e Literatura e Matemática, com cada uma delas tendo o tempo mínimo de formação de quatro anos. A cada ano se inicia uma nova habilitação.

O ingresso é realizado por meio do SISU, juntamente com a comprovação, por parte do cursista, com apresentação de documentação de que o mesmo tem uma vida ligada ao campo. Em Julho de 2016, a FaE estará recebendo a nova turma da matemática.

São cerca de 30 alunos, por curso, em um curso intensivo de cerca de 40 dias, da área específica de matemática que, além disciplinas específicas desse ramo do conhecimento, também têm em sua grade, conteúdos gerais da Educação e ainda aqueles voltados para o contexto no qual o mesmo está inserido.

