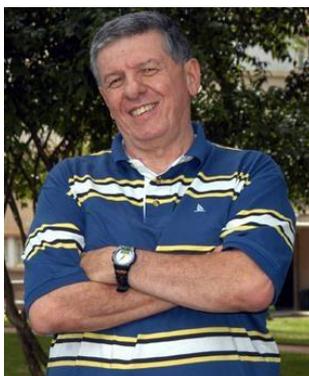


EM PAUTA: POLÍTICAS DE COMUNICAÇÃO NAS UNIVERSIDADES PÚBLICAS

Victor Henrique Justino França¹

Nas palavras de Simon Schartzmann, “a universidade é o lugar ideal para a pesquisa. Se a atividade de pesquisa não for conhecida e não tiver apoio da sociedade, ela morre”. E se a pesquisa morre, não há sombra de desenvolvimento nacional nas diversas esferas a médio e curto prazos. Considerando que as universidades públicas têm sido atacadas frequentemente no Brasil seja por enviesamentos ideológicos que não se coadunam com o saber ou com a democracia, seja por interesses duvidosos, é preciso que estas instituições discutam meios de sua afirmação como instituição de Estado que estão a serviço da sociedade e não a governos passageiros. Um desses meios é a instauração de políticas de comunicação. Para discutir o assunto, o Prof. Dr. Wilson Bueno foi convidado para ceder uma entrevista.



Prof. Dr. Wilson Bueno. Foto: Divulgação/Contexto (contexto.com.br)

O professor Wilson Bueno é jornalista, professor sênior da Universidade de São Paulo (USP), com mestrado e doutorado em Ciências da Comunicação pela USP e especialização em Comunicação Rural. Já orientou cerca de 120 dissertações e teses em Comunicação/Jornalismo e participou de mais de 300 bancas de pós-graduação (mestrado e doutorado). Consultor em

¹ Diretor da Assessoria de Imprensa da Reitoria da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), setor ligado à Coordenadoria de Comunicação Social (Coordcom/UFRJ). Mestrando em Comunicação e Cultura pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) da UFRJ, na linha de pesquisa Mídia e Mediações Socioculturais. Especialista em Marketing (MBA) pela Universidade de São Paulo (USP).

Comunicação Empresarial/Organizacional e Jornalismo Especializado para empresas e instituições, públicas e privadas. Prestou consultoria para elaboração de políticas de comunicação institucional e de auditoria em comunicação para inúmeras universidades estaduais e federais e para institutos federais, além de empresas privadas. Tem mais de uma dezena de livros publicados e organizados e dezenas de capítulos e artigos em periódicos nacionais e internacionais. Ministra cursos *in company* sobre comunicação corporativa e jornalismo especializado, com foco na área de Jornalismo e Divulgação Científica. Editor de sites temáticos em Comunicação/Jornalismo e ex-presidente da Associação Brasileira de Jornalismo Científico. Diretor da Comtexto Comunicação e Pesquisa, empresa de consultoria nas áreas de Comunicação Empresarial e Jornalismo Especializado.

1– Professor, sua produção bibliográfica é referência para os estudos de políticas de comunicação no país. Afinal, o que é política de comunicação? Quais seus impactos diretos e indiretos no universo das milhares de instituições públicas?

WILSON BUENO – Simplificadamente, podemos definir Política de Comunicação como o conjunto de diretrizes, posturas, estratégias e ações que objetivam orientar o relacionamento de uma empresa ou organização com seus públicos estratégicos.

2 – Acredita que exista fartura bibliográfica sobre o tema das políticas de comunicação nas instituições públicas no país ou o assunto ainda carece de contribuições? O que ainda poderia ou precisaria ser pesquisado?

WILSON BUENO – A literatura que contempla especificamente o tema Política de Comunicação não é ampla, mesmo porque a própria prática de construção, embora em crescimento, ainda se limita a um número reduzido de instituições, em sua maioria da área pública. É importante avaliar as políticas de comunicação em vigor, aprender com os gestores responsáveis pela sua criação, e sobretudo analisar o impacto de sua implementação.

3 – Pensando em quem nos lerá e está interessado em iniciar a instauração de planejamento de políticas de comunicação, quais as etapas básicas para implementação delas nas instituições públicas de ensino superior?

WILSON BUENO – Primeiramente, as instituições públicas deverão estar conscientes da importância da comunicação como processo estratégico e inclui-la no seu Plano Diretor. Além disso, é necessário que haja disposição para desenvolver este processo e que exista uma estrutura profissionalizada de comunicação para liderá-lo e acompanhar a sua implantação.

É fundamental definir a abrangência da Política de Comunicação (temas ou focos a serem contemplados), as áreas e setores que deverão ser envolvidos para a sua elaboração.

Deve ficar explícita o tempo necessário para sua elaboração, a dinâmica e a metodologia a ser adotada, bem como a decisão de contar com uma assessoria/consultoria externa ou de realizá-la apenas com a participação de comunicadores da própria instituição e demais servidores (docentes, pesquisadores, técnico-administrativos etc.).

Das reuniões de elaboração da Política de Comunicação, resultará um documento – o texto integral da Política – que deverá ser fruto de um trabalho coletivo e submetido à consulta pública. Finalmente, o documento será aprovado pelo Conselho Superior e/ou outros órgãos colegiados. Finalmente, a Política de Comunicação deverá ser implementada, com o acompanhamento de uma Comissão constituída para esse fim.

4 – Na sua visão, as instituições públicas no Brasil têm discutido amplamente a temática de política de comunicação ou têm entendido que “política não se discute”? Por quê? Qual impacto disso a curto, médio e longo prazos, considerando não apenas a comunicação organizacional, mas também – e principalmente – a comunicação pública compromissada com a cidadania?

WILSON BUENO – Há um crescente interesse pela elaboração de uma Política de Comunicação nas instituições públicas, em especial universidades, institutos federais, institutos e empresas de pesquisa, mas ainda um longo caminho a percorrer. Sem uma política de comunicação, o planejamento da comunicação organizacional fica seriamente comprometido e fica na

dependência da intuição ou experiência de alguns gestores, quase sempre sem o engajamento da instituição como um todo.

5 – Nas palavras de Simon Schartzmann, “a universidade é o lugar ideal para a pesquisa. Se a atividade de pesquisa não for conhecida e não tiver apoio da sociedade, ela morre”. E se a pesquisa morre, não há sombra de desenvolvimento nacional nas diversas esferas. Considerando que as universidades públicas têm sido agredidas frequentemente no Brasil seja por enviesamentos ideológicos que não se coadunam com o saber ou com a democracia, seja por interesses duvidosos. Você acredita que essas instituições precisam discutir o planejamento e a implementação de políticas de comunicação para que o grande público conheça ainda mais suas atividades de ensino, pesquisa e extensão e que as valorize como instituições de Estado? Por quê? A instauração de política de comunicação em uma universidade pública é um ato de afirmação?

WILSON BUENO – A Política de Comunicação é instrumento estratégico de gestão e tem impacto importante, quando elaborada a partir de um processo coletivo, com a participação das diversas áreas ou setores de uma instituição, na legitimação de sua atuação junto à sociedade.

6 – Considerando que a política de comunicação, de certa forma, é um pacto que objetiva a melhor relação possível da coisa pública com os diferentes stakeholders, podemos inferir que quando as instituições públicas se omitem dessa responsabilidade pública que é a instauração de políticas de comunicação elas colaboram, direta ou indiretamente, para o incremento de uma ameaça de desdemocratização, ainda que não intencionalmente, cooperando para uma fraqueza das instituições de Estado? Qual sua visão neste sentido? Quem perde mais?

WILSON BUENO – A ausência de uma Política de Comunicação faz com que as instituições se sintam despreparadas para incrementar o relacionamento com os seus públicos estratégicos e com a sociedade de maneira geral e abre brechas para crises institucionais. A partir da Política de Comunicação será possível implementar ações e produtos para refinar a atividade de comunicação e identificar, de forma precisa, os públicos estratégicos a serem contemplados pelo

esforço de comunicação. A Política de Comunicação dá respaldo ao planejamento de comunicação.

7 – Se a universidade pública é o celeiro do conhecimento e sua missão é contribuir para o avanço científico, tecnológico, artístico e cultural da sociedade, você avalia que as universidades deveriam protagonizar o debate de políticas de comunicação na esfera das instituições públicas no país? Qual sua concepção?

WILSON BUENO – Em geral, isso tem acontecido e as instituições públicas, em particular as universidades e os institutos que integram a Rede Federal, inspiram outras instituições para que trilhem o mesmo caminho. Os benefícios decorrentes da implantação de Políticas de Comunicação são visíveis e colocam as instituições em outro patamar, em termos da consolidação de uma comunicação efetivamente integrada e estratégica.

8 – Em linhas gerais, o que pode ser feito para que a comunicação operada nas universidades públicas tenha efeitos mais contributivos para a sociedade e não se limite aos muros da academia?

WILSON BUENO – O documento da Política de Comunicação deve ser assumido como o estatuto da comunicação a ser praticada pela instituição que a elabora e também como um compromisso com os seus públicos estratégicos e a sociedade. É indispensável que as diretrizes, posturas, estratégias e ações contidas na Política de Comunicação sejam compartilhadas de forma ampla com a comunidade e sejam obedecidas pelos públicos estratégicos. O pressuposto básico de uma Política de Comunicação é que a comunicação é responsabilidade de todos e não apenas da estrutura profissionalizada de comunicação.

9 – Vivemos em tempos de negacionismo e de ataques às casas de ciência. E não apenas: em dezembro de 2019, os cargos de Jornalista e de Relações Públicas, por exemplo, foram extintos da carreira técnico-administrativa das universidades federais. Como pensar

futuros possíveis para as universidades públicas para pensar políticas de comunicação e estratégias para lutar contra o estado de coisas?

WILSON BUENO – Tenho a convicção de que esta situação absurda será revertida porque ela está associada a uma visão equivocada, negacionista da comunicação e da sua importância como processo estratégico das instituições. As universidades públicas deverão estar mobilizadas para resistir a esta situação, com o apoio da sociedade, das associações e sindicatos que representam as categorias de comunicadores e principalmente dos próprios profissionais.

10 – Deixe uma palavra, um comentário ou uma mensagem final livre no tocante a políticas de comunicação nas instituições públicas ou nas universidades públicas.

WILSON BUENO – A construção de uma Política de Comunicação deve ser prioridade para todas as instituições públicas, em particular para os centros produtores de conhecimento (universidades, institutos e empresas de pesquisa, institutos da Rede Federal) porque ela contribui para implantar uma autêntica cultura de comunicação. Ela é decisiva para refinar o planejamento da comunicação, contribuindo para o relacionamento competente, ético, profissional e democrático com os públicos estratégicos e com a sociedade. A Política de Comunicação, elaborada coletivamente, permite que as instituições públicas enfrentem os desafios de uma sociedade intensamente conectada, caracterizada pelo protagonismo dos públicos, pluralidade de vozes e as ameaças frequentes da onda de desinformação criada pela circulação vertiginosa de *fake news*.