

Proposta de Mudança de Regimento Interno da atual Coordenadoria de Comunicação Social - CCS

Atualmente, a Coordenação de Comunicação Social (CCS) está ligada ao gabinete do Reitor, segundo o artigo nº 47, do Regimento Interno do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Amazonas (IFAM). Com a expansão do Instituto, passando de 10 para 15 campi até o final de 2014, surge a necessidade de reestruturar o setor e sua política de atuação, para conseguir atender as demandas de todos os campi de maneira eficaz e, desta forma garantindo solidez na implementação das ações estratégicas definidas para os públicos da Instituição.

O setor nos últimos anos tem funcionado atendendo às demandas das Pró-Reitorias e diversos setores, com a produção de matérias jornalísticas e de peças gráficas, além de elaborar campanhas para os Processos Seletivos e outros projetos do IFAM sem planejamento estratégico das ações de interação com os públicos do Instituto.

Segundo o Professor Doutor de Jornalismo da USP, Wilson Bueno, a imprensa transformou-se num grande negócio e a informação numa mercadoria valiosa. E este valioso bem coloca-se cada vez mais como ponto essencial para o desenvolvimento de uma gestão estratégica bem sucedida.

Por isso sugerimos a transformação de Coordenação de Comunicação Social para Diretoria ou Assessoria de Comunicação Social. O setor permanecerá ligado diretamente ao Reitor e terá a missão de organizar e implantar a comunicação sistêmica entre todos os campi e a Reitoria, promovendo a capacitação dos profissionais por meio de workshops sobre linguagem jornalística nos meios digitais, redação para web, ferramentas de comunicação on-line, gestão de redes sociais entre outros. O cargo criado seria contemplado com uma CD para desempenhar tais atribuições.

Dentro da Rede Federal de Ensino podemos citar alguns setores de comunicação como dos Institutos Goiano, Rondônia, Bahia, Fluminense e Brasília, além da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR) que já possuem servidores desempenhando a função com CDs. O objetivo é incorporar a visão estratégica por meio do conhecimento sistêmico. Desta forma o profissional desempenhará suas atividades com maior produtividade e eficiência, junto a servidores, alunos, formadores de opinião, imprensa, governo e opinião pública.

É importante salientar que a comunicação é chave importante do Planejamento Estratégico de uma instituição, pois ela pretende facilitar a compreensão da missão, da visão, dos valores e dos desafios estratégicos ao público interno e externo do IFAM.

Além do núcleo de jornalismo, comunicação digital e produção publicitária, iríamos agregar a área de Relações Públicas para gerenciar a área de eventos e cerimonial, bem como o relacionamento entre o IFAM e o público interno e externo, para isso é necessário profissional habilitado para desempenhar as ações.

Sendo assim, elaboramos uma nova proposta estrutural do Regimento do Interno (destacada em azul), com novas atribuições e vantagens a serem adquiridas após aprovação:

O atual Regimento Interno do Instituto Federal do Amazonas, compete à ~~CCS~~ **Diretoria de Comunicação Social ou Assessoria de Comunicação:**

Art. 47. A Diretoria de Comunicação Social ou Assessoria de Comunicação Social ~~Coordenação de Comunicação e Eventos~~ é o órgão da Reitoria responsável pela definição, planejamento, execução, acompanhamento, registro e avaliação dos processos

relacionados à comunicação do IFAM, da política de comunicação do IFAM visando à construção da identidade da instituição e à divulgação de informações.

Art. 48. Compete à Diretoria de Comunicação Social ou Assessoria de Comunicação Social ~~Coordenação de Comunicação e Eventos~~:

I – planejar, executar e/ou produzir material de divulgação institucional: revista, manuais, folder, panfletos, newsletter, boletins eletrônicos e outras mídias voltadas para a comunidade acadêmica e público externo do Instituto; ~~planejar, implantar estabelecer e supervisionar a política de comunicação, a estratégia de implementação das ações de comunicação, edição, divulgação e marketing do IFAM;~~

II - prestar assessoramento nos assuntos relacionados à comunicação institucional e divulgação do IFAM, além de ~~assessoria de imprensa~~ assessorar a participação do Reitor em eventos oficiais;

III - definir, ~~coordenar e monitorar~~ ~~aprovar e fazer cumprir~~, em articulação direta com a Direção Geral e com as Coordenações de ~~Comunicação~~ ~~Comunicações e Eventos~~ dos Campi, as atividades de comunicação ~~ações de comunicação~~ e as estratégias de marketing definidas para a ~~da~~ Instituição;

IV – produzir, redigir e editar matérias jornalísticas para o Portal do IFAM e para a mídia local (impressa, televisiva, radiofônica e eletrônica) ~~prestar assessoramento à Reitoria nos assuntos relacionados à comunicação institucional, à edição e à divulgação do IFAM;~~

V - planejar e implementar a política de ~~comunicação~~ ~~editorial~~ do IFAM;

VI – fazer clippagem do material institucional veiculado nas mídias impressas e eletrônicas; ~~planejar e estabelecer a política de guarda e restauro dos documentos referentes à memória do IFAM;~~

VII - executar as atividades administrativas relacionadas à ~~Diretoria de Comunicação Social ou Assessoria de Comunicação~~ ~~Coordenação de Comunicação e Eventos~~;

VIII - zelar pela manutenção dos bens patrimoniais da ~~Diretoria de Comunicação Social ou Assessoria de Comunicação~~ ~~Coordenação de Comunicação e Eventos~~;

IX – produzir e atualizar banco de dados de imagem e documentais, que registrem as atividades do IFAM; ~~planejar e supervisionar a produção de meios de comunicação eletrônicos e físicos e materiais de divulgação institucional;~~

X – planejar ações de conteúdo web e de hipermídia; ~~coordenar a execução das ações de comunicação institucional;~~

XI – gerenciar e responsabilizar-se pela divulgação e atualização das notícias veiculadas no portal institucional e nos veículos de comunicação interna e externa do IFAM;

XII – criar instrumentos para mensurar a qualidade das ações de comunicação e dos eventos do IFAM;

XIII – orientar e promover o uso correto do logotipo do IFAM em todas as suas aplicações, de acordo com o Manual de Identidade de Uso da Marca do IFAM e outras normativas do Governo Federal;

XIV – planejar anualmente as atividades de comunicação;

XV – desenvolver outras competências que lhe sejam próprias ou atribuídas.