

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA E A COMUNICAÇÃO COM A SOCIEDADE NO SEGUNDO ANO DA PANDEMIA

ROSIANI BION DE ALMEIDA

Universidade Federal de Santa Catarina

rosiani.bion@ufsc.br

IRINEU MANOEL DE SOUZA

Universidade Federal de Santa Catarina

irineu.manoel@ufsc.br

RESUMO

O objetivo deste artigo é sintetizar as informações disponibilizadas nos meios oficiais de comunicação da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), publicadas em 2021 - segundo ano da pandemia ocasionada pela Covid-19. A interlocução com a sociedade nesse momento necessitou ser rapidamente intensificada frente à crescente demanda por esclarecimentos e orientações. A Agência de Comunicação (Agecom) e a TV UFSC se notabilizaram nesse período e estabeleceram como premissa a transmissão de um discurso único e qualificado a fim de evitar ruídos, equívocos e conflitos na recepção por seus públicos de interesse. A política editorial desses setores permaneceu pautada nos princípios da Comunicação Pública, os quais visam aproximar a Universidade da comunidade interna e externa e, principalmente, democratizar o conhecimento científico. Para este estudo de caso foi elaborado um levantamento das ações de divulgação, com o intuito de mostrar, empiricamente, a experiência comunicacional da UFSC em plena crise sanitária. Desta forma, a pesquisa oportuniza visualizar a proposta da gestão universitária para manter a população informada em um contexto de emergência global em saúde, de desinformação e *fake news* e, ao mesmo tempo, de ataques à ciência e às Instituições Federais de Ensino Superior (Ifes).

Palavras-chave: Comunicação Pública; Sociedade; Universidade; Divulgação Científica; Covid-19.

1. CONSIDERAÇÕES INICIAIS

A Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), ao tomar conhecimento da iminência do Novo Coronavírus (SARS-CoV-2) em diversas partes do mundo, adotou medidas internas com a finalidade de proteger seus estudantes de graduação e pós-graduação, trabalhadores (servidores e terceirizados) e usuários dos serviços de extensão. A imediata suspensão das atividades presenciais (acadêmicas e administrativas) - excetuando as de saúde, segurança e outras de caráter essencial -, em 15 de março de 2020, foi baseada nas orientações de órgãos sanitários municipais, estaduais, nacionais e internacionais, em especial, a Organização Mundial de Saúde (OMS). Tal posicionamento, embora alinhado à ciência, sofreu constantes críticas da imprensa, da classe política e empresarial catarinenses. As normativas para o funcionamento remoto da UFSC seguiram parâmetros avalizados por Subcomitê Científico¹, criado em 18 de maio daquele ano e composto por 13 pesquisadores de oito centros de ensino da instituição.

Outra estratégia da Universidade para dar visibilidade às ações empreendidas nos seus eixos de atuação - ensino, extensão e pesquisa - foi a criação do Subcomitê de Comunicação², o qual partiu do pressuposto da “unidade institucional do discurso” para minimizar “ruídos e interpretações equivocadas” (UFSC, 2020, p. 3). O processo de “alfabetização científica” (BUENO, 2010) passa, necessariamente, pela legitimidade das mensagens repassadas aos diferentes atores sociais. Com efeito, Costa (2019, p. 70) acrescenta que “a divulgação científica é um trabalho multidisciplinar que busca comunicar, por meio das mídias externas e internas, os resultados da produção científica aos públicos pretendidos, contextualizando esse conteúdo com fidelidade a fim de torná-lo mais acessível”.

“Nossa maior aliada, desde o início, foi a Ciência!”, enfatizou o reitor da UFSC Ubaldo Cesar Balthazar em nota³ divulgada no dia 9 de março de 2021, um ano após o surgimento da pandemia e no momento inicial da imunização no país. Infere-se desta afirmação a posição das instâncias superiores em, primeiramente, resguardar a vida da comunidade universitária e de seus familiares.

A cada nova onda da doença e suas consequências, as informações eram atualizadas nos canais de relacionamento da Universidade. A campanha ‘Com Ciência pela Vida’ e a página [coronavirus.ufsc.br] foram as primeiras propostas a serem implantadas pelo Subcomitê de Comunicação. Outra importante fonte de dados continua sendo produzida semanalmente pelo Núcleo de Estudos da Economia Catarinense (Necat), vinculado ao Centro Socioeconômico (CSE) da UFSC. Trata-se do ‘Boletim Covid-19 em Santa Catarina’⁴, que lançou 47 edições em 2021, com ampla repercussão dentro e fora da instituição.

O site [coronavirus.ufsc.br] foi ao ar em maio de 2020 com o objetivo de concentrar orientações, notícias, legislações, dúvidas frequentes, eventos e outras iniciativas no âmbito da Universidade. O projeto é uma espécie de repositório que consta informações do tipo:

¹ Portaria nº 751/2020/GR, de 18 de maio de 2020. Disponível em https://noticias.paginas.ufsc.br/files/2020/05/P_751_indicacao_SubComite_Cientifico.pdf. Acesso em: 15 ago. 2022.

² Portaria nº 752/2020/GR, de 18 de maio de 2020. Disponível em: https://noticias.paginas.ufsc.br/files/2020/05/P_752_indicacao_SubComite_de_Comunicacao.pdf. Acesso em: 15 ago. 2022.

³ Ubaldo Cesar Balthazar: ‘Nossa maior aliada, desde o início, foi a Ciência!’. Disponível em: <https://noticias.ufsc.br/2021/03/ubaldo-cesar-balthazar-nossa-maior-aliada-desde-o-inicio-foi-a-ciencia/>. Acesso em: 09 ago. 2022.

⁴ Boletim Covid-19 em Santa Catarina. Disponível em: <https://necat.ufsc.br/boletins/>. Acesso em: 16 ago. 2022.

utilização de máscaras; realização de *lives*, *webinars*, *podcasts* e vídeos; divulgação de matérias, campanhas, pesquisas, boletins e materiais de estudo; as produções como as de: álcool 70 (glicerinado e em gel); respiradores de baixo custo; robôs para desinfecção de ambientes e reanimador mecânico; e a vacinação.

Poderia-se elencar inúmeras ações executadas pelos profissionais da UFSC com relação direta com a pandemia, que desconstrói o cenário de inércia institucional⁵ que vozes contrárias tentaram repassar à sociedade. Neste sentido, a Comunicação possui *expertise* para lidar com as críticas e as respondeu de forma a conscientizar os *stakeholders* da real situação.

Uma mostra dessa diversidade de iniciativas, mais visíveis à sociedade, foi a disponibilização por parte da UFSC de dois pontos de referência à campanha de vacinação (no bairro Trindade e no Centro) e a participação ininterrupta de alunos e professores da instituição nesse processo. Na linha de frente no atendimento aos pacientes acometidos pela Covid-19 destaca-se o trabalho do Hospital Universitário (HU), que realizou mais de 30 pesquisas relacionadas ao vírus, o maior número entre os hospitais da rede federal.

Centenas de projetos de ensino, pesquisa e extensão⁶ foram desenvolvidos nesse período, dentre eles:

mapeamento da pandemia; silenciamento genético de codificadores de proteínas estruturais do vírus SARS-CoV-2; desenvolvimento de kit diagnóstico para Covid-19; modelos matemáticos; atendimento dos profissionais de saúde; fake news; trabalho em home office; pacientes em UTI; medidas de segurança; desenvolvimento de aplicativos; estratégias não farmacológicas para a contenção do novo Coronavírus; identificação de vírus e suas mutações e dispersões; impactos psicossociais da pandemia; (...) iniciativas sobre aleitamento materno e Covid-19 no HU/UFSC; a confiabilidade da Tecnologia em Saúde em processos de triagem de pacientes com suspeita de Covid-19; as divulgações científicas para a sociedade; os respiradores artificiais; as queimaduras por álcool no Brasil durante a pandemia; a atualização em Enfermagem no trato com pacientes de Covid-19; entre outros. (UFSC, 2022, s.p.)

Essas e outras informações de interesse público foram difundidas nas plataformas oficiais da Universidade e, regularmente, à imprensa local e nacional e outras instituições, podendo ser facilmente localizadas nos sites de busca. Diante disto, o presente trabalho visa sintetizar as informações disponibilizadas pela Agecom/TV UFSC, estabelecendo como recorte temporal o ano de 2021. Propõe-se esclarecer qual a importância da comunicação da UFSC em momento atípico e se essa produção utilizou-se dos recursos necessários para manter seus públicos de interesse informados?

2. METODOLOGIA

Para alcançar o objetivo deste trabalho, optou-se por realizar um Estudo de Caso da UFSC e coleta de informações por meio de pesquisa bibliográfica e documental. Utilizou-se da abordagem quantitativa, uma vez que

as pesquisas quantitativas apresentam características como variáveis objetivas onde diferentes pesquisadores poderão obter os mesmos resultados em observações

⁵ Covid-19: um ano de pandemia na UFSC. Disponível em: <https://noticias.ufsc.br/2021/03/covid-19-um-ano-de-pandemia-na-ufsc/>. Acesso em: 11. ago 2022.

⁶ Ações da UFSC contra o Coronavírus. Disponível em: <https://coronavirus.ufsc.br/numeros-da-ufsc-contra-o-coronavirus/>. Acesso em: 11 ago. 2022

distintas; medições numéricas que são consideradas mais ricas do que descrições verbais e manipulação de dados estatísticos de forma dedutiva para generalização dos resultados da pesquisa. (NASCIMENTO, CAVALCANTE, p. 252)

Tendo em vista que "os dados recolhidos da realidade empírica das estruturas e instituições são suficientes para explicar a realidade social" (MINAYO, 2012, p. 22), neste caso, as publicações nos meios oficiais da UFSC em 2021 serão expostos de forma racional e objetiva a fim de obter um quadro fiel do trabalho em específico. O cotidiano revelado em dados práticos pode ser, desta forma, melhor percebido pela gestão universitária, assegurando um novo olhar para as potencialidades desse campo de atuação.

Para contextualizar a importância de a Universidade se comunicar com a sociedade buscou-se material publicado em livros, artigos, teses e dissertações que exploram essa temática. A fundamentação teórica revela aspectos inerentes à Comunicação Pública, quanto à missão das instituições de ensino superior na democratização do conhecimento científico, à adoção da Política de Comunicação pela comunidade universitária, e à dimensão dos públicos de interesse que demandam por informações dessa estrutura organizacional.

Para a análise documental, na qual se encontra o cerne desta proposta, foram utilizados relatórios, planos de gestão, regulamentações, normativas, páginas e meios institucionais. Os dados foram compilados de modo a expor esse modelo produtivo de forma simplificada e acessível ao leitor.

3. DEMOCRATIZAÇÃO DO CONHECIMENTO

O fundamento para atuação no campo do Jornalismo é estabelecido no artigo 5º, inciso XIV da Constituição da República Federativa do Brasil (1988), o qual diz que "é assegurado a todos o acesso à informação e resguardado o sigilo da fonte, quando necessário ao exercício profissional". Ainda é referenciado no artigo 2º, inciso II do Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros (2007), o qual cita que "a produção e a divulgação da informação devem se pautar pela veracidade dos fatos e ter por finalidade o interesse público".

Os referidos textos legais foram alguns dos pontuados na constituição da 'Política Pública de Comunicação' da UFSC, finalizada em 1987 após consulta aos públicos interno e externo e aos veículos de imprensa. Por motivos que não cabe explorar neste artigo, a UFSC ainda não aprovou a sua política de comunicação integrada no Conselho Universitário (CUn). Atualmente, o tema encontra-se inserido nos planos estratégicos de gestão como meta a ser cumprida até 2024. A Política de Comunicação (PC) pode ser definida:

como um processo articulado de definição de valores, objetivos, diretrizes, normas e estruturas, que tem como finalidade orientar o desenvolvimento de ações, estratégias e produtos de comunicação para uma organização tendo em vista o seu relacionamento com os diversos públicos de interesse. (BUENO, 2014, p. 126)

Bueno (2015, s.p.) enfatiza que esse tipo de documento "não é apenas uma intenção que se manifesta, mas um compromisso que se assume e ela não vigora apenas no discurso, mas pressupõe um trabalho sério, de construção coletiva". E a ausência deste processo "representa um grande entrave para promover as atividades com excelência. Este cenário é considerado ainda mais preocupante ao considerar que a comunicação deve integrar com outros setores da instituição" (ALVES, 2015, p. 18). O modelo que norteia as atividades de comunicação da UFSC

define como equívoco o culto à personalidade, passando a trabalhar a comunicação social como meio de aproximação da população com a comunidade universitária,

provocando inclusive uma cobrança maior na devolução, em forma de serviços, soluções e novos conhecimentos, dos recursos nela aplicados pelo povo. (LOTH, 2007, p. 156)

A professora Carina Cortassa reforça essa “dimensão normativa” das universidades públicas, pois possuem “obrigação política e ética com a democratização e a apropriação social do conhecimento científico e técnico” (RIBEIRO, 2021, s.p.). Mesmo respondendo por mais de 95% da produção intelectual no Brasil (MOURA, 2019, s.p), as ações dessas instituições ainda estão distantes do cidadão comum. A comunicação efetiva com a população teria reflexos positivos no avanço de fenômenos como desinformação e *fake news*, os quais incentivam os ataques à Ciência, à autonomia universitária e ao desmantelamento do sistema Educação. Para enfrentar as adversidades que se apresentam, a PC torna-se uma aliada estratégica desses organismos na consolidação da identidade perante seus públicos.

A UFSC possui uma trajetória de mais de 60 anos e a missão de “produzir, sistematizar e socializar o saber filosófico, científico, artístico e tecnológico, ampliando e aprofundando a formação do ser humano para o exercício profissional, a reflexão crítica, a solidariedade nacional e internacional, na perspectiva da construção de uma sociedade justa e democrática e na defesa da qualidade da vida” (UFSC, 2020, p. 25).

Para se ter uma ideia da dimensão humana que se relaciona com o ambiente universitário, são mais de 72 mil pessoas cadastradas para recebimento de notícias referentes à instituição. Somente do público interno, registra 2.495 docentes, 3.129 técnicos-administrativos em Educação, 1.190 alunos da educação básica, em torno de 30 mil estudantes matriculados em 120 cursos de graduação, 2 mil nos de especialização e ultrapassa os 8 mil nos cursos de mestrado e doutorado. Além disso, somam-se os egressos e a comunidade externa (UFSC, 2020).

Mesmo sendo pioneira em Política de Comunicação (PC) no conjunto das Instituições Federais de Ensino Superior (Ifes), a UFSC até recentemente não a havia mencionado em seus documentos de gestão. A necessidade somente foi contemplada no contexto da emergência em saúde, em que o papel da informação se notabilizou em um cenário de profundas mudanças estruturais. Em dois planos (vigência 2020-2024), a Agecom/TV UFSC são partes executoras do “Objetivo nº 11 de Governança: Aprimorar a comunicação em todas as suas vias”. No ‘Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI)’, esses setores são responsáveis pela “Iniciativa Estratégica” de “elaborar e implementar uma Política de Comunicação Institucional” (UFSC, 2020, p. 211); e no ‘Plano Institucional de Gestão de Riscos’, devem reduzir e/ou tratar o atraso na referida implantação (UFSC, 2021, p. 78).

Este modelo de comunicação possui ações para lidar com as eventualidades e mudanças do ambiente organizacional, a fim de se antecipar as crises, os quais exigem das instituições públicas respostas rápidas à sociedade. Scott, apud Motta e Vasconcelos (2011, p. 384), entende que as organizações adotam modelos não por estar “na moda”, mas por serem “fonte de legitimidade, reconhecimento e recursos, permitindo aos atores sociais e organizacionais aumentar sua capacidade de sobrevivência em certo meio”.

Embora se constate que a Comunicação é um instrumento orgânico da Universidade, apenas dois dos muitos grupos que compõem a instituição são responsáveis por essa condução. Como qualquer setor, Agecom e TV UFSC vivenciam as trocas de comando e de orientação editorial, carecem de recursos (pessoal, equipamentos, financiamento, etc) e outros fatores que prejudicam o desenvolvimento das atividades diárias. Mesmo assim, conseguem manter um fluxo de trabalho dinâmico e autônomo. Este cenário poderá ser melhor visualizado na próxima seção deste artigo, na qual serão abordados os números da divulgação institucional no segundo período da pandemia, o que evidencia de forma empírica como a

comunicação com a sociedade se estabelece na prática.

4. A COMUNICAÇÃO NA PRÁTICA

4.1 AGECOM

A Agecom, criada em 1992, é a responsável pela “produção e difusão de Jornalismo de Serviços, Informativo, Científico, Institucional e Factual” (UFSC, 2017, p.3), “com o propósito de fomentar uma política pública de comunicação voltada ao interesse público, prerrogativa que norteia seus processos e produtos até os dias atuais” (UFSC, 2020, p. 141). O setor noticia os acontecimentos da Universidade a uma comunidade interna de mais de 70 mil pessoas, e a uma externa incalculável, por meio dos canais oficiais: site da UFSC [ufsc.br]; redes sociais (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Linked In, Telegram); audiovisual (podcast ‘UFSC Ciência’; séries ‘UFSC Explica’, ‘Vida UFSC’, ‘Traduzindo Ciência’ e ‘Cientificamente Falando’); boletins eletrônicos ‘Divulga UFSC’ (diário) e ‘Divulga Notícia’ (por demanda); revista ‘UFSC Ciência’; campanhas institucionais; Identidade Visual; Guia de Fontes; clipagem (diária); e Memória Fotográfica. Desde 2017, coordena o grupo ‘Agentes de Comunicação’, composto atualmente por 80 servidores de vários setores, em mais um esforço de divulgação em rede.

O ‘Relatório de Autoavaliação Institucional da Agecom 2021’, entre 1º de janeiro e 31 de dezembro, apresenta os seguintes aspectos e dados:

A campanha ‘Com Ciência Pela Vida’ manteve em 2021 o tom informativo, estabelecido no primeiro ano de pandemia. Nesta etapa divulgou as normas para o ingresso na pré-fase 2 - retorno gradual das atividades presenciais -, cartazes, Guia Rápido de Biossegurança, entre outros informes. Já no início de 2021, a Agecom “auxiliou o poder público na divulgação dos pontos e cronogramas de vacinação dos municípios onde a UFSC possui campus e dos esforços empreendidos pela Universidade, como o fornecimento de ultra-freezers para acondicionamento dos imunizantes e disponibilização de pessoal qualificado para atuação como vacinadores em Florianópolis” (UFSC, 2021, p. 4).

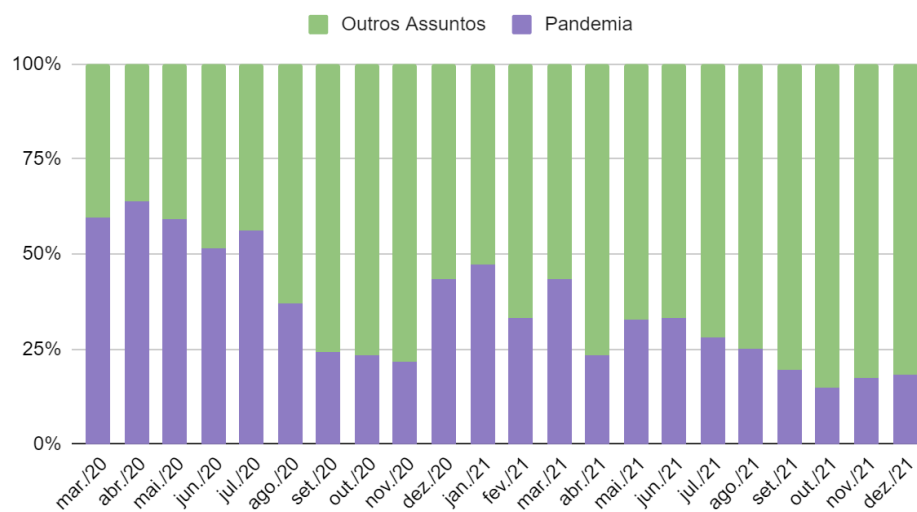
No processo de retomada gradativa das atividades presenciais foi necessário utilizar o instrumento [confere.ufsc.br], a fim de refutar alegações falsas de agentes externos sobre o funcionamento da UFSC.

Além do espaço para divulgação das notícias, avisos e eventos relacionados à instituição - [noticias.ufsc.br] -, a Agência também atualiza os sites [agecom.ufsc.br], [estrutura.ufsc.br], [calouros.ufsc.br], [ciencia.ufsc.br], [diversifica.ufsc.br], [coronavirus.ufsc.br] e as páginas ‘Serviços Gratuitos’ e ‘Perguntas Frequentes’.

Em 2020 foram encaminhadas aos Agentes de Comunicação, aos jornalistas e gestores da instituição, 34 edições do Clipping Especial ‘Combate ao Coronavírus’. O serviço foi descontinuado em novembro daquele ano, pois com a retomada das aulas de forma remota, “a pandemia representava proporção do total de notícias bem inferior aos meses anteriores” (UFSC, 2020, p.23).

O ‘Relatório Anual de Qualificação do Clipping’ (de uso interno e não publicado) apontou que “de março a julho de 2020, mais da metade das notícias analisadas apresentavam relação com a pandemia e dezembro de 2020 registra aumento após um período de proporções abaixo de 25%. Por sua vez, todo o ano de 2021 registrou proporções abaixo dos 50% para assuntos envolvendo a pandemia, embora os pontos de vacinação na UFSC tenham se destacado entre os assuntos com maior frequência no clipping” (UFSC, 2021, p. 4). O gráfico abaixo demonstra a proporção mensal de notícias envolvendo a Covid-19:

Gráfico 1 - Proporção de notícias envolvendo a pandemia (mensal)



Fonte: Relatório Anual de Qualificação do Clipping Agecom (UFSC, 2021)

No próximo quadro, um resumo da produção midiática da Agecom em 2021:

Quadro 1 - Produção da Agecom em 2021 nas principais mídias digitais

Domínio [ufsc.br]	Notícias	Acessos
[noticias.ufsc.br]	2.481 notícias publicadas no [ufsc.br] Excetuando as do ‘Divulga UFSC’, que replica as notícias do site, e ‘UFSC na mídia’, produção de outros veículos. Extensão: 458 posts Pesquisa: 309 posts	2,8 milhões de acessos únicos Notícias com maior acesso referem-se aos serviços da UFSC, como processos seletivos, cursos abertos, etc.
[confere.ufsc.br]	4 (quatro) conferências: “É falso que o HU-UFSC tenha latas de leite a vencer” “Mentiras que contam sobre a UFSC” Em resposta a 3 (três) colunistas do ‘Notícias do Dia’ e a um deputado estadual “Movimento Floripa Sustentável usa informações inconsistentes para argumentar pelo retorno do ensino presencial na UFSC” “É falso que HU-UFSC estimule ou promova a vinda de mulheres da Rússia para realizarem partos no hospital”	
Repasse de fontes à imprensa		Nº de atendimentos
Por e-mail e WhatsApp (institucionais/pessoais)		1.267
Audiovisual		Nº de produções
“Cientificamente Falando”		1 (um) episódio: ‘Exoplanetas’
‘UFSC Responde’		5 (cinco) episódios Esclarecimentos de dúvidas recebidas nas redes sociais sobre o retorno presencial.

Vídeo		1 (um) vídeo: “O que a UFSC fez na pandemia?”
Lives		2 (duas) lives Lançamento do Observatório UFSC e Comemoração dos 61 anos da UFSC.
Coletivas de imprensa		1 (uma) coletiva online (06/06/ 2021) - Vestibular não-presencial de 2021.2 e o planejamento do processo seletivo presencial de 2022.1.
Redes sociais	Seguidores	Ações e alcance
Serviço de Atendimento ao Cidadão (SAC)		1.845 solicitações de informações por mensagens privadas
Facebook	132.855 Decréscimo de 3.367 seguidores em relação a 2020.	606 mensagens privadas Segunda maior demanda Alcance da página: 1.636.449 Decréscimo de 80,6% em relação a 2020. Maior alcance: 32,5 mil “Conselho universitário aprova nota destacando relevância da UFSC para a sociedade”
Twitter	101.500 Acréscimo de 1.664 seguidores em relação a 2020.	239 mensagens privadas Terceira maior demanda
Instagram	90.522 Acréscimo de 14.407 seguidores em relação a 2020.	331 mensagens privadas (até 1º/09/2021) Rede com maior demanda Instagram stories: 1.309 Postagens (feed): 95 Alcance do perfil: 207.588 Acréscimo de 21,2% em relação a 2020. Maior alcance: 67,5 mil “E então, quando a UFSC volta para o presencial?”
YouTube	10.657 Acréscimo de 2.777 inscritos no canal em relação a 2020.	17 vídeos 1 (uma) live Lançamento do Observatório UFSC. Visualizações: 193,6 mil Decréscimo de 88.434 em relação a 2020.

		Pico de visualizações (1º/12/2021): 29.822 Série 'UFSC Responde'		
Linked In	124.643 Acréscimo de 16.242 seguidores em relação a 2020.	500 postagens Maior alcance: 34.555 impressões "Administração da UFSC lamenta posicionamento do MEC contrário à exigência de comprovante de vacinação"		
Telegram	1.150 Acréscimo de 250 seguidores em relação a 2020.	48 envio de boletins		
Design e Programação Visual		Produção		
Produtos de Comunicação Visual		95 produtos		
Peças gráficas		958 peças Campanha 'Com Ciência Pela Vida': 114 peças Programa de Extensão 'HU+D': 29 projetos 'UFSC Tour': 22 postagens no Instagram Vestibular UFSC 2022.1: Primeira seleção presencial desde o início da pandemia		
Sistema de Identidade Visual		46 atendimentos remotos		
Campanha "Com Ciência Pela Vida"		114 peças		
Mailing (17 listas)	Pedidos de divulgação	Edições	Destinatários	Inclusão/Exclusão da lista
Divulga UFSC (Diário)	4.461 Acréscimo de 2.891 pedidos em relação a 2020.	216 Acréscimo de 27 edições em relação a 2020.	74.905 Decréscimo de 1.454 destinatários em relação a 2020.	867 inclusões Decréscimo de 118 pedidos em relação a 2020. 2.256 remoções Decréscimo de 108 pedidos em relação a 2020.

Divulga Notícia	Por demanda Criado em 2021 para notas e avisos urgentes	24		
Grupos da UFSC		3.675 Acréscimo de 689 mensagens em relação a 2020.		
Sugestões de pauta à imprensa		121		
Clipping (Diário)		332 notícias geraram 954 publicações externas	117	

Fonte: Elaborado pela autora 1. Relatório de Autoavaliação Institucional Agecom (UFSC, 2021)

4.2 TV UFSC

A TV UFSC, criada em 1998, opera nos municípios da Grande Florianópolis. Definida como órgão suplementar em 2017, atua nas áreas de produção de conteúdo - jornalismo factual, programas em estúdio e documentários - e de operação técnica de radiodifusão, que “além de manter os sistemas de tecnologia envolvidos no armazenamento, execução e transmissão do sinal da TV, ainda é responsável pela curadoria dos conteúdos que serão exibidos” (UFSC, 2020, p. 146). O foco da transmissora apontado no PDI em vigência “é apresentar uma alternativa ao conteúdo das televisões comerciais, com prioridade ao conteúdo local e regional” (UFSC, 2020, p. 147).

A TV UFSC é mantida 24 horas no ar, sete dias por semana, onde são exibidos conteúdos de produção própria, de alunos dos cursos de Cinema, Jornalismo e Animação, e também de produtores catarinenses, clássicos do cinema internacional em domínio público, e a programação nacional da TV Brasil (...) (UFSC, 2020, p. 147). A cobertura jornalística “busca complementar o sistema de comunicação da UFSC, de forma a registrar e difundir os principais acontecimentos que marcam a trajetória da Universidade (...)” (UFSC, 2020, p. 146). Grande parte do material da TV UFSC só é possível de ser produzido em virtude das parcerias com unidades da Universidade e por integrar a Rede Nacional de Comunicação Pública/Televisão (RNCP/TV) que lhe capacita a compartilhar produção jornalística com as 53 filiações.

Na Grande Florianópolis, a TV UFSC está presente nos canais de sinal aberto digital 63.1 e a cabo (15 Claro TV). Também disponibiliza conteúdo por streaming na Olé TV por IP e no Canal 24h no ar [tv.ufsc.br]; e nas redes sociais YouTube, Facebook e Instagram.

Com o advento da pandemia, os conteúdos foram produzidos majoritariamente no formato online, o que proporcionou a participação de entrevistados da Grande Florianópolis,

bem como de outros estados, como Brasília, Rio de Janeiro, e também do exterior. Conforme ‘Relatório de atividades e ações realizadas pela TV UFSC’ em 2021, a produção audiovisual universitária, entre 1º de janeiro e 31 de dezembro, apresentou os seguintes indicadores:

Quadro 2 - Resumo dos tipos de produções realizadas pela TV UFSC em 2021

Tipo de produção	Quantidade e exemplos
Lives, transmissão de eventos e vídeos	28 “Boas-vindas aos estudantes 2021-2: gravação de vídeo com a mensagem do reitor” “Departamento de Odontologia - produção, gravação e edição de sete vídeos de orientação para o retorno do atendimento presencial das clínicas do curso” “Secretaria de Ações Afirmativas e Diversidade - produção, gravação e edição de quatro vídeos sobre ações desenvolvidas pela secretaria” “Proex - produção, gravação e edição de cinco vídeos sobre as diferentes áreas da pró-reitoria” “UFSC Curitibanos - apoio a transmissão de eventos” “Colégio de Aplicação - produção, gravação e edição de sete vídeos explicativos sobre a volta às atividades presenciais” “Pós-Graduação em Odontologia 50 anos - produção, gravação e edição de vídeo para o evento de comemoração” “Prograd/Agecom - Gravação da Série “UFSC Responde” - quatro vídeos com esclarecimentos sobre retorno presencial em 2022” “Sinova - transmissão do lançamento do Observatório UFSC” “Sinter - transmissão de eventos”
Reportagens	35
Coproduções (parcerias com unidades da UFSC)	115 “REC Floripa” (CTC) “Pós-Graduação em Enfermagem 45 anos” (CCS) “Livro em Cena” (Edufsc) “Aula na TV” (Colégio de Aplicação/Proex) “Minuto Coronavírus” (CCS) “Estação Conhecimento” (CTC) Com entrevistados do Canadá, Tailândia, Alemanha, Estados Unidos, Portugal, Chile e Uruguai “Antropofonia” (CCE) “Minutos Musicais” (Secarte) “Guia de Cursos” (Prograd) “Livro Aberto” (CCE) “Gente que faz nossa história” (CCA) “Máquina descascadora de pinhão” (CCA)
Institucionais	34
Sessão do CUn	26 transmissões

Tipo de produção	Quantidade e exemplos
YouTube	13.150 inscritos 11.292 horas de exibição 182.765 visualizações Alcance internacional: Portugal, Argentina, Peru, Timor-Leste e outros países.
Reportagens em vídeo	79 “Visita da Prefeitura de Florianópolis aos ultra-freezers da UFSC” “Reitor da UFSC recebe a primeira dose da vacina” “Doutoranda da UFSC é premiada por sensor que detecta se caso de Covid-19 pode se agravar” “Inscrições para o Vestibular UFSC 2022 presencial começam no dia 18/10” “Colégio de Aplicação e NDI retomam atividades presenciais” “UFSC cede espaço para prefeitura montar centro de vacinação” “Enfermagem UFSC na vacinação contra Covid-19” “Ambulatório de Atenção Nutricional Pós-Covid-19” “Monitor de qualidade do ar”

Fonte: Elaborado pela autora 1. Relatório de atividades e ações realizadas pela TV UFSC (2021)

O sinal aberto digital 63.1, inaugurado em 18 de maio de 2013, potencializou o alcance de público da TV UFSC, podendo “atingir aproximadamente um milhão de pessoas na Grande Florianópolis” (UFSC, 2021, p. 9). No gráfico 2 é demonstrado o comparativo 2020-2021 da audiência. O maior pico em 2021 ocorreu no mês de abril (0,19).

Gráfico 2 - Comparativo anual (2020-2021) da audiência da TV UFSC



Fonte: Kantar Ibope Media (2021)

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Compreende-se a partir do que foi exposto que os desafios enfrentados pelas universidades públicas para se comunicar efetivamente com a sociedade são muitos e durante uma crise sanitária global, tornam-se mais complexos. Nos últimos anos, além da Covid-19 que assolou o mundo e de forma devastadora o estado brasileiro, as Ifes sofreram, paralelamente, com os cortes orçamentários, os ataques à ciência, à autonomia das universidades e institutos federais, e muitos outros fatores vitais a esses organismos. Mas do que em outros períodos, houve um aprimoramento dos canais de comunicação com o público em geral para garantir a própria existência enquanto “instituição social” (CHAUÍ, 2003).

O estado das coisas deve ser constantemente monitorado pela gestão universitária que, por meio de conduta ética e planejada, deve atuar no sentido de legitimar a Universidade perante o olhar do cidadão. Daí reside um grande desafio: democratizar o conhecimento científico, gerado mais de 90% nas instituições públicas. E mais uma vez, a Comunicação desponta como uma das principais vias para cumprir com este objetivo.

É fato que a UFSC não parou de trabalhar durante o isolamento social e também não se intimidou pelas pressões de grupos corporativos que insistiam em colocar milhares de vidas em risco. Pode-se constatar, por meio do que foi noticiado à sociedade, que a instituição recorreu à ciência para embasar suas tomadas de decisão e à empatia para proteger a grande comunidade que a cerca. Essas ações estão registradas nos sistemas de informação e de comunicação da Universidade e demonstram o seu papel determinante para as cidades onde possui *campi*, para Santa Catarina e dentro e fora do Brasil. Quando provocada por estes setores, a redação das notas oficiais⁷ apresentava o contraponto às informações veiculadas.

O volume de informações sobre tantas iniciativas é muito difícil mensurá-lo. Há neste artigo a intenção de trazer dados objetivos dessa produção midiática no âmbito da UFSC. Os números encontrados nos relatórios institucionais serviram para dar um panorama, porém se acredita que esses dados ainda não refletem a realidade concreta, uma vez que na atualidade as novas mídias convergem e as notícias se multiplicam instantaneamente. Deduz-se que a quantidade é muito superior ao que se imagina por conta da dinâmica dos modelos atuais.

O uso das ferramentas online predominou no momento pandêmico e, pelo acréscimo de pessoas interessadas pelos conteúdos disponibilizados, houve uma melhora na audiência interna e externa. A revista impressa ‘UFSC Ciência’ não circulou e não se produziu uma versão eletrônica, apesar de acumular várias pautas interligando a Universidade e Covid-19. Optou-se por outras formas para disseminar o jornalismo científico, aproveitando-se dos modelos digitais em alta e tornando-o mais popular.

O mailing UFSC, que contém 17 listas institucionais, foi outro recurso bastante explorado em 2021 para o envio periódico de sugestões de pauta à imprensa, de boletins eletrônicos e comunicados internos. Somente deste tipo de divulgação somam-se 361 edições destinadas a mais de 74 mil usuários. O alcance dessa ferramenta é um ponto muito positivo para a Comunicação, já que ultrapassa o número de habitantes da maioria dos municípios catarinenses. O uso do mailing das rádios para a divulgação do Vestibular já era uma estratégia interessante nos últimos processos seletivos e também foi nesse período. Esta tecnologia é muito comum nas regiões mais afastadas dos grandes centros urbanos e recupera nos jovens do interior o sentimento de pertencimento à Universidade.

⁷ Reitor envia ofício a Grupo de Comunicação sobre Editorial com desinformação sobre a UFSC. Disponível em: <https://noticias.ufsc.br/2021/08/reitor-envia-oficio-a-grupo-de-comunicacao-sobre-editorial-com-desinformacao-sobre-a-ufsc/#more-228322>. Acesso em: 15. ago. 2022

As redes sociais foram essenciais no decorrer da pandemia e demandaram muitos pedidos de informações sobre a UFSC, principalmente das pessoas que desejavam ingressar na instituição e/ou utilizar os seus serviços. A equipe, neste sentido, manteve em 2021 a conduta proativa adotada em anos anteriores. Pelo Serviço de Atendimento ao Cidadão (SAC), que são mensagens privadas enviadas pelos canais da internet, a UFSC atendeu quase 2 mil solicitações de informações. Há uma preocupação do setor em responder toda demanda recebida pelas redes sociais, o que é bastante eficaz em tempos de desinformação.

A Comunicação da UFSC está presente em seis mídias sociais, tendo o Facebook com o maior número de seguidores, cerca de 133 mil, e o Instagram com a maior demanda de mensagens privadas (total de 331 em 2021). Diuturnamente, a equipe monitorou os perfis e moderou centenas de comentários das redes sociais para sanar dúvidas e evitar o aprofundamento de crises. Nesses espaços, a Universidade está sempre atenta às novas tecnologias, linguagens e formas de interação, e recentemente aderiu ao *Tik Tok*.

Cada rede social apresenta características próprias, por isso as divulgações nesses ambientes têm sido direcionadas ao perfil dos seus usuários. Dado o alcance dessas plataformas, foi necessário acompanhar diariamente os discursos que ali se instalam e agir para que assuntos ampliados de forma negativa não causem prejuízo institucional incontornável. Outro ponto preocupante é a apropriação por perfis falsos da marca ‘UFSC’. Para minimizar este problema que se estendeu na pandemia, buscou-se a verificação das contas “para conferir autenticidade à página/perfil como oficial da instituição perante os usuários da rede” (UFSC, 2021, p.7). O Twitter e o Facebook já possuem esse selo.

A pandemia de Covid-19 e suas consequências forçaram a UFSC a se reinventar e, para esta transição, era inevitável a utilização das novas tecnologias de informação e comunicação. Assim como as atividades administrativas e acadêmicas migraram para o remoto, houve um incremento na transmissão de materiais informativos. Nesse período, foi possível realizar matérias, coletivas, lives, cursos, reuniões, debates e outros eventos que beneficiaram os organizadores com o potencial de alcance e velocidade da informação. Em 2021 foram cerca de 2.500 notícias categorizadas no [ufsc.br]; quase 3 milhões de acessos únicos; 954 publicações na mídia externa a partir de 332 notícias da UFSC; 958 peças gráficas (campanhas, sinalizações), 1.267 atendimentos à imprensa por e-mail (institucionais e pessoais) e *WhatsApp*; 30 lives, 79 reportagens em vídeos, 115 coproduções e 26 transmissões das sessões do CUn.

Apesar das adversidades, Agecom e TV UFSC conseguiram apresentar uma produção contínua, diferenciada e de qualidade. Mas, seria ingenuidade pensar que esse fazer comunicacional, dentro de uma das maiores universidades federais do país, sobreviveria apenas do esforço da equipe profissionalizada. A gestão universitária deve alocar recursos (pessoal, equipamentos, financiamento etc) a esses setores estratégicos. O diferencial nesse período foi que a tevê e a agência possuem profissionais capacitados e, principalmente após a pandemia, este trabalho precisa ser notado, uma vez que esses servidores e bolsistas assumiram, mesmo a distância, a responsabilidade de informar a sociedade.

Para que este trabalho de divulgação institucional seja abrangente, colaborativo e integrado, é necessário a atualização da Política de Comunicação (PC) da UFSC e posterior aprovação no CUn, única lacuna que não foi preenchida em 1987. Mesmo tendo 35 anos de existência, o atraso na implantação efetiva desse plano já foi apontado como um ponto frágil na gestão de riscos da Universidade.

A menção da PC no interior deste trabalho foi no sentido de fortalecer a Comunicação enquanto ferramenta estratégica de gestão. A UFSC deve retomar seu protagonismo neste assunto e o momento pós-pandêmico oportuniza o repensar das práticas e condutas no

atendimento às demandas, tanto pela introdução de novos conceitos e tecnologias, quanto pelo aumento das pessoas interessadas e dos cursos e serviços oferecidos pela Universidade.

Um dos ensinamentos da pandemia é que o conhecimento é indispensável à vida. Em tempos de “novo normal”, a Comunicação da UFSC deve disseminar na sociedade os saberes construídos ao longo desses últimos anos. Isto seria um caminho para a “alfabetização científica” (BUENO, 2010) construída por intermédio da democratização do conhecimento.

A informação legítima é uma arma no combate à Covid-19 e a futuras crises. De posse dela foi possível descobrir que a doença não é democrática, não atinge indiscriminadamente toda e qualquer pessoa. Ao contrário do que se lê e assiste nos meios comerciais, a doença perece os mais vulneráveis, os que são negligenciados em seus direitos mais básicos como moradia, trabalho, educação e saúde. Os divulgadores da UFSC, bem como de outras instituições, são desafiados no pós-pandemia a se comunicar por meio de uma linguagem educativa, inclusiva, diversa, humanizada e que consiga abarcar, sem distinção, todos, todas e todes.

REFERÊNCIAS

ALVES, Cristiano Alvarenga. **Gestão da comunicação das universidades federais: mapeamento das ações e omissões**. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade Estadual Paulista, Bauru, 2015.

BRASIL. **Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros**. Disponível em: https://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2014/06/04-codigo_de_etica_dos_jornalistas_brasileiros.pdf. Acesso em: 20 jun. 2022.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília: Senado Federal, 1988.

BUENO, Wilson da Costa. **Políticas de comunicação: só poucas organizações podem ter**. 2015. Disponível em: http://www.comunicacaoempresarial.com.br/comunicacaoempresarial/artigos/comunicacao_corporativa/artigo13.php. Acesso em: 20 jul. 2022.

_____. **Comunicação Empresarial: alinhando teoria e prática**. 1. ed. Barueri: Editora Manole, 2014.

_____. **Comunicação científica e divulgação científica: aproximações e rupturas conceituais**. Inf. Inf., Londrina, v. 15, n. esp., p. 1-12, 2010.

CHAUÍ, Marilena de Souza. **A universidade pública sob nova perspectiva**. Revista Brasileira de Educação, Rio de Janeiro, n. 24, p. 5-15, 2003.

COSTA, Inara Regina Batista da. **A divulgação científica pelas universidades públicas brasileiras sob a perspectiva da lógica dominada por serviço**. Tese (doutorado) - Universidade Federal de Minas Gerais, 2019.

IFSC, Instituto Federal de Santa Catarina. **Política de Comunicação**, 2013. Disponível em: https://politicadecomunicacao.ifsc.edu.br/files/2013/03/politica_comunicacao_IFSC_edicao1.pdf. Acesso em: 15 jul. 2022.

LOTH, Moacir. **Democratização universitária com políticas de comunicação**. In: Waldir José Rampinelli; Valdir Alvim; Gilmar Rodrigues. (Org.). **Universidade: a democracia ameaçada**. 2. ed. Florianópolis: Xamã, 2007, v. 1, p. 145-160.

MINAYO, M. C. S. (Org.). **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. 32. ed. Petrópolis/ RJ: Vozes, 2012.

NASCIMENTO, L. F. do; CAVALCANTE, Maria M. D. **Abordagem quantitativa na pesquisa em educação: investigações no cotidiano escolar**. Revista Tempos e Espaços em Educação, São Cristóvão, Sergipe, Brasil, v. 11, n. 25, p. 251-262, abr./jun. 2018. Disponível em: <https://seer.ufs.br/index.php/revtee/article/view/7075/pdf>. Acesso em: 16 ago. 2022.

MOTTA, Fernando C. Prestes; VASCONCELOS, Isabella F. Gouveia de. **Teoria Geral da Administração**. 3. ed. rev. São Paulo: Cengage Learning, 2011 (Cap. 7 e 13)

MOURA, Mariluce. **Universidades públicas respondem por mais de 95% da produção científica do Brasil**. Ciência na Rua, 2019. Disponível em: <http://ciencianarua.net/universidades-publicas-respodem-por-mais-de-95-da-producao-cientifica-do-brasil/>. Acesso em: 20 maio 2022.

RIBEIRO, E. M. **Universidades têm obrigação ética de democratizar o conhecimento**. 2021. Disponível em: <https://ufmg.br/comunicacao/noticias/universidades-tem-obrigacao-etica-de-democratizar-o-conhecimento-diz-professora-argentina>. Acesso em: 20 jul. 2022.

UFSC. Universidade Federal de Santa Catarina. **Política de Comunicação Integrada**, 1987. Disponível em: <https://agecom.ufsc.br/files/2017/08/Poli%CC%81tica-Pu%CC%81blica-de-Comunicac%CC%A7a%CC%83o-1987.pdf>. Acesso em: 1º ago. 2022.

_____. **Carta de Serviços da Agecom**. Disponível em: https://agecom.paginas.ufsc.br/files/2017/11/livreto_agecom_2017.pdf. Acesso em: 08 ago. 2022.

_____. **Relatório Anual Qualificação Clipping Agecom 2021**. (não publicado)

_____. **Relatório de Autoavaliação Institucional - Agecom 2020**. Disponível em: <https://agecom.paginas.ufsc.br/files/2021/03/Relat%C3%B3rio-de-Autoavalia%C3%A7%C3%A3o-Institucional-2020.pdf>. Acesso em: 15 mar. 2022.

_____. **Relatório de Autoavaliação Institucional - Agecom 2021**. Disponível em: <https://agecom.paginas.ufsc.br/files/2022/03/Relat%C3%B3rio-de-Autoavalia%C3%A7%C3%A3o-Institucional-2021.pdf>. Acesso em: 15 mar. 2022.

_____. **Relatório de atividades e ações realizadas pela TV UFSC 2021**. Disponível em: <https://tv.ufsc.br/wp-content/uploads/2022/08/TV-UFSC-2021-relat%C3%B3rio-de-atividades.pdf>. Acesso em: 12 ago. 2022.

_____. **Relatório Preliminar Subcomitê de Comunicação**. Disponível em: https://noticias.paginas.ufsc.br/files/2020/06/Relat%C3%B3rio_Subcomit%C3%AA_Comunica%C3%A7%C3%A3o.pdf. Acesso em: 18 jul. 2022.

_____. **Plano de Desenvolvimento Institucional 2020-2024**. Disponível em: <https://pdi.ufsc.br/files/2020/08/PDI-2020-2024-pagina-dupla.pdf>. Acesso em: 16 jul. 2022.

_____. **Plano Institucional de Gestão de Riscos 2020-2024**. Disponível em: <https://gestaoderiscos.paginas.ufsc.br/files/2021/02/Plano-Institucional-de-Gest%C3%A3o-de-Riscos-UFSC-2020-2024.pdf>. Acesso em: 21 fev. 2022.

_____. **Convívio Consciente**. Disponível em: <https://coronavirus.ufsc.br/>. Acesso em: 08 ago. 2022.

_____. **Covid-19: um ano de pandemia na UFSC**. Disponível em: <https://noticias.ufsc.br/2021/03/covid-19-um-ano-de-pandemia-na-ufsc/>. Acesso em: 11 ago. 2022.

_____. **Ações da UFSC contra o Coronavírus**. Disponível em: <https://coronavirus.ufsc.br/numeros-da-ufsc-contra-o-coronavirus/>. Acesso em: 08 ago. 2022