



PLANO ESTRATÉGICO AUGM 2020-2030

ESTRATÉGIA INTEGRAL DE COMUNICAÇÃO

EIXO II - Fortalecimento Institucional

5. Administrar com eficiência e eficácia a Rede AUGM e gerar um modelo de gestão de qualidade dos processos definidos por ela.

5.2. Potencializar os resultados dos diferentes espaços de trabalho da Rede, favorecendo a interação de seus membros, para consolidar o posicionamento da AUGM como uma das redes mais destacadas e dinâmicas da América Latina.

5.2.1. No segundo semestre de 2022, projetar-se-á e se colocará em andamento uma estratégia integral de comunicação da AUGM, que contemple especialmente a interação entre seus membros.

5.2.2. No primeiro semestre de 2022 terão sido aumentadas e diversificadas as ações de visibilidade e interlocução da rede com atores externos e contar-se-á com um plano anual de atividades de comunicação em todas as componentes de trabalho da AUGM.

No mundo transformado pela tecnologia digital e pelo que vem sendo chamado de “trabalho imaterial”, as universidades são desafiadas a reconfigurar suas atividades tanto educacionais, como sociais e institucionais. Com a aceleração dos processos de comunicação remota provocada pela pandemia, torna-se ainda mais urgente a implementação de uma estratégia geral de comunicação para a AUGM. As temporalidades, territórios e identidades são hoje transversais, intercambiáveis e modulares, provocando enormes fluxos informacionais (locais, nacionais, regionais, globais) e novos modos de compartilhamento cultural. São os próprios estatutos da educação e da ciência que estão em jogo na cultura e economia política contemporâneas. Em consequência, é o nosso futuro próximo que está em jogo e, de certa maneira, o próprio papel e função da universidade que estão sendo colocados em questão. Essas transformações comunicacionais trazem um enorme campo de possibilidades para que as universidades reforcem e ampliem sua presença na vida social, seja através da reinvenção de suas tradicionais atividades de ensino, pesquisa e extensão, seja alargando e aprofundando suas relações com a sociedade e com outras universidades, nacional e internacionalmente. Ao ampliar a interface horizontal com a sociedade e outras instituições, a universidade pode promover ainda mais a circulação e o intercâmbio democrático dos saberes.

1. PRINCÍPIOS E DIRETRIZES GERAIS

1.1. Comunicação institucional. A comunicação institucional deverá responder às necessidades de informação e comunicação oficial da AUGM em todas as mídias e

formatos de comunicação. Ela deve ser gerida diretamente pela secretaria geral da AUGM e tem como objetivo fazer circular a informação necessária ao funcionamento da própria AUGM. Ela não se confunde com a comunicação de conteúdos produzidos pelas universidades membros.

1.2. Comunicação integrada: TV, rádio, mídias sociais e internet. Para impulsionar o reconhecimento da rede de comunicação da AUGM, devemos aproveitar ao máximo o potencial de integração dos meios universitários já existentes, promovendo um maior intercâmbio entre eles, através de troca de conteúdos, co-produções e campanhas conjuntas. É fundamental a criação de uma identidade visual/sonora/audiovisual, uma espécie de "Zona AUGM" através de vinhetas, chamadas, campanhas, programas, projetos e intercâmbios entre profissionais de comunicação, docentes, estudantes e comunidades universitárias. Através dessa integração de mídias audiovisuais e digitais, promoveremos também uma maior circulação da produção acadêmica das universidades participantes da AUGM.

1.3. Rede de Comunicadores da AUGM. Conectar e articular os profissionais de comunicação das universidades através de eventos, programas e projetos. Esses profissionais são decisivos para que possamos compartilhar pautas, matérias, programas e divulgação em geral.

1.4. Agência de notícias. Integrar os profissionais de jornalismo das universidades membro e criar uma rede de troca permanente de notícias relevantes para a região. Assim como a "Zona AUGM" a "Agência AUGM" fará circular permanentemente as notícias mais relevantes para as universidades membro.

1.5. Promoção da AUGM entre universidades membro. Para que tanto a "Zona AUGM" e a "Agência AUGM" sejam reconhecidas será necessária uma estratégia específica de promoção: uma identidade visual, sonora e audiovisual, formatos curtos e ágeis de divulgação de programas, eventos e informação relevante para a região.

1.6. Promoção de conteúdos produzidos pelas universidades. Ação permanente de promoção, distribuição e exibição da produção das universidades. Troca de programação de televisão, rádio e conteúdos audiovisuais em geral.

1.7. Divulgação científica, difusão cultural e EAD. Dar especial relevância ao diferencial específico da produção científica, artística e cultural universitária.

1.8. Webnários, congressos, eventos científicos e artísticos. Criar uma plataforma específica para eventos universitários, de forma que as comunidades das universidades membro tenham uma referência direta, ágil e intuitiva do que está passando de mais relevante na região.