

APÊNDICE A
PROPOSTA DE POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO PARA A UFT



UNIVERSIDADE FEDERAL DO TOCANTINS

PROPOSTA DE TEXTO-BASE PARA UMA

POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO DA UFT

Dispõe sobre os objetivos e fundamentos da comunicação organizacional na UFT e dá outras providências.

Elaboração

Bianca Zanella Ribeiro

*Jornalista, especialista em políticas públicas e
mestranda em Gestão de Políticas Públicas na UFT (Gespol)*

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO – Política de comunicação para quê?	2
1 DO CONCEITO DE COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL E COMUNICAÇÃO PÚBLICA	3
2 DOS PRINCÍPIOS DA COMUNICAÇÃO NA UFT	3
3 DOS OBJETIVOS DA COMUNICAÇÃO NA UFT	6
4 DA ESTRUTURA ORGANIZACIONAL DA COMUNICAÇÃO NA UFT	7
5 DAS ATRIBUIÇÕES DA DICOM.....	9
6 DAS ATRIBUIÇÕES DOS PÚBLICOS INTERNOS.....	11
7 DAS DISPOSIÇÕES GERAIS	12

APRESENTAÇÃO – Política de comunicação para quê?

A presente política de comunicação foi elaborada e proposta a partir da pesquisa “Planejamento e Avaliação da Comunicação Organizacional em Universidades Públicas: o caso da UFT”, desenvolvida como dissertação de mestrado profissional no Programa de Pós-Graduação em Gestão de Políticas Públicas (Gespol) desta instituição.

A referida pesquisa demonstrou a importância de três fatores convergentes para a comunicação nas organizações – diretrizes claras de atuação, planejamento estratégico integrado e avaliação permanente de resultados – e evidenciou que, apesar de significativos avanços ao longo dos primeiros 12 anos da implantação da Universidade, a comunicação representava um gargalo crítico para o desenvolvimento institucional no sentido da realização da missão social da organização e de sua visão estratégica, em grande parte pela ausência dos três fundamentos aqui mencionados.

Desta constatação foram originadas, além da proposta de política de comunicação, outras duas também anexadas à dissertação: a de um plano plurianual de comunicação (baseado na política) e a de uma matriz de indicadores para avaliação de ações e mensuração de resultados da comunicação organizacional na UFT (baseada na política e no plano).

Aqui, considerando o Plano de Desenvolvimento Institucional da UFT, suas características plurais e peculiares, e também a sua visão, missão e valores, reunimos os preceitos que consideramos essenciais para orientar, de maneira profissional e integrada, a comunicação na Universidade e entre a Instituição e seus diversos públicos estratégicos, com foco na prestação de serviços públicos de excelência, na participação dos cidadãos e na transparência organizacional. Este conjunto inclui conceitos básicos, objetivos, princípios, procedimentos e outros tópicos sob uma perspectiva de que não apenas os profissionais e setores especializados em comunicação nas organizações são importantes, mas também os demais sujeitos envolvidos com a organização possuem um papel fundamental para o êxito do processo comunicacional.

Esperamos que esta política possa contribuir com o desenvolvimento da UFT e ao mesmo tempo possa se desenvolver juntamente com a Instituição, atualizando-se sempre que necessário para manter-se uma referência presente e útil frente aos constantes desafios que se impõem neste contexto organizacional dinâmico.

1 DO CONCEITO DE COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL E COMUNICAÇÃO PÚBLICA

1.1. No âmbito da UFT, a comunicação organizacional e pública é entendida como:

a) o **processo de relacionamento** que se estabelece na organização – entre grupos, pessoas e diferentes setores acadêmicos e administrativos – e entre a organização e a sociedade, considerando seus diversos públicos estratégicos (*stakeholders*) internos e externos, resultando em uma interação dialógica e multidirecional entre Estado, governo, outras instituições, servidores, estudantes e cidadãos em geral, abrangendo as três grandes áreas da comunicação integrada – comunicação institucional, interna (administrativa) e mercadológica –, por diversos meios e canais, com o objetivo de contribuir com o desenvolvimento organizacional, com o desenvolvimento humano e da cidadania, e com a concretização da missão social das organizações, que no caso das universidades está estreitamente relacionada à difusão científica, sempre visando o interesse público e com efeito sobre a coletividade.

b) o **processo gerencial** permanente e sistemático organicamente associado à tomada de decisões e ao planejamento estratégico que integra todas as atividades orientadas para o relacionamento da organização com seus públicos de interesse e a sociedade em geral, cuja responsabilidade é criar e manter fluxos efetivos de informação e participação, buscando garantir condutas uniformes por meio de uma diretriz única que reflita valores e conceitos compartilhados por toda a organização, em consonância sua política e seus princípios gerais, resguardando a pluralidade de ideias, mas ao mesmo tempo evitando a fragmentação da imagem institucional.

2 DOS PRINCÍPIOS DA COMUNICAÇÃO NA UFT

2.1. Na UFT, a comunicação, tanto no sentido de processo de relacionamento institucional quanto no sentido de processo gerencial é regida pelos seguintes princípios:

2.1.1 Transparência – o cidadão tem direito à informação, que é a base do exercício da cidadania, e o Estado, representado por suas organizações, tem o dever de informar de forma correta, precisa e ágil, elucidando fatos que demandem esclarecimentos. Nenhuma informação deve ser sonegada e nenhuma solicitação de informação, seja ela de outras instituições, da imprensa ou de particulares deve ficar sem resposta. Além disso, a UFT deve prestar contas dos investimentos feitos pela sociedade para a sua manutenção e o seu crescimento de forma permanente, completa e acessível – com informações que possam ser tanto facilmente encontradas quanto compreendidas pelo público em geral –, independentemente de serem especificamente solicitadas. Isso implica que o sistema de comunicação da Universidade seja proativo – capaz de antecipar-se na identificação das necessidades de seus públicos de interesse –, ágil para atender as demandas em um cenário de mudanças aceleradas, criativo e propositivo para ir além da publicidade legal e promover esforços no sentido de que informações e oportunidades que dizem respeito à UFT sejam vistas e compreendidas pelo público em geral em meio à burocracia organizacional.

2.1.2 Promoção do conhecimento e da cidadania – sendo uma instituição de ensino, pesquisa e extensão, a UFT deve priorizar em suas ações de comunicação a difusão do conhecimento científico para além dos limites das salas de aula e dos câmpus, concentrando esforços para aproximar os saberes produzidos na Universidade da realidade social e dos saberes populares, bem como para tornar o conhecimento acadêmico cada vez mais acessível, seja pela adaptação da linguagem ou pela diversificação de meios, formatos e canais de comunicação. A Instituição deve, ainda, valendo-se de sua comunicação organizacional, prestar serviços de informações de utilidade pública e ser multiplicadora de conhecimentos, procurando informar e esclarecer o cidadão, no âmbito de sua atuação, sobre direitos e deveres, bem como educar, orientar, mobilizar, prevenir ou alertar a população sobre comportamentos que lhe tragam benefícios individuais ou coletivos e que melhorem a qualidade de vida da comunidade.

2.1.3 Valorização das pessoas – a comunicação da UFT deve procurar ressaltar, para além de uma visão estéril da organização – de sua estrutura material, seu estatuto, regimento e organograma – a essência humana que forma a comunidade universitária e é o fator “organizante”, – a condição que permite a existência da Universidade, e também a razão pela qual ela foi criada e é mantida, sem fazer distinção entre câmpus, cursos, cargos, titulações ou funções, e com respeito à propriedade intelectual. Deve-se divulgar esforços e iniciativas exemplares, coletivas ou individuais, que contribuam com o desenvolvimento da Instituição e

elevem o nome da UFT nos campos do ensino, da pesquisa, da extensão e da própria gestão pública, como forma de valorizar os sujeitos envolvidos nessas ações e incentivar tanto a adoção de boas práticas quanto o surgimento de novas propostas inovadoras. A comunicação deve, no entanto, evitar a personalização de conquistas institucionais na figura de agentes públicos e políticos, bem como evitar dar suporte a ações de promoção pessoal, partindo do pressuposto que articulação, liderança e habilidade diplomática são importantes, mas que apenas esforços no campo das negociações, assinaturas de convênios ou repasses de recursos não se sustentam sem o suporte tático e operacional garantido pela coletividade que atua nos bastidores da organização.

2.1.4 Participação – a comunicação na UFT deve basear-se em uma relação de confiança e credibilidade entre as pessoas e os setores acadêmicos e administrativos que compõem a comunidade universitária e entre a organização e a comunidade externa. Deve utilizar-se de canais que promovam o diálogo e a interatividade, e possibilitem à Instituição “ouvir” a sociedade de forma sensível às demandas sociais. Deve, ainda, fomentar o envolvimento dos alunos, servidores, parceiros e da comunidade em geral, garantindo e estimulando a participação de todos na tomada de decisões e na elaboração, execução e fiscalização das políticas públicas, de modo a legitimar e dar respaldo às ações institucionais.

2.1.5 Ética e responsabilidade social – As ações de comunicação devem caracterizar-se pelo compromisso ético e pelo exercício pleno da responsabilidade social da Universidade, pautando-se pela verdade, pela valorização da diversidade cultural e da pluralidade de opiniões e de saberes, pelo respeito aos direitos dos cidadãos, especialmente aos das minorias, pela eliminação dos preconceitos de qualquer ordem e pela manutenção de um clima propício ao diálogo.

2.1.6 Qualidade e profissionalismo – as ações de comunicação na UFT devem caracterizar-se por atributos de eficiência e eficácia no atendimento das demandas apresentadas pelos públicos estratégicos e pela sociedade em geral, de modo que devem ser empenhados esforços no sentido de identificar fontes de erros, ruídos e gargalos da comunicação organizacional, bem como de criar alternativas para a prevenção e correção de problemas comunicacionais e a gestão ágil e eficiente de crises. Além disso, em todas as oportunidades de relacionamento, as ações de comunicação na UFT devem ser pautadas por profissionalismo, visando à garantir a satisfação das expectativas dos públicos internos e externos com relação à comunicação. Isso pressupõe que os envolvidos nas atividades de comunicação busquem habilitação e permanente aperfeiçoamento profissional para o desempenho de suas funções e o desenvolvimento de suas

habilidades comunicacionais, bem como que os setores organizem-se previamente para a execução de atividades que envolvam a comunicação de forma integrada e em conformidade com as diretrizes definidas pela Diretoria de Comunicação.

2.1.7 Zelo pela imagem institucional e compromisso organizacional – Toda a ação de comunicação deve ser desenvolvida no sentido de contribuir com a concretização da missão e da visão estratégica da organização, de preservar e projetar uma boa imagem institucional e a reputação da UFT perante a sociedade, e de refletir e propagar os valores da Instituição.

3 DOS OBJETIVOS DA COMUNICAÇÃO NA UFT

3.1 Contribuir de forma efetiva com a concretização da missão social da UFT e com o fortalecimento dos valores da Universidade, informando e integrando pessoas, setores e a sociedade em torno dos objetivos comuns da Instituição, acompanhando sua evolução e as mudanças da própria organização e do contexto em que ela está inserida.

3.2 Favorecer o diálogo, fazendo com que demandas, expectativas e interrogações dos públicos estratégicos da Instituição sejam ouvidas em todas as instâncias, assegurando fluxos de comunicação multilaterais e buscando criar discursos institucionais que respeitem as diferenças e a pluralidade de opiniões.

3.3 Promover a imagem da UFT e o senso de pertencimento e responsabilidade institucional de seus integrantes, e zelar pela reputação da Universidade.

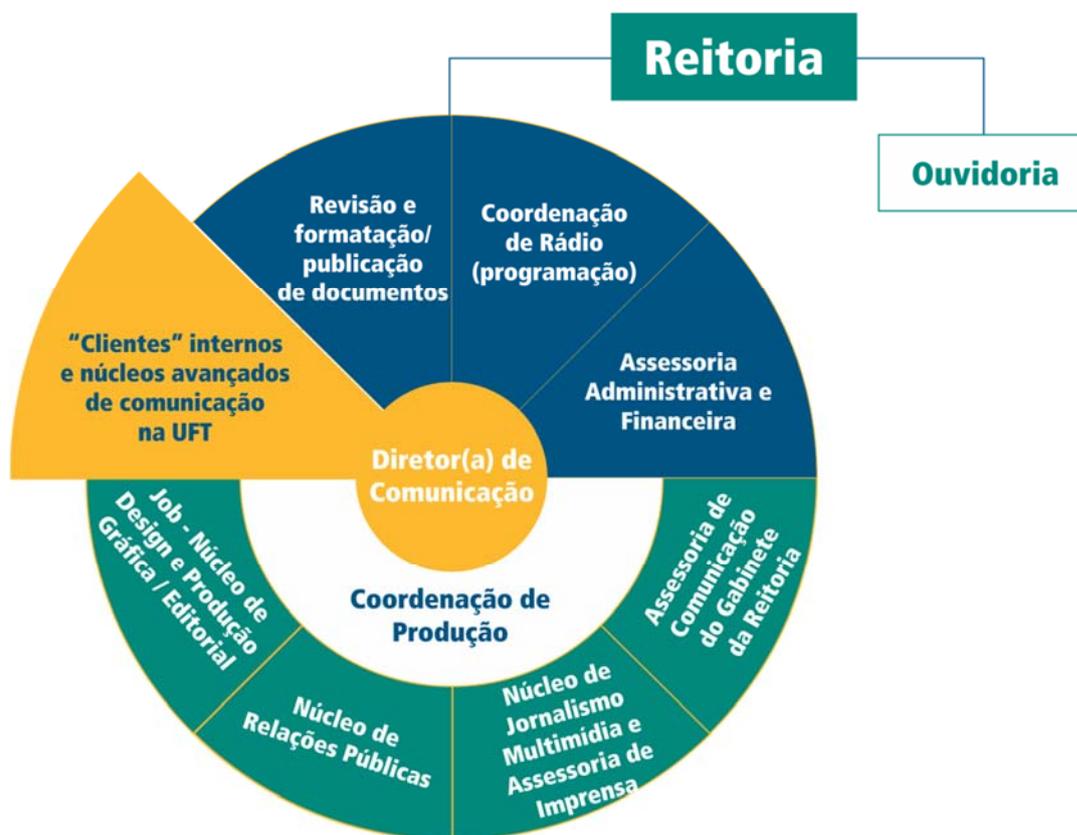
3.4 Promover a divulgação do conhecimento científico desenvolvido na UFT, e também de suas ações no campo do ensino, da pesquisa e extensão.

3.5 Fomentar, entre a comunidade universitária e a sociedade em geral, o debate público sobre temas relevantes, bem como ações úteis e solidárias, e difundir comportamentos positivos e saudáveis.

4 DA ESTRUTURA ORGANIZACIONAL DA COMUNICAÇÃO NA UFT

4.1 Subordinada à Reitoria, a Diretoria de Comunicação deve estar integrada à Ouvidoria, respeitando a autonomia deste setor, mas buscando a articulação de ações com base nas demandas apresentadas pela comunidade.

4.2 A Dicom será estruturada, *a priori*, em coordenações, núcleos e *staffs* de apoio conforme o organograma abaixo, podendo este ser alterado, pela própria diretoria, de acordo com as demandas e com a disponibilidade de pessoal.



4.3 A Coordenação de Produção, a qual será responsável, principalmente, pela delegação e pelo acompanhamento de tarefas dos núcleos de Design e Produção Gráfica, Jornalismo e Relações Públicas, bem como à Assessoria do Gabinete da Reitoria, visando sempre à integração estratégica das ações.

4.4 O núcleo de revisão, formatação e publicação de documentos tem como responsabilidade revisar conteúdos e materiais gráficos produzidos na Dicom, de acordo com fluxos internos, e

publicar todos os editais no âmbito da UFT, zelando pelos padrões estéticos estabelecidos institucionalmente e também pelo cumprimento das normas gramaticais e ortográficas.

4.4.1 É de responsabilidade dos setores administrativos e acadêmicos de origem dos editais o cumprimento de prazos e o conteúdo dos editais publicados, bem como a formatação dos documentos (que é apenas conferida pela Dicom), nos termos do Guia de Redação e Formatação de Documentos Oficiais da UFT. Documentos enviados fora dos padrões não serão publicados, cabendo aos setores de origem a responsabilidade por eventuais atrasos decorrentes da necessidade de correções.

4.4.2 A diagramação, revisão e publicação de Boletins Internos será de responsabilidade exclusiva do Setor de Portarias da Reitoria e da Prograd.

4.5 A Coordenação de Rádio será responsável pelo lançamento de editais de extensão para seleção de projetos de programas da comunidade universitária e comunidade em geral para compor a grade de programação da Rádio UFT FM e Rádio Web. Será responsável, ainda, pelo acompanhamento editorial dos programas selecionados e pela supervisão da programação.

4.6 A produção jornalística de rádio estará subordinada à Coordenação de Produção, juntamente com a produção de conteúdos para as demais mídias (redes sociais digitais, web, TV, mural, e-mail institucional, revista, jornal impresso etc).

4.7 A Assessoria Administrativa e Financeira tem como responsabilidade gerenciar contratos de compras e serviços pertinentes à Dicom, pagamentos e pedidos, bem como tratar de questões relativas à gestão de pessoas no âmbito da diretoria (controle de ponto, diárias etc).

4.8 As demandas direcionadas à Dicom serão encaminhadas, preferencialmente, Coordenação de Produção ou, nos casos específicos, diretamente ao setor de revisão e publicação de documentos ou ao Job. Também poderão ser encaminhadas, em situações que demandem uma ação superior, ao(à) próprio(a) diretor(a), devendo este(a) delegar as tarefas aos seus setores assessores ou à Coordenação de Produção, respeitando esta a hierarquia intermediária.

4.9 Ao(à) diretor(a) de comunicação caberá supervisionar as ações realizadas na Dicom, zelando pela integração dos diferentes núcleos, bem como intermediar as relações do setor com a Reitoria e providenciar recursos humanos, materiais e financeiros para o bom funcionamento da diretoria.

O(a) diretor(a) será responsável, também, por consolidar posicionamentos estratégicos do setor a partir de discussões com a equipe e da análise de relatórios.

4.10 Os núcleos avançados de comunicação serão constituídos na forma de um cadastro pelas direções de câmpus, coordenações de cursos, programas e projetos da Universidade, na forma de uma rede de contatos de referência que possibilite uma maior articulação entre a Diretoria de Comunicação e pontos estratégicos da Instituição.

4.10.1 Não havendo profissionais de comunicação nestes núcleos, eventuais estagiários de comunicação deverão, necessariamente, ser supervisionados pelos profissionais da Diretoria de Comunicação, quando possível com encontros presenciais periódicos.

4.10.2 Havendo profissionais de comunicação nestes setores, a Diretoria de Comunicação poderá, a seu critério, delegar a estas atividades como a publicação de matérias no Portal UFT. Caso contrário, todo e qualquer conteúdo institucional deverá ser publicado pelos profissionais da Dicom.

4.10.3 No desempenho de atividades relacionadas à comunicação, os servidores lotados nos núcleos avançados serão subordinados administrativamente aos câmpus e setores dos quais fazem parte, e dotados de autonomia operacional nos termos definidos por suas chefias imediatas. Estarão subordinados, porém, às diretrizes editoriais e gráficas definidas pela Diretoria de Comunicação, responsável pelo alinhamento estratégico dos discursos institucionais. O mesmo se aplica à Assessoria de Comunicação do Gabinete da Reitoria.

4.10.4 A Dicom promoverá, sempre que possível, cursos, *workshops*, ou outras atividades de treinamento, e disponibilizará cartilhas aos núcleos avançados de comunicação visando à difusão e compreensão das diretrizes editoriais e gráficas que propuser, bem como ao aprimoramento dos conteúdos institucionais.

5 DAS ATRIBUIÇÕES DA DICOM

5.1 Participar do planejamento estratégico da Universidade e atuar como órgão consultivo na gestão, monitoramento e prevenção de crises.

5.2 Participar das discussões a respeito de convênios e parcerias que envolvam ações de comunicação e divulgação institucional da UFT.

5.3 Publicar todos os editais lançados no âmbito da UFT, zelando pelos padrões estéticos estabelecidos institucionalmente e também pelo cumprimento das normas gramaticais e ortográficas (observando-se o parágrafo único do item 5,3).

5.4 Promover, junto à Diretoria de Tecnologia da Informação e demais setores pertinentes melhorias na acessibilidade, na organização e nas funcionalidades do Portal UFT.

5.5 Definir a organização do Portal UFT, especialmente com relação às áreas de destaque, sempre buscando atender as demandas dos setores, mas zelando por uma estruturação lógica, que facilite o acesso às informações, e priorizando as necessidades dos principais públicos estratégicos.

5.6 Criar e operacionalizar a atualização, com o apoio da DTI, páginas institucionais dentro do Portal UFT para cursos, setores acadêmicos e administrativos, programas, projetos e eventos institucionais da Universidade.

Parágrafo único: é de responsabilidade dos setores e das coordenações de cursos, programas, projetos ou eventos que solicitarem a criação de páginas a elaboração dos conteúdos a serem publicados e o envio de informações atualizadas à Dicom, sempre que revisões ou retificações forem necessárias.

5.7 Promover cursos, treinamentos, *workshops* e outras atividades de treinamento voltadas para os públicos internos relativas à comunicação organizacional, disponibilizar cartilhas e tutoriais, e fomentar o engajamento dos públicos estratégicos com relações às questões pertinentes à UFT.

5.8 Supervisionar e assessorar servidores e estagiários da UFT no desempenho de atividades que envolvam divulgação institucional (entrevistas, produção de material para divulgação externa etc).

5.9 Produzir, de acordo com a disponibilidade de material e orçamentária, peças gráficas para divulgação de programas, projetos e eventos institucionais.

5.10 Organizar eventos da Reitoria (exceto formaturas, que cabem ao setor de Cerimonial do Gabinete) e colaborar com a produção de eventos institucionais.

5.11 Definir e produzir, de acordo com as demandas, os veículos de comunicação da instituição e os conteúdos para os diversos canais oficialmente instituídos, a partir de pautas geradas internamente ou sugeridas por setores, integrantes da comunidade universitária ou da comunidade em geral.

5.12 Receber, encaminhar e responder demandas enviadas por interlocutores diretamente à UFT via redes sociais digitais.

5.13 Prestar assessoria de imprensa aos diversos setores administrativos e acadêmicos da UFT, incluindo, neste trabalho, o envio de sugestões de pautas aos veículos de comunicação, o agendamento de entrevistas com servidores da Universidade (a respeito de temas pertinentes às atividades destes desempenhadas na Instituição), o assessoramento dos entrevistados, a atualização do banco de fontes e do *mailing* de contatos da imprensa etc.

5.14 Gerenciar a Rádio UFT FM, selecionando, por meio de editais, projetos para compor a sua programação, e supervisionando os conteúdos levados ao ar.

5.15 Outras atividades pertinentes à comunicação organizacional na UFT.

6 DAS RESPONSABILIDADES DOS PÚBLICOS INTERNOS

6.1 É responsabilidade dos servidores e estudantes da UFT:

- a) buscar informar-se sobre os assuntos pertinentes à Universidade, evitando propagar informações incompletas, incorretas ou inverídicas sobre a Instituição.
- b) buscar conhecer e aplicar normativas que tratem sobre a comunicação na Universidade e também sobre demais temas pertinentes às suas atividades na Instituição.
- c) buscar integrar-se aos demais colegas e setores da Universidade, e participar dos espaços de discussão e avaliação da Instituição de forma propositiva, respeitando as diferenças de opiniões e os lugares de fala.

- d) contribuir com o aprimoramento dos veículos institucionais de comunicação por meio de críticas e sugestões, e levar ao conhecimento da Diretoria de Comunicação temas relevantes ou ações desenvolvidas por si próprio ou pelo setor do qual faz parte que possam ser tema de pauta.
- e) zelar pela imagem institucional da UFT, mantendo boa conduta dentro e fora da Universidade;
- f) solicitar à Dicom a criação ou aprovação (e confecção, mediante orçamento) de peças gráficas, impressas ou digitais, que tratem de temas institucionais ou levem o nome/a marca da UFT;
- g) prestar informações e atendimentos de qualidade, presencialmente, por e-mail, telefone, trâmites burocráticos ou qualquer outro meio, tanto aos públicos externos quanto internos.

7 DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

7.1 Casos omissos nesta política de comunicação deverão ser resolvidos pela Diretoria de Comunicação e, conforme o caso, discutidos junto à Reitoria e/ou junto aos Órgãos Colegiados Superiores desta Universidade.

APÊNDICE B
TÓPICOS PARA UM PLANO PLURIANUAL DE COMUNICAÇÃO DA UFT



UNIVERSIDADE FEDERAL DO TOCANTINS

TÓPICOS PARA UM

PLANO PLURIANUAL DE COMUNICAÇÃO DA UFT

Propostas de ações prioritárias

Elaboração

Bianca Zanella Ribeiro

*Jornalista, especialista em políticas públicas e
mestranda em Gestão de Políticas Públicas na UFT (Gespol)*

2015

TÓPICOS PARA UM PLANO PLURIANUAL DE COMUNICAÇÃO DA UFT

Em busca de respostas sobre como potencializar a comunicação organizacional na Universidade Federal do Tocantins no sentido de torná-la mais estratégica diante da missão institucional da UFT e dos princípios da comunicação pública, observamos, em nossa trajetória de pesquisa, diversos pontos críticos que corroboram com uma notória tendência de associação de comunicação à ideia de problema.

Aqui, procuramos sintetizar esses “problemas” analisados em nossa dissertação e também apresentar respostas propositivas que entendemos como possíveis alternativas de reversão destes em soluções.

Obviamente os tópicos apresentados aqui, para serem colocados em prática, necessitam ser detalhados na forma de programas e projetos com todas as suas partes essenciais, e dependem de definições como cronograma e previsão de recursos humanos, orçamentários, materiais e de infraestrutura.

Cientes da atual crise pela qual passam as Instituições Federais de Ensino Superior decorrente do arrocho orçamentário promovido pelo Governo Federal, e também sabendo das dificuldades normalmente enfrentadas pela carência de investimentos em diversos setores das organizações, inclusive o de comunicação, é compreensivo que nem todas essas propostas, em um plano realista, sejam colocadas em prática integral, imediata e simultaneamente. Tampouco devem, por este motivo, ser simplesmente compiladas tal qual aparecem aqui elencadas em um plano efetivo, sem um prévio e necessário estudo de prioridades e viabilidade.

Nesta síntese, porém, procuramos apenas organizar os tópicos sugeridos em função de problemas percebidos, sem hierarquizá-los. E apesar de não considerarmos absolutamente utópicas ou inviáveis as ações aqui apresentadas, também não nos preocupamos, neste momento, em uma avaliação específica de pormenores políticos, técnicos e econômicos, tendo em vista serem estes fatores transitórios que poderiam deixar de ser compatíveis com a realidade quando e se tais ações venham a ser empreendidas.

Pontos críticos	Propostas de ação
<p>Carência de bases de planejamento, atuação e avaliação próprias para a comunicação na UFT.</p>	<ol style="list-style-type: none"> I. Apresentar à comunidade universitária e aos órgãos colegiados da Universidade uma proposta a ser discutida, aprimorada e consolidada como política institucional de comunicação. II. Implantar na Diretoria de Comunicação, uma metodologia permanente de planejamento e avaliação das atividades do setor e da Comunicação na UFT, aprimorando, junto à DTI, fluxos de serviços e processamento de dados de relatórios. III. Consolidar um plano plurianual de comunicação, desdobrando-o em programas e projetos com metas e metodologias bem definidas, e elaborar/atualizar guias de procedimentos próprios da comunicação, como guia de relacionamento com a mídia, manual de redação multimídia, manual de identidade visual e guia de boas práticas na comunicação organizacional.
<p>Problemas de engajamento, participação, e falta de “consciência comunicativa organizacional”.</p>	<ol style="list-style-type: none"> IV. Proporcionar, por meio do projeto Servidor Multiplicador ou de parcerias com os diferentes setores da Universidade, cursos e oficinas de capacitação sobre comunicação organizacional e <i>media training</i>. V. Fomentar a organização e a capacitação de núcleos de comunicação avançados, intensificando o diálogo e a parceria entre a Dicom, os câmpus e setores estratégicos da Universidade, e buscar uma aproximação da Diretoria de Comunicação, visando à cooperação e à troca de informações, com setores como a Ouvidoria e a CPA. VI. Desenvolver, junto aos públicos internos, campanhas de divulgação dos canais institucionais de comunicação e de conscientização do público interno a respeito da boa postura comunicativa no ambiente organizacional, como, por exemplo, campanha de prevenção de erros de redação e formatação de documentos oficiais. VII. Promover discussões e buscar normatizar, junto aos setores acadêmicos e administrativos, formas de otimizar a comunicação administrativa em aspectos como, por exemplo, procedimentos para a tramitação de processos e documentos, e a dinâmica de reuniões.

<p>Pouca divulgação científica, falhas na comunicação interna e discrepâncias entre veículos/canais ofertados e preferências das audiências.</p>	<p>VIII. Buscar parcerias com veículos de comunicação locais, regionais ou nacionais para a divulgação de cursos e da produção acadêmica desenvolvida na UFT, e aprimorar o relacionamento da Universidade com a imprensa, tornando suas pautas mais acessíveis aos profissionais de comunicação por meio de um banco de fontes acadêmicas com consulta <i>online</i> e de um trabalho intensivo de assessoria de imprensa.</p> <p>IX. Reorganizar a Diretoria de Comunicação em núcleos, criando um núcleo próprio para a comunicação institucional responsável pela manutenção das áreas “frias” do Portal UFT (informações institucionais), pela produção de eventos institucionais e de projetos/materiais especiais (tais como kit institucional, catálogo de cursos, folderes e vídeos institucionais etc).</p> <p>X. Redefinir o formato, a periodicidade e a linha editorial de <u>todos os veículos institucionais</u>, adequando-os às necessidades dos públicos prioritários, a saber:</p> <p>a) Implantar filtros de notícias por tags para todas as páginas institucionais do Portal UFT (fazendo com que as páginas dos cursos, programas/projetos e setores acadêmicos/administrativos fiquem mais dinâmicas, com conteúdos relacionados atualizados);</p> <p>b) Fortalecer o trabalho de <i>social media</i> voltado para o Facebook – a rede mais popular e com maior participação do público da UFT –, sem ignorar tendências de migração desse público para outras redes (tendo em vista o caráter altamente transitório e volátil deste tipo de mídia);</p> <p>c) Transformar o Sou UFT em um blog de notícias no Portal UFT (Página do Servidor), com atualização diária e em uma <i>newsletter</i> digital semanal, enviada por e-mail aos servidores da Universidade com as publicações dos últimos dias do blog e notícias gerais do Portal UFT;</p> <p>d) Transformar o Jornal Presente em uma <i>newsletter</i> digital semanal voltada especialmente para os alunos da UFT, com as principais notícias do Portal UFT e outras informações próprias para este público;</p>
--	--

	<p>e) Implantar uma newsletter digital diária automática, com disparo por e-mail mediante assinatura, voltada tanto para os públicos interno quanto para a imprensa e outros interessados da comunidade em geral, com os links para as últimas notícias publicadas no Portal UFT;</p> <p>f) Selecionar, mediante edital, projetos da comunidade universitária e comunidade em geral para a composição da grade de programação da Rádio UFT, e implantar programas, tanto na frequência FM quanto na <i>web</i>, de conteúdo jornalístico (rádio jornal, rádio reportagens e <i>podcasts</i>);</p> <p>g) Implantar a revista institucional da UFT semestral (impresa e digital), com matérias prioritariamente de cunho acadêmico/científico, mas também conteúdos institucionais, voltada para os públicos internos e, sobretudo, para os públicos externos – comunidade em geral e outras instituições locais, regionais, nacionais e internacionais, visando apresentar um panorama da Universidade Federal do Tocantins, seus acontecimentos mais importantes e sua produção de conhecimentos, sempre reforçando a missão, a visão e os valores da UFT no contexto da Instituição;</p> <p>h) Implantar um jornal mural e/ou murais digitais (web TV – avaliar viabilidade orçamentária) com atualização remota em pontos estratégicos de todos os câmpus da UFT, visando a divulgação dinâmica de conteúdos adaptados a partir do Portal UFT e dos perfis e páginas oficiais da Universidade nas redes sociais.</p> <p>XI. Criar um prêmio de jornalismo para incentivar tanto profissionais da imprensa quanto estudantes de Jornalismo a desenvolverem reportagens pautadas por descobertas e inovações científicas, ou por iniciativas de ensino, pesquisa e extensão no âmbito da UFT.</p>
--	--

APÊNDICE C
MATRIZ DE INDICADORES PARA AVALIAÇÃO DA COMUNICAÇÃO
ORGANIZACIONAL NA UFT E QUESTIONÁRIO PARA PESQUISA DE OPINIÃO



UNIVERSIDADE FEDERAL DO TOCANTINS

PROJETO

COMUNICAÇÃO NOTA 10

Matriz de indicadores para a avaliação de ações e mensuração de resultados da comunicação organizacional na UFT

Elaboração:

Bianca Zanella Ribeiro

*Jornalista, especialista em políticas públicas e
mestranda em Gestão de Políticas Públicas na UFT (Gespól)*

2015

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	2
Indicador 1 – Produtividade e Qualidade	3
1.1 Registro das principais atividades da Dicom, para fins de acompanhamento e relatório.....	4
1.2 Atualização de banco de dados.....	4
1.3 Matérias publicadas no Portal UFT	5
1.4 Relacionamento com a Imprensa.....	5
1.5 Matérias publicadas na imprensa sobre a UFT (<i>clipping</i>).....	6
1.6 Documentos publicados.....	6
1.7 “Jobs” realizados (produções gráficas, por número de criações).....	7
1.8 Edições do jornal	7
1.9 Edições da revista.....	7
1.10 Edições do informativo interno	7
1.11 Postagens nas redes sociais.....	8
1.12 Vídeos produzidos.....	8
1.13 Produções de rádio	8
1.14 Atualizações no Portal UFT	8
1.15 Qualidade levando-se em consideração erros (Dicom).....	9
1.16 Qualidade levando-se em consideração erros (fatores externos)	10
Total – Indicador 1 – Produtividade e Qualidade	11
Indicador 2 – Relevância	12
2.1 Audiências.....	13
2.2 Engajamento nas mídias sociais	14
2.3 Aproveitamento de <i>releases</i> no <i>clipping</i> e em atendimentos à imprensa.....	16
2.4 Participação dos câmpus (Facebook).....	16
2.5 Participação dos Câmpus (Matérias no Portal UFT).....	17
2.6 Participação dos Câmpus (Matérias no Sou UFT) – Contagem anual	18
2.7 Participação dos Câmpus (Matérias no Jornal) – Contagem anual	18
2.8 Participação dos Câmpus (Matérias na Revista) – Contagem anual	19
2.9 Divulgação científica (Exceto revista – considera <i>Clipping</i> , atendimentos à imprensa e matérias no Portal UFT).....	20
Total – Indicador 2 – Relevância.....	21
Indicador 3 – Efetividade	22
Total – Indicador 3 – Efetividade	23
Total – Indicador es de Comunicação	23
ANEXO I / APÊNDICE C - PESQUISA SOBRE A COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL NA UFT.....	24

INTRODUÇÃO

A presente matriz consiste em uma tentativa de se estabelecer parâmetros objetivos para avaliar a comunicação organizacional da UFT, abarcando sua amplitude e complexidade, nos níveis de eficiência, eficácia e efetividade, sem deixar de considerar a inevitável subjetividade inerente à natureza intangível de nosso objeto de estudo.

Como na fábula dos cegos que tentam descrever um elefante pelo tato, a alternativa de mensuração apresentada consiste em “tatear” diferentes fatores envolvidos na comunicação e avalia-la sob diversos aspectos, primeiro separadamente e depois em conjunto.

Os itens que compõe cada indicador foram selecionados pela relevância que nós acreditamos que eles possuem no contexto pesquisado, e também pela possibilidade de captação de dados. Embora não tenhamos conseguido coletar todos eles não aplicação teste, entendemos que, havendo uma determinação setorial que oriente o registro das informações com base nesta matriz, é possível estabelecer uma rotina de geração de relatórios sustentável no cotidiano do setor de comunicação, sem que isso comprometa a realização de outras atividades.

As metas foram estabelecidas, a critério da pesquisadora, com base no contexto institucional e setorial, e também em parâmetros médios (a média de audiência e engajamento nas redes sociais, por exemplo, embora relativa e variável de acordo com as políticas de cada site, que vão sendo atualizadas ao longo do tempo, é frequentemente discutida em fóruns especializados em *social media*, o que nos permite ter uma ideia razoável sobre metas nessa área).

Acreditamos, entretanto, que para uma eventual implantação as metas devam ser discutidas junto à gestão e reavaliadas com a própria equipe de comunicação, de acordo com o realinhamento estratégico – o qual também consideramos necessário – e de forma realista para uma evolução factível em médio e longo prazo.

Ainda assim, apesar das metas “arbitrárias” e da aplicação em caráter de teste, com registros de apenas um mês, entendemos que além de ser uma proposta, esta matriz e os dados iniciais aqui apresentados, demonstram de forma científica o panorama atual da comunicação da UFT, tanto que não foram desprezados em nossa análise avaliativa.

Indicador 1 – Produtividade e Qualidade

Objeto de mensuração: Mede a produção da Dicom pela quantidade dos principais serviços prestados em um determinado período, pelo percentual das demandas atendidas e pela quantidade de erros verificados.

Dimensão: Eficiência

Nível estratégico: Operacional

Abrangência: A comunicação organizacional da UFT como um todo, considerando a comunicação institucional, de *marketing*, interna e administrativa, nos limites da atuação mensurável da Dicom, envolvendo todos os seus núcleos (Web, assessoria de imprensa, comunicação interna, audiovisual, rádio, produção gráfica, revisão e publicação de documentos, e administrativo).

Objetivo: Estimar a capacidade de atendimento da Dicom e os resultados da comunicação na UFT com relação à incidência de erros (provocados ou não por falhas da Dicom), bem como gerar dados para uma análise em perspectiva da relação entre a produtividade da assessoria de comunicação, a eficácia e a efetividade das ações.

Fórmula de cálculo: Levantamentos periódicos de dados quantitativos referentes aos principais serviços prestados pela Dicom.

Unidade de medida: Números exatos e percentuais devidamente arredondados e convertidos, de acordo com as metas, em valores inteiros de 0 a 10.

Interpretação: Sendo 10 (dez) a nota que representa a máxima eficiência e 0 (zero) a mínima, considera-se que quanto maior for o valor obtido em cada métrica mais eficiente é a diretoria no aspecto avaliado. O mesmo princípio se aplica à média final. Além disso, considera-se o intervalo de 0 a 2 “muito ruim”, as notas 3 e 4 um resultado “ruim”, 5 e 6 “regular”, 7 e 8 “bom” e 9 e 10 “excelente”.

Legenda:

Muito ruim = 0 a 2	Ruim = 3 e 4	Regular = 5 e 6	Bom = 7 e 8	Excelente = 9 e 10
--------------------	--------------	-----------------	-------------	--------------------

1.1 Registro das principais atividades da Dicom, para fins de acompanhamento e relatório

Assinalar “sim” para cada item cujo relatório está com os registros em dia, e “não” caso contrário.

<i>Tipo</i>	Clipping (Cp)	Matérias no Portal UFT e releases enviados (Web)	Atualizações no Portal UFT	Documentos publicados (Docs)	Pagamentos de serviços gráficos (Admin.)	Postagens nas redes sociais (Web)	Serviços gráficos (Job)	Atendimentos à imprensa (AI)	Produção audiovisual (Vídeos)	Produção de áudio (Rádio)	Edições do jornal, da revista e do informativo interno (Impressos e RP)
Sim	X	X	X		X	X	X	X	X		X
Não				X						X	

Período	Jan/2015	Fev/2015	Mar/2015	Abr/2015	Mai/2015	Jun/2015
Total de “sim”	9					
Meta	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Nota = percentual da meta atingida arredondado e dividido por 10	8					

1.2 Atualização de banco de dados

Assinale “sim” para cada item cujo banco de dados foi atualizado nos últimos três meses, e “não” caso contrário.

<i>Tipo</i>	Mailing de imprensa	Banco de fontes	Mailing de outras universidades	Contatos de autoridades	Mailing de outras instituições de educação, cultura, ciência e tecnologia
Sim	X	X	X		X
Não				X	

Período	Jan/2015	Fev/2015	Mar/2015	Abr/2015	Mai/2015	Jun/2015
Total de “sim”	4					
Meta (Nota)	10	10	10	10	10	10
Nota = à quantidade de “sim” multiplicada por dois	8					

1.3 Matérias publicadas no Portal UFT

Período	Jan/2015	Fev/2015	Mar/2015	Abr/2015	Mai/2015	Jun/2015
Realizado	75					
Média / dia útil	3,6					
Meta¹ 10 matérias/dia	4%					
Meta² Zero (0) solicitações de divulgação pertinentes e factuais não atendidas – que não podem ser aproveitadas como pauta posteriormente (cf. registro no e-mail)	0					
Nota = ao percentual da meta diária arredondado e dividido por 10 (ou = a 10 se a média for superior a este valor) menos o número de solicitações pertinentes perdidas	4					

1.4 Relacionamento com a Imprensa

Período	Jan/2015	Fev/2015	Mar/2015	Abr/2015	Mai/2015	Jun/2015
Releases enviados	37					
Média / dia útil	1,7					
Meta¹ = Média de 5 releases/dia	40%					
Demandas recebidas	40					
Demandas atendidas	33					
Média de demandas atendidas / dia útil	1,6					
Meta² = 100% das demandas com fontes existentes atendidas com sucesso	83%					
Nota = percentual da meta¹ / 10 + percentual da meta² / 10 arredondados e divididos por 2	4 + 8 / 2 = 6					

1.5 Matérias publicadas na imprensa sobre a UFT (clipping)

Período	Jan/2015	Fev/2015	Mar/2015	Abr/2015	Mai/2015	Jun/2015
Matérias publicadas	193					
Matérias positivas ou neutras	191					
Média diária	6,2					
Média diária de matérias positivas ou neutras	6,1					
Matérias veiculadas ou chamadas em veículos de abrangência nacional ou de fora do TO, com repercussão neutra ou positiva	8					
Positivas (Percentual)	93%					
Neutras (Percentual)	6%					
Negativas (Percentual)	1%					
Meta¹ = Média de 10 matérias diárias positivas ou neutras	60%					
Meta² = 10 matérias no mês veiculadas ou chamadas em veículos de abrangência nacional ou de fora do TO, com repercussão neutra ou positiva	80%					
Meta³ = 100% de matérias positivas e neutras	93%					
Nota = percentual da meta¹ arredondado dividido por 10; + percentual da meta² arredondado e dividido por 10; + percentual da meta³ arredondado e dividido por 10, dividido por 3	$6+8+9/3 = 7,6$ (8)					

1.6 Documentos publicados

Período	Jan/2015	Fev/2015	Mar/2015	Abr/2015	Mai/2015	Jun/2015
Documentos publicados	N/R					
Documentos publicados em até 24 horas úteis	N/R					
Percentual de documentos publicados em até 24 horas úteis	N/R					
Média diária	N/R					
Meta = 100% da demanda atendida em até 24 horas úteis						
Nota = percentual arredondado dividido por 10	N/R (0)					

1.7 “Jobs” realizados (produções gráficas, por número de criações)

Período	Jan/2015	Fev/2015	Mar/2015	Abr/2015	Mai/2015	Jun/2015
Solicitações recebidas em tempo hábil, dentro das atribuições do Job e com recursos disponíveis	31					
Solicitações atendidas (concluídas ou em andamento dentro do prazo)	29					
Meta = 100% das solicitações recebidas dentro dos parâmetros de prazo, recurso e atribuições do Job atendidas no prazo (concluídas ou em andamento)	94%					
Nota = percentual da meta atingido arredondado e dividido por 10	9					

1.8 Edições do jornal

Período	Jan/2015	Fev/2015	Mar/2015	Abr/2015	Mai/2015	Jun/2015
Edições no período						
Meta: Cinco edições anuais (periodicidade bimestral, exceto jan. e fev.)	0	0	1	0	1	0
Nota: se cumprir a meta = 10, caso contrário = 0	10	10		10		10

1.9 Edições da revista

Período	Jan/2015	Fev/2015	Mar/2015	Abr/2015	Mai/2015	Jun/2015
Edições no período						
Meta: Duas edições anuais (periodicidade semestral)	0	0	0	0	0	1
Nota: se cumprir a meta = 10, caso contrário = 0	10	10	10	10	10	

1.10 Edições do informativo interno

Período	Jan/2015	Fev/2015	Mar/2015	Abr/2015	Mai/2015	Jun/2015
Meta = uma edição por mês, exceto janeiro	0	1				
Nota: se cumprir a meta = 10, caso contrário = 0	10	10				

1.11 Postagens nas redes sociais

Período	Jan/2015	Fev/2015	Mar/2015	Abr/2015	Mai/2015	Jun/2015
Postagens no Facebook	66					
Postagens no Twitter	66					
Postagens no Instagram	31					
Total de postagens	163					
Média diária de postagens	5,2					
Meta = 15 postagens / dia	35%					
Nota = percentual atingido arredondado dividido por 10, ou = a 10 caso supere a meta	4					

1.12 Vídeos produzidos

Período	Jan/2015	Fev/2015	Mar/2015	Abr/2015	Mai/2015	Jun/2015
Vídeos finalizados no período	2					
Meta = 3 vídeos publicados por mês	67%					
Nota: se cumprir ou superar a meta = 10, caso contrário = 0	7					

1.13 Produções de rádio

Período	Jan/2015	Fev/2015	Mar/2015	Abr/2015	Mai/2015	Jun/2015
Áudios produzidos no período	N/R					
Média diária	N/R					
Meta = N/R	N/R					
Percentual da meta atingido	N/R					
Nota = percentual atingido arredondado dividido por 10, ou = a 10 caso supere a meta	0					

1.14 Atualizações no Portal UFT

Período	Jan/2015	Fev/2015	Mar/2015	Abr/2015	Mai/2015	Jun/2015
Implantações de minihomes no período	1					
Meta ¹ = 5	20%					
Atualizações diversas solicitadas	3					
Meta ² = Atender 100% da demanda por atualizações diversas	100%					
Nota = Meta ¹ + Meta ² dividido por 2; dividido por 10	6					

1.15 Qualidade levando-se em consideração erros (Dicom)

Período Critério	Jan/2015		Fev/2015		Mar/2015		Abr/2015		Mai/2015		Jun/2015	
	Quant.	% do total										
Retificações de matérias no Portal UFT – erro de apuração/informação	0/75	0										
Retificações de matérias no Portal UFT – erro de revisão (ortografia e gramática)	2/75	2,6%										
Matérias com erro no clipping – erro da assessoria de imprensa	0/193	0										
Job com erro de produção	0/29	0										
Documentos com erro – erro de revisão	N/R	N/R										
Meta (0 erros e 0% de erros sobre o total de trabalhos realizados)	2/297	1%										
Nota = 10 - 2 pontos por percentual de erro e - 1 ponto por falta de registro	7											

1.16 Qualidade levando-se em consideração erros (fatores externos)

Período Critério	Jan/2015		Fev/2015		Mar/2015		Abr/2015		Mai/2015		Jun/2015	
	Quant.	% do total	Quant.	% do total	Quant.	% do total	Quant.	% do total	Quant.	% do total	Quant.	% do total
Retificações de matérias no Portal UFT – erro da fonte	2/75	2,6%										
Revisões de documentos necessárias – solicitações ao emissor	N/R	N/R										
Retificações de documentos publicados – erros de informação	N/R	N/R										
Correções de informações no Portal UFT (minihomes criadas ou atualizadas no período)	0/4	0										
Matérias com erro no clipping – erro da fonte	0/193	0										
Matérias com erro no clipping – erro do veículo	2/193	1%										
Matérias com erro no clipping – origem do erro não identificada	0/193	0										
Job com erro do solicitante	11/31	36%										
Job com duas alterações solicitadas	3/31	10%										
Job com três alterações solicitadas	1/31	3%										
Job com mais que três alterações solicitadas	1/31	3%										
Meta (0 erros e 0% de erros sobre o total de trabalhos realizados)	20/303	7%	0	0								
Nota = 10 - 1 ponto por percentual de erro e - 1 ponto por falta de registro	2											

Total – Indicador 1 – Produtividade e Qualidade

Critério / Período	Jan/2015	Fev/2015	Mar/2015	Abr/2015	Mai/2015	Jun/2015
1.1 Acompanhamento e relatórios	8					
1.2 Atualização de contatos	8					
1.3 Matérias publicadas no Portal UFT	4					
1.4 Relacionamento com a imprensa	6					
1.5 Clipping	8					
1.6 Documentos publicados	N/R (0)					
1.7 “Jobs” (Produções gráficas)	9					
1.8 Jornal	10					
1.9 Revista	10					
1.10 Informativo interno	10					
1.11 Redes sociais	4					
1.12 Vídeos	7					
1.13 Áudios (rádio)	N/R (0)					
1.14 Atualizações Portal UFT	6					
1.15 Qualidade - erros (Dicom)	7					
1.16 Qualidade - erros (externos)	2					
Média (Total / 16)	6 (Regular)					

Indicador 2 – Relevância

Objeto de mensuração: Mede as audiências, as impressões distribuídas nos câmpus e os tipos de mensagens veiculadas.

Dimensão: Eficácia

Nível estratégico: Tático

Abrangência: A comunicação organizacional como um todo, considerando a comunicação institucional, de *marketing*, interna e administrativa, nos limites de atuação da Dicom, envolvendo todos os seus núcleos (Web, assessoria de imprensa, comunicação interna, audiovisual, rádio, produção gráfica, revisão e publicação de documentos, e administrativo).

Objetivo: Visa verificar se as mensagens estão acessíveis, chegando aos principais públicos estratégicos da UFT, bem como se estão contemplando esses diferentes públicos, considerando as subdivisões por câmpus e categoria (alunos, professores, técnicos-administrativos e comunidade externa) e tipo de informação (institucional, de utilidade pública, acadêmica/científica etc.).

Fórmula de cálculo: Levantamentos periódicos de dados quantitativos referentes aos serviços prestados pela Dicom. Possibilidade de inclusão de sondagens periódicas com a imprensa e testes de retenção com os público estratégicos.

Unidade de medida: Números exatos e percentuais devidamente arredondados e convertidos, de acordo com as metas, em valores inteiros de 0 a 10.

Interpretação: Sendo 10 (dez) a nota que representa a máxima eficiência e 0 (zero) a mínima, considera-se que quanto maior for o valor obtido em cada métrica mais eficaz é a diretoria no aspecto avaliado. O mesmo princípio se aplica à média final. Além disso, considera-se o intervalo de 0 a 2 “muito ruim”, as notas 3 e 4 um resultado “ruim”, 5 e 6 “regular”, 7 e 8 “bom” e 9 e 10 “excelente”.

Legenda:

Muito ruim = 0 a 2	Ruim = 3 e 4	Regular = 5 e 6	Bom = 7 e 8	Excelente = 9 e 10
--------------------	--------------	-----------------	-------------	--------------------

2.1 Audiências

Item/Período	Jan/2015	Fev/2015	Mar/2015	Abr/2015	Mai/2015	Jun/2015
Audiência total do Portal UFT	386.218					
Meta (visualizações equivalentes a 80% da comunidade universitária (22.000 pessoas) acessando o Portal ao menos uma vez por dia útil)	17.600 x 21 dias úteis = 369.600					
Percentual da meta atingido	104% (10)					
Audiência de notícias no Portal UFT (/index.php/noticias)	88.225					
Meta (variável conforme o calendário acadêmico e o calendário institucional)	Média de 500 visualizações / matéria publicada	Média de 500 visualizações / matéria publicada				
Percentual da meta atingido	88.225 / 193 = 457 (91%) (9)					
Tempo médio de leitura de notícias Meta > 1 min.	2min18seg (10)					
Fãs Facebook	7.736					
Meta	8.000	8.500	9.000			
Percentual da meta atingido	97% (10)					
Seguidores Twitter	2.084					
Meta	2.100					
Percentual da meta atingido	99% (10)					
Curtidores Instagram	235					
Meta	250					
Percentual da meta atingido	94% (9)					
Visualizações jornal (edição digital)	0					
Meta	0	2.500				
Percentual da meta atingido	100% (10)					
Impressões jornal distribuídas X 10 (edição impressa)	0	X				
Meta	0					
Percentual da meta atingido	100% (10)					
Impressões jornal mural X 100 (edição mural)	0	80 (10 por câmpus)				
Meta	0					

Percentual da meta atingido	100% (10)					
Visualizações matérias Sou UFT/número de matérias	656					
Média de visualizações por matéria	656 / 13 = 50					
Meta (visualizações equivalentes a cerca de 10% do número de servidores)	200 visualizações por matéria					
Percentual da meta atingido	25% (3)					
Visualizações revista (edição digital)	0					
Meta	0					
Percentual da meta atingido	100% (10)					
Impressões revista distribuídas X 10 (edição impressa)	0					
Meta	0					
Percentual da meta atingido	100% (10)					
Visualizações de vídeos publicados no período (YouTube)	405					
Média de visualizações por vídeo	405 / 3 = 135					
Meta (5% da comunidade universitária de 22.000 pessoas)	1.100 visualizações / vídeo					
Percentual da meta atingido	12% (1)					
Plays de áudios no período (Rádio Web)	0					
Meta	0					
Percentual da meta atingido	100% (10)					
Total – Audiências (soma das notas / 14)	122 / 14 = 8,7 (9)					

2.2 Engajamento nas mídias sociais

Item/Período	Jan/2015	Fev/2015	Mar/2015	Abr/2015	Mai/2015	Jun/2015
Tráfego no Portal UFT a partir das mídias sociais (em número de sessões geradas e percentual do total)	14.275 (12%)					
Tráfego no Portal UFT a partir do Facebook (em número de sessões geradas e percentual do total)	13.835 (11%)					
Média de acessos gerada por postagem no Facebook	13.835 / 66 = 209,6					
Meta (total de sessões geradas igual ao dobro de fãs na página; ou seja, dois acessos mensais ao Portal por fã)	15.472 (2 x 7.736)					
Percentual da meta atingido no Facebook	89% (9)					
Tráfego no Portal UFT a partir do Twitter (em número de sessões geradas e percentual do total)	315					

total)					
Média de acessos gerada por postagem no Twitter	315 / 66 = 4,7				
Meta (total de sessões geradas pelo Twitter igual ao triplo de seguidores do perfil; ou seja, três acessos mensais ao Portal por seguidor)	6.252 (3 x 2.084)				
Percentual da meta atingido no Twitter	5% (0)				
Curtidas em posts no Instagram	143				
Meta (total de curtidas nos posts igual ao triplo de curtidores do perfil, ou seja, três curtidas mensais por fã)	705 (3 x 235)				
Percentual da meta atingido no Instagram	20% (2)				
Média de curtidas por post no Instagram	143 / 31 = 4,6				
Meta (média de curtidas por post = a 10% do número de curtidores do perfil)	14,3				
Percentual da meta atingido no Instagram	32% (3)				
Alcance total do Facebook (visualizações de conteúdos associados à página)	82.480				
Média de alcance por postagem	82.480 / 66 = 1.249,6				
Meta (alcance por postagem igual, no mínimo, 16% do total de fãs da página)	16,1%				
Percentual atingido da meta	100,6% (10)				
Usuários envolvidos (pessoas que interagiram com a página clicando ou criando histórias)	8.349				
Meta (três vezes o número de fãs)	23.208 (3 x 7.736)				
Percentual atingido da meta / 10	36% (4)				
Consumo (total de cliques em conteúdos da página)	22.113				
Meta (três vezes o número de fãs)	23.208 (3 x 7.736)				
Percentual atingido da meta	95% (9)				
Feedbacks negativos (descurtir, marcar como spam, ocultar etc)	18				
Meta (até 1% do consumo total e nota = a 10 - o percentual ultrapassado)	Até 221 (1% de 22.113)				
Percentual da meta atingido	0,1% (10)				
Pessoas falando sobre isso (inclui ações de curtir página, publicar na linha do tempo da página, curtir, comentar ou compartilhar uma das publicações da página, responder a uma pergunta publicada, responder a um evento, mencionar a página, marcar a página em uma foto ou fazer o check-in no local da página).	2.353				
Meta de pessoas envolvidas (= ao número de fãs da página)	7.736				
Percentual da meta atingido	30,4% (3)				
Likes em publicações (Métrica de comentários positivos)	2.101				
Meta (total de likes = ao triplo do número de fãs da página)	23.208 (7.736 x 3)				

Percentual da meta atingido	9% (0)					
Média de <i>likes</i> por publicação	2.101 / 66 = 31,8					
Meta (média de <i>likes</i> = a 10% do número de fãs da página)	773,6					
Percentual da meta atingido / 10	4,1% (0)					
Comentários (Métrica de comentários positivos)	290					
Meta (10 comentários por post)	660 (66 x 10)					
Percentual da meta atingido / 10	44% (4)					
Total – Engajamento Mídias Sociais (soma das notas / 12)	54 / 12 = 4,5 (5)					

2.3 Aproveitamento de *releases* no *clipping* e em atendimentos à imprensa

Item/Período	Jan/2015	Fev/2015	Mar/2015	Abr/2015	Mai/2015	Jun/2015
Matérias publicadas na mídia provocadas por release ou sugestão de pauta						
Meta¹ = Aproveitamento médio de 5 publicações provocadas (<i>clipping</i>) por <i>release</i> enviado	138/37 = 3,7 (4)					
Percentual da meta ¹ atingido / 10	80% (8)					
Meta² = Aproveitamento médio de 2 atendimentos à imprensa (agendamentos de entrevista) por <i>release</i> enviado	23/37 = 0,6 (1)					
Percentual da meta ² atingido / 10	50% (5)					
Total – Aproveitamento de <i>releases</i> (soma / 2)	8 + 5 / 2 = 13 / 2 = 6,5 (7)					

2.4 Participação dos câmpus (Facebook)

Item/Período	Jan/2015	Fev/2015	Mar/2015	Abr/2015	Mai/2015	Jun/2015
Curtidas no Facebook por cidade/câmpus (Araguaína)	950					
Meta (50% do total de estudantes matriculados no câmpus)	2.077 (50% de 4.155)					
Percentual da meta atingido (Araguaína) / 10	46% (5)					
Curtidas no Facebook por cidade/câmpus (Arraias)	102					
Meta (50% do total de estudantes matriculados no câmpus)	480 (50% de 960)					
Percentual da meta atingido (Arraias) / 10	21% (2)					
Curtidas no Facebook por cidade/câmpus (Gurupi)	517					
Meta (50% do total de estudantes matriculados no câmpus)	808 (50% de 1.615)					

Percentual da meta atingido (Gurupi) / 10	64% (6)				
Curtidas no Facebook por cidade/câmpus (Miracema)	76				
Meta (50% do total de estudantes matriculados no câmpus)	330 (50% de 660)				
Percentual da meta atingido (Miracema) / 10	23% (2)				
Curtidas no Facebook por cidade/câmpus (Palmas)	3.192				
Meta (50% do total de estudantes matriculados no câmpus)	4.059 (50% de 8.118)				
Percentual da meta atingido (Palmas) / 10	79% (8)				
Curtidas no Facebook por cidade/câmpus (Porto Nacional) / 10	244				
Meta (50% do total de estudantes matriculados no câmpus)	830 (50% de 1.661)				
Percentual da meta atingido (Porto Nacional) / 10	29% (3)				
Curtidas no Facebook por cidade/câmpus (Tocantinópolis)	128				
Meta (50% do total de estudantes matriculados no câmpus)	430 (50% de 859)				
Percentual da meta atingido (Tocantinópolis) / 10	30% (3)				
Total – Participação dos Câmpus (Facebook) = Total / 7	29 / 7 = 4				

2.5 Participação dos Câmpus (Matérias no Portal UFT)

Item/Período	Jan/2015	Fev/2015	Mar/2015	Abr/2015	Mai/2015	Jun/2015
Matérias referentes ao câmpus de Araguaína (Meta = 23% exceto matérias da Reitoria)	N/R					
Percentual da meta atingido / 10	N/R					
Matérias referentes ao câmpus de Arraias (Meta = 5% exceto matérias da Reitoria)	N/R					
Percentual da meta atingido / 10	N/R					
Matérias referentes ao câmpus de Gurupi (Meta = 9% exceto matérias da Reitoria)	N/R					
Percentual da meta atingido / 10	N/R					
Matérias referentes ao câmpus de Miracema (Meta = 4% exceto matérias da Reitoria)	N/R					
Percentual da meta atingido / 10	N/R					
Matérias referentes ao câmpus de Palmas (Meta = 45% exceto matérias da Reitoria)	N/R					
Percentual da meta atingido / 10	N/R					
Matérias referentes ao câmpus de Porto Nacional (Meta = 9% exceto matérias da Reitoria)	N/R					
Percentual da meta atingido / 10	N/R					
Matérias referentes ao câmpus de Tocantinópolis (Meta = 5% exceto matérias da Reitoria)	N/R					
Percentual da meta atingido / 10	N/R					
Total – Participação dos Câmpus (Matérias do Portal UFT)	N/R (10)					

2.6 Participação dos Câmpus (Matérias no Sou UFT) – Contagem anual

Item/Período	2015					
Matérias referentes ao câmpus de Araguaína (Meta = 23% exceto matérias da Reitoria)	N/R					
Percentual da meta atingido / 10	N/R					
Matérias referentes ao câmpus de Arraias (Meta = 5% exceto matérias da Reitoria)	N/R					
Percentual da meta atingido / 10	N/R					
Matérias referentes ao câmpus de Gurupi (Meta = 9% exceto matérias da Reitoria)	N/R					
Percentual da meta atingido / 10	N/R					
Matérias referentes ao câmpus de Miracema (Meta = 4% exceto matérias da Reitoria)	N/R					
Percentual da meta atingido / 10	N/R					
Matérias referentes ao câmpus de Palmas (Meta = 45% exceto matérias da Reitoria)	N/R					
Percentual da meta atingido / 10	N/R					
Matérias referentes ao câmpus de Porto Nacional (Meta = 9% exceto matérias da Reitoria)	N/R					
Percentual da meta atingido / 10	N/R					
Matérias referentes ao câmpus de Tocantinópolis (Meta = 5% exceto matérias da Reitoria)	N/R					
Percentual da meta atingido / 10	N/R					
Total – Participação dos Câmpus (Matérias do Portal UFT)	N/R (10)					

2.7 Participação dos Câmpus (Matérias no Jornal) – Contagem anual

Item/Período	2015					
Matérias referentes ao câmpus de Araguaína (Meta = 23% exceto matérias da Reitoria)	N/R					
Percentual da meta atingido / 10	N/R					
Matérias referentes ao câmpus de Arraias (Meta = 5% exceto matérias da Reitoria)	N/R					
Percentual da meta atingido / 10	N/R					
Matérias referentes ao câmpus de Gurupi (Meta = 9% exceto matérias da Reitoria)	N/R					
Percentual da meta atingido / 10	N/R					
Matérias referentes ao câmpus de Miracema (Meta = 4% exceto matérias da Reitoria)	N/R					
Percentual da meta atingido / 10	N/R					
Matérias referentes ao câmpus de Palmas (Meta = 45% exceto matérias da Reitoria)	N/R					
Percentual da meta atingido / 10	N/R					
Matérias referentes ao câmpus de Porto Nacional (Meta = 9% exceto matérias da Reitoria)	N/R					
Percentual da meta atingido / 10	N/R					

Matérias referentes ao câmpus de Tocantinópolis (Meta = 5% exceto matérias da Reitoria)	N/R					
Percentual da meta atingido / 10	N/R					
Total – Participação dos Câmpus (Matérias do Portal UFT)	N/R (10)					

2.8 Participação dos Câmpus (Matérias na Revista) – Contagem anual

Item/Período	2015					
Matérias referentes ao câmpus de Araguaína (Meta = 23% exceto matérias da Reitoria)	N/R					
Percentual da meta atingido / 10	N/R					
Matérias referentes ao câmpus de Arraias (Meta = 5% exceto matérias da Reitoria)	N/R					
Percentual da meta atingido / 10	N/R					
Matérias referentes ao câmpus de Gurupi (Meta = 9% exceto matérias da Reitoria)	N/R					
Percentual da meta atingido / 10	N/R					
Matérias referentes ao câmpus de Miracema (Meta = 4% exceto matérias da Reitoria)	N/R					
Percentual da meta atingido / 10	N/R					
Matérias referentes ao câmpus de Palmas (Meta = 45% exceto matérias da Reitoria)	N/R					
Percentual da meta atingido / 10	N/R					
Matérias referentes ao câmpus de Porto Nacional (Meta = 9% exceto matérias da Reitoria)	N/R					
Percentual da meta atingido / 10	N/R					
Matérias referentes ao câmpus de Tocantinópolis (Meta = 5% exceto matérias da Reitoria)	N/R					
Percentual da meta atingido / 10	N/R					
Total – Participação dos Câmpus (Matérias do Portal UFT)	N/R (10)					

2.9 Divulgação científica (Exceto revista – considera *Clipping*, atendimentos à imprensa e matérias no Portal UFT)

Item/Período	Jan/2015	Fev/2015	Mar/2015	Abr/2015	Mai/2015	Jun/2015
Matérias publicadas no Portal UFT	75					
Institucional/Editais/Serviços	67 (89%)					
Divulgação Científica	1 (1%)					
Eventos	7 (10%)					
Meta (10% divulgação científica)	8					
Percentual da meta atingido / 10	12,5% (1)					
Matérias veiculadas na mídia (<i>clipping</i>)	193					
Institucional/Editais/Serviços	159 (82%)					
Divulgação Científica	5 (3%)					
Eventos	9 (5%)					
Outros	20 (10%)					
Meta (20% divulgação científica)	39					
Percentual da meta atingido / 10	13% (1)					
Atendimentos à imprensa	40					
Institucional/Editais/Serviços	29 (72%)					
Divulgação Científica	10 (25%)					
Eventos	1 (3%)					
Meta (20% divulgação científica)	8					
Percentual da meta atingido / 10 ou = a 10 se superior	125% (10)					
Nota em Divulgação Científica (Total / 3)	12 / 3 = 4					

Total – Indicador 2 – Relevância

Critério / Período	Jan/2015	Fev/2015	Mar/2015	Abr/2015	Mai/2015	Jun/2015
2.1 Audiências	9					
2.2 Engajamento nas mídias sociais	5					
2.3 Aproveitamento de <i>releases</i>	7					
2.4 Participação dos câmpus (Facebook)	4					
2.5 Participação dos câmpus (Portal UFT)	10					
2.6 Participação dos câmpus (Sou UFT)	10					
2.7 Participação dos câmpus (Jornal)	10					
2.8 Participação dos câmpus (Revista)	10					
2.9 Divulgação científica etc	4					
Média (Total / 11)	69 / 9 = 7,6 (8)					

Indicador 3 – Efetividade

Objeto de mensuração: Avalia o quão efetivos são os esforços de comunicação organizacional na UFT com relação aos instrumentos de comunicação institucional na opinião do público interno e, sobretudo, ao impacto da comunicação sobre a satisfação, o comprometimento e a qualidade dos relacionamentos organizacionais.

Dimensão: Efetividade

Nível estratégico: Estratégico

Abrangência: A comunicação organizacional como um todo, considerando a comunicação institucional, de *marketing*, interna e administrativa.

Objetivo: Visa contemplar a subjetividade da comunicação organizacional, a fim de proporcionar uma análise mais esclarecida e completa dos indicadores objetivos.

Fórmula de cálculo: Médias ponderadas sobre resultados de questionário (pesquisa de opinião) aplicado ao público interno (estudantes e servidores) + autoavaliação da Dicom (dados qualitativos).

Unidade de medida: Valores de 0 a 10 convertidos a partir da escala Likert e dados qualitativos (análise em perspectiva).

Interpretação: Deve-se analisar a nota de efetividade obtida na pesquisa de opinião juntamente com as notas obtidas nos dois indicadores anteriores e com os dados subjetivos (qualitativos) oriundos da autoavaliação da Dicom. Ao final, soma-se a nota dos indicadores 1 e 2, mais a nota objetiva de efetividade, mais a nota subjetiva de efetividade (autoavaliação da Dicom), também de 0 a 10, e divide-se por 4. A média será a “nota da comunicação da UFT” no período estipulado.

Legenda:

Muito ruim = 0 a 2	Ruim = 3 e 4	Regular = 5 e 6	Bom = 7 e 8	Excelente = 9 e 10
--------------------	--------------	-----------------	-------------	--------------------

Total – Indicador 3 – Efetividade

2015 (pesquisa aplicada em março/abril de 2015)	Média Ponderada	Nota
3.1 Satisfação do público interno em relação à UFT (média ponderada em escala de 0 a 4)	2,0 (Peso 2,0)	$2 \times 2,0 / 4 = 1,0$
3.2 Impacto da comunicação na satisfação da comunidade universitária (média ponderada em escala de 0 a 4)	2,0 (Peso 2,0)	$2 \times 2,0 / 4 = 1,0$
3.3 Avaliação dos veículos institucionais (12 veículos avaliados, média ponderada em escala de 0 a 3)	1,6 (Peso 2,0)	$1,6 \times 2,0 / 3 = 1,1$
3.4 Percepções da comunidade universitária em relação à UFT e à comunicação da Instituição (27 tópicos avaliados, média ponderada de 0 a 3)	1,7 (Peso 2,0)	$1,7 \times 2,0 / 3 = 1,1$
3.5 Autoavaliação Dicom (0 a 10)	Não realizada / Atribuída nota 8 (para exemplificação de cálculo) (Peso 2,0)	$8 \times 2,0 / 10 = 1,6$
Média / Total		5,8 (6) → Regular

Exemplos de dados subjetivos e iniciativas desenvolvidas não contabilizadas:

- Implantação de indicadores de avaliação
- Envio de cartões de aniversário para servidores (Comunicação Interna)
- Atualização do *design* e da estrutura do Portal UFT

Total – Indicadores de Comunicação

Indicador	Produtividade e Qualidade (Peso 3)	Relevância e Retenção (Peso 3)	Efetividade (Peso 4)
Média geral	6 (Regular)	8 (Bom)	6 (Regular)
Média ponderada	$6 \times 3 / 10 = 1,8$	$8 \times 3 / 10 = 2,4$	$6 \times 4 / 10 = 2,4$
Total (Soma)	6,6 (7) → Conceito “bom”		

ANEXO I / APÊNDICE C - PESQUISA SOBRE A COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL NA UFT

Público-alvo: estudantes, professores e técnicos-administrativos da Universidade Federal do Tocantins.

Objetivo: Avaliar a comunicação da UFT sob a perspectiva dos públicos internos, e conhecer propostas da comunidade universitária para melhorá-la.

PARTE I – Perfil do respondente

1.1 Qual seu vínculo com a UFT? (Marque uma ou mais alternativas, conforme o caso)
<input type="checkbox"/> Estudante <input type="checkbox"/> Professor <input type="checkbox"/> Técnico-administrativo
1.2 Ocupa cargo de chefia / coordenação / gestão? (Pergunta exclusiva para SERVIDORES)
<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não
1.3 É ou já foi bolsista / estagiário? (Pergunta exclusiva para ESTUDANTES e SERVIDORES egressos)
<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não
1.4 Há quanto tempo trabalha e/ou estuda na UFT? (Conte o tempo a partir de quando você ingressou na Universidade como aluno ou servidor, descontando eventuais períodos em que você não tenha nem trabalhado nem estudado na UFT).
<input type="checkbox"/> Há menos de um ano <input type="checkbox"/> Há mais de um ano e menos de cinco anos <input type="checkbox"/> Há mais de cinco anos e menos de 10 anos <input type="checkbox"/> Há mais de 10 anos
1.5 Qual sua lotação como aluno/servidor? (Marque uma ou mais alternativas, se for o caso)
<input type="checkbox"/> Reitoria <input type="checkbox"/> Arraias <input type="checkbox"/> Araguaína <input type="checkbox"/> Gurupi <input type="checkbox"/> Miracema <input type="checkbox"/> Palmas <input type="checkbox"/> Porto Nacional <input type="checkbox"/> Tocantinópolis
1.6 Qual sua idade?
<input type="checkbox"/> Menos de 25 anos <input type="checkbox"/> De 26 a 35 anos <input type="checkbox"/> De 36 a 45 anos <input type="checkbox"/> De 46 a 55 anos <input type="checkbox"/> 56 anos ou mais

PARTE II - Percepções sobre satisfação e o impacto da comunicação, e avaliação instrumental.

Dentre as cinco alternativas da escala, assinale a que melhor representa sua percepção atual sobre as questões abaixo. Marque uma alternativa para cada questão.

Questões	(0)	(1)	(2)	(3)	(4)
2.1 Quão satisfeito ou insatisfeito você se sente atualmente em relação ao seu trabalho e/ou à sua vida acadêmica na UFT?	() Muito insatisfeito	() Insatisfeito	() Mais ou menos satisfeito	() Satisfeito	() Muito satisfeito
2.2 As questões relativas à comunicação no seu ambiente profissional e/ou acadêmico – tais como acesso à informação, relacionamento interpessoal, possibilidade de diálogo e participação nos processos decisórios, sentimento de pertencimento organizacional etc – influenciam nos seus níveis de satisfação em relação à UFT?	() Sim, problemas relacionados à falta de comunicação ou comunicação ineficaz têm afetado muito negativamente minha satisfação em relação à UFT atualmente.	() Sim, as questões relacionadas à comunicação na UFT têm me incomodado um pouco atualmente, embora haja vários fatores mais significativos para a minha insatisfação.	() Não, as questões referentes à comunicação na UFT são indiferentes para mim. / Não sei opinar.	() Sim, as questões relacionadas à comunicação são relativamente importantes e têm afetado positivamente na minha satisfação com a UFT atualmente, embora haja vários fatores mais significativos para a minha isso.	() Sim, a boa comunicação praticada na UFT é um fator determinante e tem afetado muito positivamente a minha satisfação com a Universidade atualmente.

2.3 De acordo com os seus hábitos, frequências de acesso e preferências pessoais, quais meios/veículos/canais você prefere ou preferiria utilizar para trocar informações sobre a UFT e tratar de assuntos acadêmicos/organizacionais referentes à Universidade? Assinale um número de 0 a 10 na escala, sendo 0 para meios/veículos/canais que você não acessa ou não gostaria de utilizar nem depender de forma alguma para tratar de questões referentes à UFT e 10 para aqueles que você acessa mais frequentemente e gosta/gostaria de utilizar na comunicação inerente às suas atividades na Universidade.

Portal UFT	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Portal do Aluno	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Portal do Professor	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Intranet	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Jornal Presente (edição impressa)	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Jornal Presente (edição digital)	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Jornal Presente (edição mural)	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
E-mail institucional (@uft)	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
E-mail pessoal	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Informativo interno Sou UFT	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Página do Facebook UFToficial	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Perfil no Twitter UFToficial	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Canal no YouTube UFToficial / TV Web	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Documentos (memorandos, boletins internos, resoluções, avisos formais, convocações etc)	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Murais nos corredores da UFT	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Rádio	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Podcasts / Rádio Web	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Videoconferências	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Reuniões presenciais	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Ouvidoria	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Caixa de sugestões convencional	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Outro. Qual?	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

2.4 Considerando os principais veículos/canais oficiais de divulgação/comunicação organizacional utilizados e disponíveis atualmente na UFT, como você os avalia com relação à FORMA (qualidade técnica, acessibilidade, legibilidade, diagramação, identidade visual, correção gramatical e ortográfica, recursos digitais etc) e ao CONTEÚDO (qualidade e correção da informação, utilidade, interesse, clareza, credibilidade, agilidade etc)?

Canais / Meios / Veículos	Não acesso / Não leio / Não conheço / Não sei opinar	A forma e o conteúdo são ruins/muito ruins.	A forma é boa, mas o conteúdo precisa melhorar, não é bem elaborado e/ou não é do meu interesse.	O conteúdo é bom, mas a forma precisa melhorar para torna-lo mais atrativo como canal de comunicação.	A forma e o conteúdo são bons/muito bons.
Portal UFT					
Portal do Aluno					
Portal do Professor					
Intranet					
Jornal Presente (edição impressa)					
Jornal Presente (edição digital)					
Jornal Presente (edição mural)					
Informativo interno Sou UFT					
Página do Facebook UFToficial					
Perfil no Twitter UFToficial					
Canal no YouTube UFToficial / TV Web					
Documentos (boletins internos, resoluções, avisos formais, convocações etc)					
Murais nos corredores da UFT					

PARTE III – Satisfação, comprometimento e qualidade dos relacionamentos organizacionais

N°	Afirmativas	Alternativas				
		Não sei responder (0)	Discordo plenamente (0)	Discordo (1)	Concordo (2)	Concordo plenamente (3)
3.1	Eu me identifico com a missão da UFT, percebo que a visão de futuro da Universidade tem uma direção paralela aos meus próprios anseios pessoais, e tenho valores compatíveis com esta organização.					
3.2	Eu me sinto valorizado e reconhecido pelas atividades que desempenho na UFT.					
3.3	Ter a imagem da UFT associada à identidade pessoal, acadêmica e/ou profissional é motivo de orgulho para alunos e servidores desta instituição, e um diferencial positivo que pesa a favor dos egressos desta Universidade tanto no meio acadêmico quanto no mercado de trabalho.					
3.4	As práticas organizacionais administrativas e pedagógicas que ocorrem na UFT são coerentes com a missão, a visão e os valores da Universidade, e fazem dela uma organização digna de credibilidade.					
3.5	Eu percebo que meu trabalho como servidor e/ou meu desempenho como aluno são importantes para a Universidade, e sei claramente quais são os resultados esperados de mim para contribuir com a realização da missão institucional da UFT.					
3.6	Eu faço a minha parte para me informar sobre a UFT e procuro me envolver tanto nos processos de avaliação e decisão da Universidade quanto em ações e eventos de integração que me aproximam da instituição e me possibilitam conhecer e ouvir outras pessoas da Universidade, mesmo que sejam de setores/cursos/câmpus diferentes do meu ou que tenham opiniões diferentes das minhas.					
3.7	A UFT é uma organização democrática e transparente, propícia para o diálogo, que possibilita a participação da comunidade universitária nos processos decisórios e procura ouvir e considerar diferentes opiniões antes que as decisões e mudanças que afetam a comunidade universitária e a sociedade em geral sejam sacramentadas. Assim, as pessoas “de dentro da organização” normalmente não são “as últimas a saber” nem são pegadas de surpresa com notícias sobre o que acontece na Universidade.					
3.8	Eu acredito que o meu interesse e a minha participação na vida organizacional – em debates, no planejamento participativo, em avaliações institucionais etc – são tão ou mais importantes para a UFT quanto as atividades que tenho por obrigação realizar no dia a dia como servidor ou estudante, e por isso me sinto parcialmente responsável pelos êxitos e fracassos da Universidade como um todo.					
3.9	Eu me sinto motivado para trabalhar e estudar na UFT e estou disposto a me esforçar ao máximo para contribuir com o êxito da Universidade.					
3.10	O clima organizacional é bom no ambiente administrativo e/ou acadêmico em que estou inserido na UFT, e eu cultivo relações saudáveis com as pessoas com quem convivo na Universidade, de modo que a comunicação costuma ser fluida, tem-se facilidade para lidar com conflitos e também para trabalhar em equipe.					
3.11A	Eu confio nos meus superiores e/ou subordinados e não sinto grande resistência ao apresentar sugestões, debater ideias, receber ou dar feedbacks e negociar situações de conflito com pessoas de hierarquia diferente. (Pergunta exclusiva para SERVIDORES)					
3.11 B	Enquanto aluno, não encontro grandes barreiras para obter informações, debater questões, apresentar críticas e sugestões e resolver conflitos com professores, com a coordenação do meu curso ou outras instâncias administrativas da Universidade. (Pergunta exclusiva para ALUNOS)					
3.12	As reuniões na UFT costumam ser produtivas e dialógicas, e normalmente correspondem aos objetivos da pauta.					
3.13	Os <i>feedbacks</i> que recebo dos meus superiores na UFT e/ou de meus professores me ajudam a					

	identificar pontos fracos e fortes na minha atuação profissional e/ou acadêmica, me motivam a melhorar e a desenvolver minhas potencialidades.					
3.14	Quando necessito de informações ou serviços na UFT, normalmente não enfrento grandes entraves burocráticos nem grandes dificuldades para saber a quem recorrer e ser atendido.					
3.15	Na UFT, o conhecimento científico e as inovações na área administrativa não ficam restritas aos departamentos ou salas de aula: fica-se sabendo sobre ações de ensino, pesquisa e extensão desenvolvidas nos diversos câmpus e vinculadas aos diferentes cursos e programas da UFT, bem como sobre ações e projetos administrativos realizados nos diversos setores da Universidade.					
3.16	Eu evito debater questões internas e fazer críticas que exponham a UFT em qualquer espaço, como grupos abertos nas redes sociais digitais como o Facebook, porque entendo que esse tipo de atitude pode comprometer a imagem da Universidade.					
3.17	Na UFT, os veículos e canais institucionais e oficiais, como o Portal UFT, os perfis e páginas oficiais nas redes sociais digitais, o informativo Sou UFT ou o Jornal Presente, por exemplo, têm tanta ou mais credibilidade quanto a comunicação informal que circula na “rádio-corredor” ou em grupos não oficiais nas redes sociais.					
3.18	Quando falo com meus amigos sobre a UFT, costumo falar bem, e recomendo esta organização como um bom lugar para se estudar e trabalhar.					
3.19	Se eu tivesse uma oportunidade de trabalhar ou estudar em outra instituição, mesmo que a remuneração fosse superior à minha atual ou tivesse outras vantagens como acadêmico, deixar a UFT seria difícil para mim.					
3.20	Eu não penso com frequência em procurar outro trabalho ou tentar outro concurso (no caso dos servidores) ou mudar de Universidade (no caso dos alunos). Ao contrário, normalmente me imagino trabalhando ou estudando na UFT nos próximos anos.					
3.21	Antes mesmo de ingressar na UFT como aluno ou servidor eu tinha boas referências sobre esta instituição, e tinha conhecimento sobre vários cursos, programas e projetos desenvolvidos na Universidade em sua atuação social.					
3.22	Trabalhar e/ou estudar na UFT foi algo almejado e planejado por mim mais por uma opção pessoal que por conveniência ou falta de outras oportunidades.					
3.23	Quanto mais tempo trabalho ou estudo na UFT, mais me sinto motivado a permanecer nesta instituição.					
3.24	Quanto tomo decisões no trabalho ou avalio políticas e medidas adotadas na Universidade, procuro levar em conta os interesses da organização acima dos meus interesses pessoais, e me preocupo com o futuro da UFT.					
3.25	Eu me considero responsável por contribuir para estabelecer pontes entre a UFT e a sociedade. Por isso, faço o possível para colaborar com a transparência institucional e com a divulgação do conhecimento, seja apurando/fornecendo informações institucionais que fazem parte da minha alçada administrativa (enquanto servidor), participando de ações de extensão (enquanto aluno ou servidor), participando de eventos e/ou concedendo entrevistas à imprensa como fonte acadêmica na minha especialidade (enquanto professor/pesquisador), entre outras iniciativas.					
3.26	Para se ter acesso a oportunidades de desenvolvimento humano, acadêmico ou profissional na UFT, os critérios costumam ser transparentes, e o mérito e o esforço pessoal são mais importantes que outros fatores como gênero, etnia, religião, renda ou indicações pessoais, popularmente chamadas de “QI” (“Quem Indica”).					

PARTE IV – Perguntas apreciativas

Obs.: Esta última parte do questionário não é obrigatória. Se preferir, você pode enviar suas respostas de múltipla escolha preenchidas nas etapas anteriores com esta parte em branco. No entanto, suas respostas nesta parte também serão importantes para o plano de comunicação que pretendemos elaborar para a UFT. Sendo assim, fique à vontade para contribuir!

4.1 Se você pudesse mudar alguma coisa na comunicação da UFT, o que mudaria?

4.2 A comunicação é algo inerente a qualquer pessoa, e todo mundo tem habilidades que desenvolve ao longo da vida. Qual a sua principal qualidade com relação à capacidade de se comunicar no ambiente de trabalho ou acadêmico da UFT?

4.3 E qual o seu principal ponto fraco na hora de se comunicar?

4.4 No que se refere à comunicação na UFT, qual aspecto você considera que melhor funciona?

4.5 Cite pelo menos uma coisa que você, na própria atividade que desempenha atualmente na Universidade como aluno ou servidor, pode fazer para melhorar a realidade da comunicação na UFT.

APÊNDICE D
COMPILAÇÃO DE DADOS PARA UM DIAGNÓSTICO DA
COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL DA UFT



UNIVERSIDADE FEDERAL DO TOCANTINS

COMPILAÇÃO DE DADOS PARA UM

DIAGNÓSTICO DA COMUNICAÇÃO NA UFT¹

Coletados/compilados por:

Bianca Zanella Ribeiro
*Jornalista, especialista em políticas públicas e
mestranda em Gestão de Políticas Públicas na UFT (Gespól)*

¹ Dados coletados pela Comissão Permanente de Avaliação (CPA/UFT) na Avaliação Institucional 2013 e pela própria autora por meio de pesquisa de opinião desenvolvida no primeiro semestre de 2015 para elaboração de dissertação apresentada ao Mestrado Profissional de Gestão de Políticas Públicas (Gespól/UFT).

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	3
PARTE I – DADOS COLETADOS PELA CPA.....	4
PARTE II –PESQUISA DE OPINIÃO SOBRE A COMUNICAÇÃO NA UFT.....	9
REFERÊNCIAS	36

LISTA DE TABELAS

Parte I – Dados coletados pela CPA (Autoavaliação Institucional 2013)

Tabela 1 – Perfil geral da amostra	04
Tabela 2 – Avaliação do Portal UFT	05
Tabela 3 – Avaliação de informações institucionais no Portal UFT	05
Tabela 4 – Divulgação de eventos e imagem institucional	06
Tabela 5 – Divulgação de ensino (cursos) e pesquisa	06
Tabela 6 – Divulgação de projetos e atividades de extensão	07
Tabela 7 – Avaliação dos sites do câmpus	07
Tabela 8 – Avaliação da comunicação no câmpus	08
Tabela 9 – Avaliação da sinalização e murais	08
Tabela 10 – Conhecimento acerca dos direitos e deveres [...]	08

Parte II – Dados coletados na pesquisa sobre a comunicação na UFT (2015)

Tabela 11 – Perfil geral da amostra	09
Tabelas 12a a 12f – Satisfação em relação à UFT	10
Tabelas 13a a 13g – Influência da comunicação em relação à satisfação	12
Tabela 14a – Preferência por meios/veículos/canais, por categoria (média)	17
Tabela 14b – <i>Ranking</i> de melhores meios/veículos/canais, por categoria (média)	18
Tabela 14c – Preferência por meios/veículos/canais, por categoria (percentuais)	19
Tabela 14d – <i>Ranking</i> de melhores meios/veículos/canais, por categoria (percentuais)	20
Tabela 14e – <i>Ranking</i> de melhores meios/veículos/canais, por categoria (consolidado)	21
Tabela 14f – Preferência por meios/veículos/canais, por lotação (percentuais)	21
Tabela 15 – Avaliação dos veículos/canais oficiais por forma e conteúdo	23
Tabelas 16a a 16aa – Grau de concordância em relação a afirmativas	24
Tabela 17 – Tendência geral de respostas (média ponderada) por afirmativas	33
Tabelas 18 a 22 – Perguntas apreciativas (categorização de respostas abertas)	35

INTRODUÇÃO

Aqui, reunimos os dados analisados no capítulo quatro de nossa dissertação que serviram para embasar nossas propostas de planejamento e avaliação da comunicação na UFT. O objetivo desta inclusão é possibilitar consultas, novos enfoques de análise e eventuais comparações em pesquisas futuras.

Na primeira parte constam dados pertinentes à comunicação na Universidade coletados pela Comissão Própria de Avaliação (CPA) por meio do questionário de autoavaliação institucional (“Fala Aí”), o qual foi aplicado à comunidade universitária da UFT, por meio de formulário eletrônico, entre o último trimestre de 2013 e janeiro de 2014. Estes dados foram cedidos pela CPA, mas não constam no relatório de autoavaliação publicado pela comissão, e por isso optamos por disponibilizá-los neste registro.

A segunda parte contém os resultados da pesquisa de opinião sobre a comunicação da UFT aplicada especificamente para este trabalho de dissertação no primeiro semestre de 2015, também via formulário eletrônico e também envolvendo estudantes, professores e técnicos-administrativos da Universidade.

PARTE I – DADOS COLETADOS PELA CPA

Tabela 1 - Perfil geral da amostra - Questionário CPA					
Extrato por categoria	Nº de resp.	Universo aprox. (2013)	Tamanho relativo da categoria em relação ao universo total	Percentual de respondentes em relação ao total da categoria	Percentual da categoria em relação à amostra
Alunos	572	18.000	92%	3%	72%
Professores	126	1.000	5%	13%	16%
Técnicos-Administrativos	95	600	3%	16%	12%
Total	793	19.600	100%	4%	100%
Extrato por lotação	Nº de resp.	Público interno aprox. (em nº de alunos e servidores)	Tamanho relativo do câmpus / da Reitoria em relação ao número total de alunos e servidores	Percentual de respondentes em relação ao número total de alunos e servidores	Percentual representativo da amostra
Reitoria	28	293	1%	10%	4%
Araguaína	106	4477	23%	2%	13%
Arraias	192	1038	5%	19%	24%
Gurupi	52	1769	9%	3%	7%
Miracema	36	721	4%	5%	5%
Palmas	245	8742	44%	3%	31%
Porto Nacional	75	1811	9%	4%	9%
Tocantinópolis	39	927	5%	4%	5%
Não informado	20	0	0%	-	2%
Total	793	19.778	100%	4%	100%

Fonte: CPA, Prograd e DDH/UFT, 2014

Tabela 2 – Avaliação do Portal UFT

Quesito	Como você avalia o site oficial da UFT?				Até que ponto o site oficial da UFT cumpre com a missão de ser instrumento cotidiano de informações?				Como você avalia a organização da página e a facilidade de acesso às informações desejadas?			
	Ótimo	Bom	Regular	Insuficiente	Ótimo	Bom	Regular	Insuficiente	Ótimo	Bom	Regular	Insuficiente
Alunos	20%	48%	24%	8%	14%	49%	28%	9%	10%	44%	32%	14%
Professores	10%	38%	35%	17%	5%	45%	34%	16%	5%	24%	39%	32%
Técnicos-Administrativos	8%	45%	34%	13%	5%	45%	34%	16%	5%	28%	41%	26%
Total	17%	46%	27%	10%	11%	48%	29%	12%	9%	38%	34%	19%

Fonte: CPA, 2014 | * Percentuais consideram apenas o número de respondentes que avaliaram os quesitos abordados em cada tabela (desconsideram respostas em branco).

Tabela 3 – Avaliação de informações institucionais no Portal UFT

Quesito	Como você avalia a divulgação das ações do Consuni/Consepe [no Portal UFT]?				Como você avalia a divulgação das normas, regulamentos e boletins internos publicados no site institucional da UFT?			
	Ótimo	Bom	Regular	Insuficiente	Ótimo	Bom	Regular	Insuficiente
Alunos	6%	40%	32%	22%	10%	39%	30%	21%
Professores	4%	22%	32%	42%	7%	26%	37%	30%
Técnicos-Administrativos	2%	24%	40%	34%	2%	28%	40%	30%
Total	5%	35%	33%	27%	9%	36%	32%	23%

Fonte: CPA, 2014 | * Percentuais consideram apenas o número de respondentes que avaliaram os quesitos abordados em cada tabela (desconsideram respostas em branco).

Tabela 4 – Divulgação de eventos e imagem institucional								
Quesito	Como você avalia a cobertura e divulgação de eventos internos da UFT?				Como você avalia a imagem da UFT veiculada pelos meios externos de comunicação (jornal, TV, rádio, internet e outros)			
	Avaliação	Ótimo	Bom	Regular	Insuficiente	Ótimo	Bom	Regular
Alunos	9%	35%	37%	19%	11%	40%	28%	21%
Professores	3%	40%	37%	20%	8%	48%	24%	20%
Técnicos-Administrativos	2%	43%	33%	22%	11%	37%	33%	19%
Total	7%	37%	36%	20%	11%	41%	28%	20%

Fonte: CPA, 2014 | * Percentuais consideram apenas o número de respondentes que avaliaram os quesitos abordados em cada tabela (desconsideram respostas em branco).

Tabela 5 – Divulgação de ensino (cursos e graduação e pós-graduação) e pesquisa												
Quesito	Como você avalia a divulgação dos cursos de graduação e suas produções técnico-científicas?				Como você avalia a divulgação dos cursos de pós-graduação e suas pesquisas produzidas?				Em relação as pesquisas desenvolvidas na UFT, como você avalia a divulgação interna?			
	Avaliação	Ótimo	Bom	Regular	Insuficiente	Ótimo	Bom	Regular	Insuficiente	Ótimo	Bom	Regular
Alunos	8%	34%	37%	21%	7%	27%	35%	31%	8%	26%	36%	30%
Professores	2%	8%	46%	44%	1%	7%	44%	48%	2%	10%	50%	38%
Técnicos-Administrativos	1%	19%	48%	32%	2%	18%	45%	35%	1%	22%	38%	39%
Total	6%	27%	40%	27%	5%	23%	38%	34%	6%	23%	39%	32%

Fonte: CPA, 2014 | * Percentuais consideram apenas o número de respondentes que avaliaram os quesitos abordados em cada tabela (desconsideram respostas em branco).

Tabela 6 – Divulgação de projetos e atividades de extensão

Quesito	Em relação aos projetos de extensão desenvolvidos na UFT, como você avalia a divulgação interna?				Como você avalia a divulgação das atividades vinculadas à Pró-Reitoria de Extensão e Cultura (cursos, eventos, feiras, projetos e etc...)?			
	Ótimo	Bom	Regular	Insuficiente	Ótimo	Bom	Regular	Insuficiente
Alunos	6%	30%	34%	30%	7%	31%	35%	27%
Professores	7%	18%	41%	34%	4%	25%	40%	31%
Técnicos-Administrativos	1%	24%	37%	38%	2%	23%	40%	35%
Total	6%	27%	36%	31%	6%	29%	36%	31%

Fonte: CPA, 2014 | * Percentuais consideram apenas o número de respondentes que avaliaram os quesitos abordados em cada tabela (desconsideram respostas em branco).

Tabela 7 – Avaliação dos sites do câmpus

Quesito	Você conhece o site do seu câmpus?		Você utiliza o site do seu câmpus?	
	Sim	Não	Sim	Não
Alunos	74%	26%	72%	28%
Professores	55%	45%	41%	59%
Técnicos-Administrativos	46%	54%	40%	60%
Total	67%	33%	63%	37%

Fonte: CPA, 2014 | * Percentuais consideram apenas o número de respondentes que avaliaram os quesitos abordados em cada tabela (desconsideram respostas em branco).

Tabela 8 – Avaliação da comunicação nos câmpus

Quesito	De que forma você avalia a comunicação entre a direção e o segmento discente/docente/técnico?				Como você avalia a comunicação entre alunos e a coordenação de curso?			
	Ótimo	Bom	Regular	Insuficiente	Ótimo	Bom	Regular	Insuficiente
Alunos	7%	34%	36%	23%	16%	35%	32%	17%
Professores	6%	28%	31%	35%	13%	38%	32%	17%
Técnicos-Administrativos	8%	34%	35%	23%	4%	36%	43%	17%
Total	7%	33%	35%	25%	14%	36%	33%	17%

Fonte: CPA, 2014 | * Percentuais consideram apenas o número de respondentes que avaliaram os quesitos abordados em cada tabela (desconsideram respostas em branco).

Tabela 9 – Avaliação da sinalização e murais

Quesito	Como você avalia a sinalização dentro do câmpus?				Você utiliza os murais internos para se informar sobre os eventos no câmpus?		Como você avalia a eficiência deste meio de comunicação [os murais] na sua vida acadêmica?			
	Ótimo	Bom	Regular	Insuficiente	Sim	Não	Ótimo	Bom	Regular	Insuficiente
Alunos	5%	18%	28%	49%	88%	12%	18%	46%	24%	12%
Professores	2%	5%	30%	63%	78%	22%	9%	35%	33%	23%
Técnicos-Administrativos	1%	10%	22%	67%	81%	19%	4%	45%	30%	21%
Total	4%	15%	27%	54%	86%	14%	15%	44%	26%	15%

Fonte: CPA, 2014 | * Percentuais consideram apenas o número de respondentes que avaliaram os quesitos abordados em cada tabela (desconsideram respostas em branco).

Tabela 10 – Conhecimento acerca dos direitos e deveres constantes no Regimento Acadêmico

Quesito	Você conhece os direitos e deveres contidos no Regimento Acadêmico da UFT?		
Avaliação	Sim	Não	Não responderam
Alunos	38%	32%	30%
Professores	72%	14%	14%
Técnicos-Administrativos	52%	26%	22%
Total	45%	28%	27%

Fonte: CPA, 2014

PARTE II – PESQUISA DE OPINIÃO SOBRE A COMUNICAÇÃO NA UFT

Tabela 11 – Perfil da amostra - Questionário sobre a comunicação na UFT

Extrato por categoria	Nº de resp.	Universo aprox. (2014)	Tamanho relativo da categoria em relação ao universo total	Percentual de respondentes em relação ao total da categoria	Percentual da categoria em relação à amostra
Estudantes	168	18.028	92%	1%	38%
Professores	139	934	5%	14%	32%
Técnicos-Adm.	162	816	3%	27%	37%
Total	469 (440 únicos)	19.778	100%	2%	107% (100% únicos)
Extrato por lotação	Nº de resp.	Público interno aprox. (em nº de alunos e servidores)	Tamanho relativo do local em relação ao número total de alunos e servidores	Percentual de respondentes em relação ao número total de alunos e servidores	Percentual de respondentes por lotação em relação à amostra
Reitoria	84	293	1%	29%	19%
Araguaína	29	4477	23%	1%	7%
Arraias	38	1038	5%	4%	9%
Gurupi	37	1769	9%	2%	8%
Miracema	13	721	4%	2%	3%
Palmas	194	8742	44%	2%	44%
Porto Nacional	32	1811	9%	2%	7%
Tocantinópolis	28	927	5%	3%	6%
Total	455 (440 únicos)	19.778	100%	2%	103% (100% únicos)
Extrato por idade		Nº de respondentes		Percentual	
Menos de 25 anos		104		23,6%	
De 26 a 35 anos		177		40,2%	
De 36 a 45 anos		97		22%	
De 46 a 55 anos		51		11,6%	
56 anos ou mais		11		2,5%	
Total		440		100%	
Extrato por tempo de vínculo com a Instituição		Nº de respondentes		Percentual	
Menos de um ano		88		20%	
Mais de um ano e menos de cinco anos		172		39,1%	
Mais de cinco anos e menos de dez anos		124		28,2%	
Mais de dez anos		56		12,7%	
Total		440		100%	
Extrato por cargo (servidores) ou existência de vínculo de bolsa ou estágio (alunos)	Sim	Não	Não se aplica (não é servidor / não é ou não foi aluno da UFT)		
Ocupa cargo de chefia na UFT (servidores)?	74 (16,8%)	266 (60,5%)	100 (22,7%)		
É ou já foi bolsista / estagiário da UFT (alunos)?	95 (21,6%)	258 (58,6%)	87 (19,8%)		
Total	169 (38,4%)	524 (119%)	187 (42,5%)		

Fonte: Elaboração da autora com dados coletados em pesquisa própria, e também da Prograd e da DDH (2015)

Tabela 12a – Quão satisfeito ou insatisfeito você se sente atualmente em relação ao seu trabalho e/ou à sua vida acadêmica na UFT?

Resultado por categoria	Professores	Técnicos-Administrativos	Estudantes	TOTAL	Média Ponderada
Muito satisfeito (= 4)	8%	6%	10%	8%	2,0 (Em geral a comunidade universitária está mais ou menos satisfeita com relação à UFT)
Satisfeito (= 3)	40%	46%	45%	43%	
Mais ou menos satisfeito (= 2)	37%	32%	31%	33%	
Insatisfeito (= 1)	11%	7%	9%	9%	
Muito insatisfeito (= 0)	5%	8%	5%	6%	
Total	100%	100%	100%	100%	

Fonte: Elaboração da autora (2015)

Tabela 12b – Quão satisfeito ou insatisfeito você se sente atualmente em relação ao seu trabalho e/ou à sua vida acadêmica na UFT?

Resultado por lotação	Reitoria	Araguaína	Arraias	Gurupi	Miracema	Palmas	Porto Nacional	Tocantinópolis
Muito satisfeito	6%	2%	6%	13%	15%	9%	3%	14%
Satisfeito	49%	51%	66%	53%	31%	36%	41%	39%
Mais ou menos satisfeito	32%	40%	19%	21%	39%	37%	44%	29%
Insatisfeito	4%	7%	6%	11%	15%	11%	6%	11%
Muito insatisfeito	9%	0%	3%	3%	0%	8%	6%	7%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: Elaboração da autora (2015)

Tabela 12c – Quão satisfeito ou insatisfeito você se sente atualmente em relação ao seu trabalho e/ou à sua vida acadêmica na UFT?

Resultado entre servidores, por chefes e subordinados	Pessoas que ocupam cargo de chefia / direção / coordenação.	Pessoas que NÃO ocupam cargo de chefia / direção / coordenação.
Muito satisfeito	11%	6%
Satisfeito	51%	39%
Mais ou menos satisfeito	26%	38%
Insatisfeito	4%	10%
Muito insatisfeito	7%	7%
Total	100%	100%

Fonte: Elaboração da autora (2015)

Tabela 12d – Quão satisfeito ou insatisfeito você se sente atualmente em relação ao seu trabalho e/ou à sua vida acadêmica na UFT?

Resultado entre alunos e egressos, com relação a bolsas e estágios	Pessoas que são ou já foram estagiários / bolsistas da UFT.	Pessoas que NÃO são ou não foram estagiários / bolsistas da UFT.
Muito satisfeito	9%	10%
Satisfeito	47%	41%
Mais ou menos satisfeito	31%	32%
Insatisfeito	8%	9%
Muito insatisfeito	4%	8%
Total	100%	100%

Fonte: Elaboração da autora (2015)

Tabela 12e – Quão satisfeito ou insatisfeito você se sente atualmente em relação ao seu trabalho e/ou à sua vida acadêmica na UFT?

Resultado por tempo de vínculo	Há menos de um ano	Há mais de um ano e menos de cinco anos	Há mais de cinco anos e menos de dez anos	Há mais de dez anos
Muito satisfeito	5%	10%	5%	14%
Satisfeito	44%	43%	46%	38%
Mais ou menos satisfeito	34%	32%	36%	30%
Insatisfeito	8%	9%	9%	11%
Muito insatisfeito	9%	5%	5%	7%
Total	100%	100%	100%	100%

Fonte: Elaboração da autora (2015)

Tabela 12f – Quão satisfeito ou insatisfeito você se sente atualmente em relação ao seu trabalho e/ou à sua vida acadêmica na UFT?

Resultado por idade	Menos de 25 anos	De 26 a 35 anos	De 36 a 45 anos	De 46 a 55 anos	56 anos ou mais
Muito satisfeito	7%	8%	7%	12%	17%
Satisfeito	46%	42%	46%	40%	25%
Mais ou menos satisfeito	34%	35%	35%	27%	25%
Insatisfeito	10%	9%	4%	15%	17%
Muito insatisfeito	3%	6%	9%	6%	17%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: Elaboração da autora (2015)

Tabela 13a – As questões relativas à comunicação no seu ambiente profissional e/ou acadêmico – tais como acesso à informação, relacionamento interpessoal, possibilidade de diálogo e participação nos processos decisórios, sentimento de pertencimento organizacional etc – influenciam nos seus níveis de satisfação em relação à UFT?

Resultado por categoria	Professores	Técnicos-Administrativos	Estudantes	TOTAL	Média Ponderada
Sim, problemas relacionados à comunicação têm afetado muito negativamente minha satisfação em relação à UFT atualmente. (Valor = 0)	13%	17%	12%	14%	<p style="text-align: center;">2,0 (As questões relacionadas à comunicação não são as mais importantes, mas afetam tanto positivamente quanto negativamente a satisfação da comunidade universitária com relação à UFT)</p>
Sim, as questões relacionadas à comunicação na UFT têm me incomodado um pouco atualmente, embora haja vários fatores mais significativos para a minha opinião. (Valor = 1)	46%	34%	32%	37%	
Não, as questões referentes à comunicação na UFT são indiferentes para mim. // Não sei opinar. (Valor = 2)	6%	6%	14%	9%	
Sim, as questões relacionadas à comunicação são relativamente importantes e têm afetado positivamente na minha satisfação com a UFT atualmente, embora haja vários fatores mais significativos para a minha satisfação. (Valor = 3)	28%	37%	31%	32%	
Sim, a boa comunicação praticada na UFT é um fator determinante e tem afetado muito positivamente a minha satisfação com a Universidade atualmente. (Valor = 4)	7%	6%	11%	8%	
Total	100%	100%	100%	100%	

Fonte: Elaboração da autora (2015)

Tabela 13b – As questões relativas à comunicação no seu ambiente profissional e/ou acadêmico – tais como acesso à informação, relacionamento interpessoal, possibilidade de diálogo e participação nos processos decisórios, sentimento de pertencimento organizacional etc – influenciam nos seus níveis de satisfação em relação à UFT?

Resultado por lotação	Reitoria	Araguaína	Arraias	Gurupi	Miracema	Palmas	Porto Nacional	Tocantinópolis
Sim, problemas relacionados à comunicação têm afetado muito negativamente minha satisfação em relação à UFT atualmente.	13%	20%	25%	11%	8%	10%	25%	21%
Sim, as questões relacionadas à comunicação na UFT têm me incomodado um pouco atualmente, embora haja vários fatores mais significativos para a minha opinião.	37%	38%	28%	37%	54%	42%	34%	18%
Não, as questões referentes à comunicação na UFT são indiferentes para mim. // Não sei opinar.	8%	4%	9%	0%	15%	12%	6%	7%
Sim, as questões relacionadas à comunicação são relativamente importantes e têm afetado positivamente na minha satisfação com a UFT atualmente, embora haja vários fatores mais significativos para a minha satisfação.	40%	33%	25%	32%	15%	28%	28%	43%
Sim, a boa comunicação praticada na UFT é um fator determinante e tem afetado muito positivamente a minha satisfação com a Universidade atualmente.	3%	4%	13%	21%	8%	8%	6%	11%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: Elaboração da autora (2015)

Tabela 13c – As questões relativas à comunicação no seu ambiente profissional e/ou acadêmico – tais como acesso à informação, relacionamento interpessoal, possibilidade de diálogo e participação nos processos decisórios, sentimento de pertencimento organizacional etc – influenciam nos seus níveis de satisfação em relação à UFT?

Resultado entre servidores, por chefes e subordinados	Pessoas que ocupam cargo de chefia / direção / coordenação.	Pessoas que NÃO ocupam cargo de chefia / direção / coordenação.
Sim, problemas relacionados à comunicação têm afetado muito negativamente minha satisfação em relação à UFT atualmente.	14%	16%
Sim, as questões relacionadas à comunicação na UFT têm me incomodado um pouco atualmente, embora haja vários fatores mais significativos para a minha opinião.	32%	41%
Não, as questões referentes à comunicação na UFT são indiferentes para mim. // Não sei opinar.	3%	8%
Sim, as questões relacionadas à comunicação são relativamente importantes e têm afetado positivamente na minha satisfação com a UFT atualmente, embora haja vários fatores mais significativos para a minha satisfação.	42%	30%
Sim, a boa comunicação praticada na UFT é um fator determinante e tem afetado muito positivamente a minha satisfação com a Universidade atualmente.	10%	6%
Total	100%	100%

Fonte: Elaboração da autora (2015)

Tabela 13d – As questões relativas à comunicação no seu ambiente profissional e/ou acadêmico – tais como acesso à informação, relacionamento interpessoal, possibilidade de diálogo e participação nos processos decisórios, sentimento de pertencimento organizacional etc – influenciam nos seus níveis de satisfação em relação à UFT?

Resultado entre alunos e egressos, com relação a bolsas e estágios	Pessoas que são ou já foram estagiários / bolsistas da UFT.	Pessoas que NÃO são ou não foram estagiários / bolsistas da UFT.
Sim, problemas relacionados à comunicação têm afetado muito negativamente minha satisfação em relação à UFT atualmente.	13%	13%
Sim, as questões relacionadas à comunicação na UFT têm me incomodado um pouco atualmente, embora haja vários fatores mais significativos para a minha opinião.	34%	36%
Não, as questões referentes à comunicação na UFT são indiferentes para mim. // Não sei opinar.	13%	9%
Sim, as questões relacionadas à comunicação são relativamente importantes e têm afetado positivamente na minha satisfação com a UFT atualmente, embora haja vários fatores mais significativos para a minha satisfação.	31%	32%
Sim, a boa comunicação praticada na UFT é um fator determinante e tem afetado muito positivamente a minha satisfação com a Universidade atualmente.	8%	10%
Total	100%	100%

Fonte: Elaboração da autora (2015)

Tabela 13e – As questões relativas à comunicação no seu ambiente profissional e/ou acadêmico – tais como acesso à informação, relacionamento interpessoal, possibilidade de diálogo e participação nos processos decisórios, sentimento de pertencimento organizacional etc – influenciam nos seus níveis de satisfação em relação à UFT?

Resultado por tempo de vínculo	Há menos de um ano	Há mais de um ano e menos de cinco anos	Há mais de cinco anos e menos de dez anos	Há mais de dez anos
Sim, problemas relacionados à comunicação têm afetado muito negativamente minha satisfação em relação à UFT atualmente.	17%	16%	9%	16%
Sim, as questões relacionadas à comunicação na UFT têm me incomodado um pouco atualmente, embora haja vários fatores mais significativos para a minha opinião.	26%	35%	44%	45%
Não, as questões referentes à comunicação na UFT são indiferentes para mim. // Não sei opinar.	11%	12%	6%	5%
Sim, as questões relacionadas à comunicação são relativamente importantes e têm afetado positivamente na minha satisfação com a UFT atualmente, embora haja vários fatores mais significativos para a minha satisfação.	34%	27%	36%	30%
Sim, a boa comunicação praticada na UFT é um fator determinante e tem afetado muito positivamente a minha satisfação com a Universidade atualmente.	11%	10%	6%	4%
Total	100%	100%	100%	100%

Fonte: Elaboração da autora (2015)

Tabela 13f – As questões relativas à comunicação no seu ambiente profissional e/ou acadêmico – tais como acesso à informação, relacionamento interpessoal, possibilidade de diálogo e participação nos processos decisórios, sentimento de pertencimento organizacional etc – influenciam nos seus níveis de satisfação em relação à UFT?

Resultado por idade	Menos de 25 anos	De 26 a 35 anos	De 36 a 45 anos	De 46 a 55 anos	56 anos ou mais
Sim, problemas relacionados à comunicação têm afetado muito negativamente minha satisfação em relação à UFT atualmente.	14%	15%	14%	10%	25%
Sim, as questões relacionadas à comunicação na UFT têm me incomodado um pouco atualmente, embora haja vários fatores mais significativos para a minha opinião.	32%	38%	39%	38%	33%
Não, as questões referentes à comunicação na UFT são indiferentes para mim. // Não sei opinar.	16%	8%	6%	10%	0%
Sim, as questões relacionadas à comunicação são relativamente importantes e têm afetado positivamente na minha satisfação com a UFT atualmente, embora haja vários fatores mais significativos para a minha satisfação.	31%	31%	32%	35%	25%
Sim, a boa comunicação praticada na UFT é um fator determinante e tem afetado muito positivamente a minha satisfação com a Universidade atualmente.	6%	9%	10%	8%	17%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: Elaboração da autora (2015)

Tabela 13g – As questões relativas à comunicação no seu ambiente profissional e/ou acadêmico – tais como acesso à informação, relacionamento interpessoal, possibilidade de diálogo e participação nos processos decisórios, sentimento de pertencimento organizacional etc – influenciam nos seus níveis de satisfação em relação à UFT?

Resultado por grau de satisfação	Muito satisfeito	Satisfeito	Mais ou menos satisfeito	Insatisfeito	Muito insatisfeito
Sim, problemas relacionados à comunicação têm afetado muito negativamente minha satisfação em relação à UFT atualmente.	3%	9%	13%	33%	41%
Sim, as questões relacionadas à comunicação na UFT têm me incomodado um pouco atualmente, embora haja vários fatores mais significativos para a minha opinião.	11%	27%	59%	40%	11%
Não, as questões referentes à comunicação na UFT são indiferentes para mim. // Não sei opinar.	11%	9%	8%	15%	4%
Sim, as questões relacionadas à comunicação são relativamente importantes e têm afetado positivamente na minha satisfação com a UFT atualmente, embora haja vários fatores mais significativos para a minha satisfação.	36%	46%	18%	10%	30%
Sim, a boa comunicação praticada na UFT é um fator determinante e tem afetado muito positivamente a minha satisfação com a Universidade atualmente.	39%	8%	2%	3%	15%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: Elaboração da autora (2015)

Tabela 14a – De acordo com os seus hábitos, frequências de acesso e preferências pessoais, quais meios/veículos/canais você prefere ou preferiria utilizar para receber e trocar informações sobre a UFT, e tratar de assuntos referentes à Universidade? (Resposta em escala de 0 a 10)

Média ponderada por veículo / canal	Portal UFT	Portal do Aluno	Portal do Professor	Intranet	Jornal Presente (Ed. Impresa)	Jornal Presente (Ed. Digital)	Jornal Presente (Ed. Mural)	E-mail institucional	E-mail pessoal	Newsletter Sou UFT	Página oficial no Facebook	Perfil oficial no Twitter	Perfil oficial no Instagram	Canal oficial no You Tube	Documentos	Murais	Rádio UFT FM	Podcasts / Rádio Web	Videoconferências	Reuniões presenciais	Ouvidoria	Caixa de sugestões
Professores	8,1	1,7	7,1	6,1	2,2	3,5	2,2	8,4	6,4	3,9	3,7	1,6	1,5	2,0	6,3	4,6	2,4	2,0	3,3	7,0	3,1	2,1
Técnicos-Administrativos	8,5	3,1	1,9	7,6	3,1	4,1	3,2	9,0	5,9	5,6	5,3	2,3	2,3	2,4	7,2	5,4	3,1	2,4	3,4	6,1	3,7	2,7
Estudantes	7,8	7,8	1,8	3,8	3,0	3,4	3,3	7,6	7,1	2,5	5,2	2,4	2,6	2,9	5,2	6,2	3,7	2,9	3,2	5,1	3,9	3,0
Total	8,1	4,4	3,4	5,8	2,8	3,7	2,9	8,3	6,5	4,0	4,8	2,1	2,2	2,5	6,2	5,5	3,1	2,5	3,3	6,0	3,6	2,7
<u>Legenda:</u>	Rejeição: Notas de 0 a 3,9							Escalas intermediárias: Notas de 4 a 6,9							Preferência: Notas de 7 a 10							

Fonte: Elaboração da autora (2015)

Tabela 14b – Ranking de melhores canais/meios para a comunicação com cada categoria, por média ponderada de preferência.

Posição	Professores	Técnicos-Administrativos	Estudantes	Total
1º.	E-mail institucional (nota 8,4)	E-mail institucional (nota 9,0)	Portal UFT (nota 7,8) Portal do Aluno (nota 7,8)	E-mail institucional (nota 8,3)
2º.	Portal UFT (nota 8,1)	Portal UFT (nota 8,5)	E-mail institucional (nota 7,6)	Portal UFT (nota 8,1)
3º.	Portal do Professor (nota 7,1)	Intranet (nota 7,6)	E-mail pessoal (nota 7,1)	E-mail pessoal (nota 6,5)
4º.	Reuniões presenciais (nota 7,0)	Documentos (nota 7,2)	Murais (nota 6,2)	Documentos (nota 6,2)
5º.	E-mail pessoal (nota 6,4)	Reuniões presenciais (nota 6,1)	Página oficial no Facebook (nota 5,2)	Reuniões Presenciais (nota 6,0)
Legenda:	Rejeição: Notas de 0 a 3,9	Escalas intermediárias: Notas de 4 a 6,9		Preferência: Notas de 7 a 10

Fonte: Elaboração da autora (2015)

Tabela 14c – De acordo com os seus hábitos, frequências de acesso e preferências pessoais, quais meios/veículos/canais você prefere ou preferiria utilizar para receber e trocar informações sobre a UFT, e tratar de assuntos referentes à Universidade? (Resposta em escala de 0 a 10)

Percentuais de preferência ou rejeição, por categoria*	Portal UFT	Portal do Aluno	Portal do Professor	Intranet	Jornal Presente (Ed. Impresa)	Jornal Presente (Ed. Digital)	Jornal Presente (Ed. Mural)	E-mail institucional	E-mail pessoal	Newsletter Sou UFT	Página oficial no Facebook	Perfil oficial no Twitter	Perfil oficial no Instagram	Canal oficial no You Tube	Documentos	Murais	Rádio UFT FM	Podcasts / Rádio Web	Videoconferências	Reuniões presenciais	Ouvidoria	Caixa de sugestões
Professores (preferência)	79%	14%	65%	51%	13%	24%	12%	85%	62%	27%	30%	9%	10%	15%	55%	30%	18%	13%	23%	67%	23%	13%
Professores (esc. intermed.)	16%	5%	20%	25%	15%	22%	16%	7%	9%	25%	18%	11%	8%	12%	25%	33%	13%	13%	23%	19%	20%	15%
Professores (rejeição)	5%	81%	15%	24%	72%	54%	72%	8%	29%	48%	52%	80%	82%	73%	20%	37%	69%	74%	54%	14%	57%	72%
Técnicos (preferência)	86%	27%	14%	73%	20%	31%	18%	90%	53%	44%	45%	16%	18%	17%	72%	44%	27%	18%	26%	56%	28%	20%
Técnicos (esc. intermediárias)	8%	11%	11%	18%	22%	20%	25%	6%	18%	25%	21%	14%	12%	12%	15%	27%	13%	14%	17%	24%	19%	16%
Técnicos (rejeição)	6%	62%	75%	9%	58%	49%	57%	4%	29%	31%	34%	70%	70%	71%	13%	29%	60%	68%	57%	20%	53%	64%
Estudantes (preferência)	77%	75%	11%	33%	21%	25%	23%	73%	70%	14%	43%	17%	21%	21%	43%	51%	32%	22%	26%	41%	33%	26%
Estudantes (esc. intermediárias)	13%	15%	11%	13%	18%	18%	22%	15%	9%	20%	24%	13%	12%	15%	21%	28%	13%	15%	12%	23%	12%	11%
Estudantes (rejeição)	10%	10%	78%	54%	61%	57%	55%	13%	21%	66%	33%	70%	67%	64%	36%	21%	55%	63%	62%	36%	55%	63%
Total (preferência)	81%	40%	28%	52%	18%	27%	18%	82%	62%	28%	40%	14%	17%	18%	57%	43%	26%	18%	25%	54%	28%	20%
Total (escalas intermed.)	12%	11%	14%	18%	19%	20%	21%	10%	12%	23%	21%	13%	11%	13%	20%	28%	13%	14%	17%	22%	17%	14%
Total (rejeição)	7%	49%	58%	30%	63%	53%	61%	8%	26%	49%	39%	73%	72%	69%	23%	29%	61%	68%	58%	24%	55%	66%

* Foram considerados, para o cálculo percentual, como preferência as marcações de 7 a 10 e como rejeição as marcações de 0 a 3. As marcações de 4, 5 e 6 foram consideradas no percentual de escalas intermediárias. Fonte: Elaboração da autora com dados da pesquisa sobre a comunicação na UFT.

Fonte: Elaboração da autora (2015)

Tabela 14d – Ranking de melhores canais/meios para a comunicação com cada categoria, por percentual de preferência.

Posição	Professores	Técnicos-Administrativos	Estudantes	Total
1º.	E-mail institucional (85%)	E-mail institucional (90%)	Portal UFT (77%)	E-mail institucional (82%)
2º.	Portal UFT (79%)	Portal UFT (86%)	Portal do Aluno (75%)	Portal UFT (81%)
3º.	Reuniões presenciais (67%)	Intranet (73%)	E-mail institucional (73%)	E-mail pessoal (62%)
4º.	Portal do Professor (65%)	Documentos (72%)	E-mail pessoal (70%)	Documentos (57%)
5º.	E-mail pessoal (62%)	Reuniões presenciais (56%)	Murais (51%)	Reuniões presenciais (54%)
Legenda:	Rejeição: Percentuais de 0 a 39%	Esc. intermediárias: Percentuais de 40% a 69%		Preferência: Percentuais de 70% a 100%

Fonte: Elaboração da autora (2015)

Tabela 14e – Ranking consolidado de melhores canais/meios para a comunicação com cada categoria, por média de preferência e percentual de preferência.

Posição	Professores		Técnicos-Administrativos		Estudantes		Total	
	%	Média	%	Média	%	Média	%	Média
1º.	E-mail institucional	E-mail institucional	E-mail institucional	E-mail institucional	Portal UFT	Portal UFT Portal do Aluno	E-mail institucional	E-mail institucional
2º.	Portal UFT	Portal UFT	Portal UFT	Portal UFT	Portal do Aluno	E-mail institucional	Portal UFT	Portal UFT
3º.	Reuniões presenciais	Portal do Professor	Intranet	Intranet	E-mail institucional	E-mail Pessoal	E-mail pessoal	E-mail pessoal
4º.	Portal do Professor	Reuniões presenciais	Documentos	Documentos	E-mail pessoal	Murais	Documentos	Documentos
5º.	E-mail pessoal	E-mail pessoal	Reuniões presenciais	Reuniões presenciais	Murais	Página oficial no Facebook	Reuniões presenciais	Reuniões presenciais
<u>Legenda:</u>		Rejeição: Notas de 0 a 3,9 / percentuais de 0 a 39%		Escalas intermediárias: Notas de 4 a 6,9 / percentuais de 40% a 69%		Preferência: Notas de 7 a 10 / percentuais de 70% a 100%		

Fonte: Elaboração da autora (2015)

Tabela 14f – De acordo com os seus hábitos, frequências de acesso e preferências pessoais, quais meios/veículos/canais você prefere ou preferiria utilizar para receber e trocar informações sobre a UFT, e tratar de assuntos referentes à Universidade? (Resposta em escala de 0 a 10)

Percentual que atribuiu grande preferência (de 7 a 10) ou grande rejeição (0 a 3), por lotação	Portal UFT	Portal do Aluno	Portal do Professor	Intranet	Jornal Presente (Ed.)	Jornal Presente (Ed. Digital)	Jornal Presente (Ed. Mural)	E-mail institucional	E-mail pessoal	Newsletter Sou UFT	Página oficial no Facebook	Perfil oficial no Twitter	Perfil oficial no Instagram	Canal oficial no You Tube	Documentos	Murais	Rádio UFT FM	Podcasts / Rádio Web	Videoconferências	Reuniões presenciais	Ouvidoria	Caixa de sugestões
Reitoria e Palmas (preferência)	80%	43%	28%	51%	17%	28%	18%	80%	60%	12%	43%	17%	22%	20%	51%	37%	30%	19%	24%	51%	28%	21%
Reitoria e Palmas (rejeição)	7%	48%	58%	31%	62%	52%	61%	9%	28%	49%	37%	69%	69%	67%	28%	31%	55%	65%	58%	27%	56%	65%
Câmpus descentralizados (preferência)	81%	37%	29%	54%	20%	26%	18%	86%	63%	13%	36%	11%	11%	15%	64%	51%	20%	18%	28%	60%	29%	21%
Câmpus descentralizados (rejeição)	7%	53%	57%	28%	65%	55%	61%	7%	23%	49%	44%	78%	76%	72%	18%	24%	70%	72%	55%	20%	53%	67%

* Foram considerados, para o cálculo percentual, como preferência as marcações de 7 a 10 e como rejeição as marcações de 0 a 3. As marcações de 4, 5 e 6 foram consideradas no percentual de escalas intermediárias. **Fonte:** Elaboração da autora com dados da pesquisa sobre a comunicação na UFT.

Fonte: Elaboração da autora (2015)

Tabela 15 – Considerando os principais veículos/canais oficiais de divulgação/comunicação organizacional utilizados e disponíveis atualmente na UFT, como você os avalia com relação à FORMA (qualidade técnica, acessibilidade, legibilidade, diagramação, identidade visual, correção gramatical e ortográfica, recursos digitais etc) e ao CONTEÚDO (qualidade e correção da informação, utilidade, interesse, clareza, credibilidade, agilidade etc)?

Percentual de avaliação e média ponderada por veículo/canal	Portal UFT	Intranet	Jornal Presente (Ed. Impresa)	Jornal Presente (Ed. Digital)	Jornal Presente (Ed. Mural)	Newsletter Sou UFT	Página no Facebook	Perfil no Twitter	Perfil no Instagram	Canal no You Tube	Documentos	Murais
Não acesso. / Não leio. / Não conheço. / Não sei opinar. (Valor = não considerado)	3%	23%	66%	62%	66%	51%	43%	74%	75%	75%	17%	22%
A forma, o acesso e o conteúdo são ruins/muito ruins. (Valor = 0)	8%	12%	7%	7%	7%	8%	6%	6%	5%	6%	12%	17%
A forma é boa, mas o conteúdo precisa melhorar, não é bem elaborado e/ou não é do meu interesse. (Valor = 1)	14%	18%	11%	12%	11%	14%	16%	9%	8%	9%	18%	20%
O conteúdo é bom, mas a forma e o acesso precisam melhorar para torná-lo mais atrativo. (Valor = 2)	47%	31%	12%	13%	12%	18%	19%	7%	8%	7%	36%	26%
A forma, o acesso e o conteúdo são bons/muito bons. (Valor = 3)	28%	16%	4%	6%	4%	8%	17%	4%	5%	4%	16%	16%
Média ponderada*	2,0	1,7	1,4	1,5	1,4	1,6	1,8	1,3	1,5	1,4	1,7	1,5

* Calculada somente entre as citações dos que souberam opinar, ou seja, não marcaram a primeira opção):

<u>Legenda:</u>	Rejeição ou forma acesso e conteúdo ruins/muito ruins: Médias de 0 a 0,4	Forma boa, conteúdo ruim: Médias de 0,5 a 1,4	Conteúdo bom, forma/acesso ruins: Médias de 1,5 a 2,4	Forma/acesso/conteúdo bons/muito bons: Média de 2,5 a 3
-----------------	--	--	---	--

Fonte: Elaboração da autora (2015)

Tabela 16a – Eu me identifico com a missão da UFT, percebo que a visão de futuro da Universidade tem uma direção paralela aos meus próprios anseios pessoais, e tenho valores compatíveis com esta organização.

Resultado por categoria	Professores	Técnicos-Administrativos	Estudantes	TOTAL
Concordo plenamente	36%	33%	27%	31%
Mais concordo do que discordo	43%	47%	47%	46%
Mais discordo do que concordo	15%	14%	16%	15%
Discordo plenamente	3%	3%	2%	3%
Não sei responder	3%	3%	8%	5%
Total	100%	100%	100%	100%

Fonte: Elaboração da autora (2015)

Tabela 16b – Eu me sinto valorizado e reconhecido pelas atividades que desempenho na UFT.

Resultado por categoria	Professores	Técnicos-Administrativos	Estudantes	TOTAL
Concordo plenamente	16%	15%	16%	16%
Mais concordo do que discordo	36%	37%	33%	35%
Mais discordo do que concordo	30%	30%	27%	29%
Discordo plenamente	16%	16%	16%	15%
Não sei responder	3%	2%	9%	5%
Total	100%	100%	100%	100%

Fonte: Elaboração da autora (2015)

Tabela 16c – Ter a imagem da UFT associada à identidade pessoal, acadêmica e/ou profissional é motivo de orgulho para alunos e servidores desta instituição, e um diferencial positivo que pesa a favor dos egressos desta Universidade tanto no meio acadêmico quanto no mercado de trabalho.

Resultado por categoria	Professores	Técnicos-Administrativos	Estudantes	TOTAL
Concordo plenamente	37%	41%	48%	42%
Mais concordo do que discordo	40%	44%	35%	40%
Mais discordo do que concordo	13%	11%	13%	12%
Discordo plenamente	9%	4%	2%	5%
Não sei responder	1%	1%	2%	2%
Total	100%	100%	100%	100%

Fonte: Elaboração da autora (2015)

Tabela 16d – As práticas organizacionais administrativas e pedagógicas que ocorrem na UFT são coerentes com a missão, a visão e os valores da Universidade, e fazem dela uma organização digna de credibilidade.

Resultado por categoria	Professores	Técnicos-Administrativos	Estudantes	TOTAL
Concordo plenamente	11%	19%	23%	18%
Mais concordo do que discordo	39%	37%	33%	37%
Mais discordo do que concordo	35%	30%	28%	30%
Discordo plenamente	15%	12%	10%	13%
Não sei responder	1%	2%	6%	3%
Total	100%	100%	100%	100%

Fonte: Elaboração da autora (2015)

Tabela 16e – Eu percebo que meu trabalho como servidor e/ou meu desempenho como aluno são importantes para a Universidade, e sei claramente quais são os resultados esperados de mim para contribuir com a realização da missão institucional da UFT.

Resultado por categoria	Professores	Técnicos-Administrativos	Estudantes	TOTAL
Concordo plenamente	42%	47%	45%	45%
Mais concordo do que discordo	36%	33%	35%	34%
Mais discordo do que concordo	17%	15%	10%	14%
Discordo plenamente	4%	4%	4%	4%
Não sei responder	1%	1%	6%	3%
Total	100%	100%	100%	100%

Fonte: Elaboração da autora (2015)

Tabela 16f – Eu faço a minha parte para me informar sobre a UFT e procuro me envolver tanto nos processos de avaliação e decisão da Universidade quanto em ações e eventos de integração que me aproximam da instituição e me possibilitam conhecer e ouvir outras pessoas da Universidade, mesmo que sejam de setores/cursos/câmpus diferentes do meu ou que tenham opiniões diferentes das minhas.

Resultado por categoria	Professores	Técnicos-Administrativos	Estudantes	TOTAL
Concordo plenamente	43%	34%	35%	38%
Mais concordo do que discordo	43%	45%	39%	41%
Mais discordo do que concordo	11%	17%	17%	15%
Discordo plenamente	2%	3%	5%	4%
Não sei responder	1%	1%	4%	2%
Total	100%	100%	100%	100%

Fonte: Elaboração da autora (2015)

Tabela 16g – A UFT é uma organização democrática e transparente, propícia para o diálogo, que possibilita a participação da comunidade universitária nos processos decisórios e procura ouvir e considerar diferentes opiniões antes que as decisões e mudanças que afetam a comunidade universitária e a sociedade em geral sejam sacramentadas. Assim, as pessoas “de dentro da organização” normalmente não são “as últimas a saber” nem são pegas de surpresa com notícias sobre o que acontece na Universidade.

Resultado por categoria	Professores	Técnicos-Administrativos	Estudantes	TOTAL
Concordo plenamente	10%	12%	17%	14%
Mais concordo do que discordo	36%	27%	27%	29%
Mais discordo do que concordo	32%	38%	33%	34%
Discordo plenamente	21%	21%	19%	20%
Não sei responder	1%	3%	4%	3%
Total	100%	100%	100%	100%

Fonte: Elaboração da autora (2015)

Tabela 16h – Eu acredito que o meu interesse e a minha participação na vida organizacional – em debates, no planejamento participativo, em avaliações institucionais etc – são tão ou mais importantes para a UFT quanto as atividades que tenho por obrigação realizar no dia a dia como servidor ou estudante, e por isso me sinto parcialmente responsável pelos êxitos e fracassos da Universidade como um todo.

Resultado por categoria	Professores	Técnicos-Administrativos	Estudantes	TOTAL
Concordo plenamente	28%	26%	29%	28%
Mais concordo do que discordo	38%	38%	40%	39%
Mais discordo do que concordo	23%	27%	19%	23%
Discordo plenamente	7%	8%	7%	7%
Não sei responder	4%	2%	5%	4%
Total	100%	100%	100%	100%

Fonte: Elaboração da autora (2015)

Tabela 16i – Eu me sinto motivado para trabalhar e estudar na UFT e estou disposto me esforçar ao máximo para contribuir com o êxito da Universidade.

Resultado por categoria	Professores	Técnicos-Administrativos	Estudantes	TOTAL
Concordo plenamente	40%	32%	35%	36%
Mais concordo do que discordo	39%	42%	41%	40%
Mais discordo do que concordo	10%	20%	16%	16%
Discordo plenamente	10%	4%	5%	7%
Não sei responder	1%	2%	3%	2%
Total	100%	100%	100%	100%

Fonte: Elaboração da autora (2015)

Tabela 16j – O clima organizacional é bom no ambiente administrativo e/ou acadêmico em que estou inserido na UFT, e eu cultivo relações saudáveis com as pessoas com quem convivo na Universidade, de modo que a comunicação costuma ser fluida, tem-se facilidade para lidar com conflitos e também para trabalhar em equipe.

Resultado por categoria	Professores	Técnicos-Administrativos	Estudantes	TOTAL
Concordo plenamente	23%	32%	33%	29%
Mais concordo do que discordo	34%	43%	40%	39%
Mais discordo do que concordo	24%	14%	16%	18%
Discordo plenamente	18%	10%	8%	12%
Não sei responder	1%	1%	4%	2%
Total	100%	100%	100%	100%

Fonte: Elaboração da autora (2015)

Tabela 16k – Eu confio nos meus superiores e/ou subordinados e não sinto grande resistência ao apresentar sugestões, debater ideias, receber ou dar feedbacks e negociar situações de conflito com pessoas de hierarquia diferente. (Pergunta exclusiva para SERVIDORES. Se você for ALUNO, assinale a alternativa "não sei responder")

Resultado por categoria	Professores	Técnicos-Administrativos	TOTAL
Concordo plenamente	17%	29%	24%
Mais concordo do que discordo	38%	38%	38%
Mais discordo do que concordo	30%	18%	24%
Discordo plenamente	13%	12%	13%
Não sei responder	3%	2%	3%
Total	100%	100%	100%

Fonte: Elaboração da autora (2015)

Tabela 16l – Enquanto aluno, não encontro grandes barreiras para obter informações, debater questões, apresentar críticas e sugestões e resolver conflitos com professores, com a coordenação do meu curso ou outras instâncias administrativas da Universidade. (Pergunta exclusiva para ALUNOS. Se você NÃO for ALUNO, assinale a alternativa "não sei responder")

Resultado por categoria	Estudantes
Concordo plenamente	20%
Mais concordo do que discordo	26%
Mais discordo do que concordo	30%
Discordo plenamente	19%
Não sei responder	6%
Total	100%

Fonte: Elaboração da autora (2015)

Tabela 16m – As reuniões na UFT costumam ser produtivas e dialógicas, e normalmente correspondem aos objetivos da pauta.

Resultado por categoria	Professores	Técnicos-Administrativos	Estudantes	TOTAL
Concordo plenamente	8%	11%	11%	10%
Mais concordo do que discordo	28%	32%	24%	29%
Mais discordo do que concordo	36%	34%	29%	32%
Discordo plenamente	26%	17%	14%	18%
Não sei responder	3%	6%	23%	12%
Total	100%	100%	100%	100%

Fonte: Elaboração da autora (2015)

Tabela 16n – Os *feedbacks* que recebo dos meus superiores na UFT e/ou de meus professores me ajudam a identificar pontos fracos e fortes na minha atuação profissional e/ou acadêmica, me motivam a melhorar e a desenvolver minhas potencialidades.

Resultado por categoria	Professores	Técnicos-Administrativos	Estudantes	TOTAL
Concordo plenamente	9%	16%	23%	16%
Mais concordo do que discordo	33%	44%	35%	37%
Mais discordo do que concordo	26%	25%	26%	26%
Discordo plenamente	26%	10%	5%	13%
Não sei responder	6%	5%	11%	7%
Total	100%	100%	100%	100%

Fonte: Elaboração da autora (2015)

Tabela 16o – Quando necessito de informações ou serviços na UFT, normalmente não enfrento grandes entraves burocráticos nem grandes dificuldades para saber a quem recorrer e ser atendido.

Resultado por categoria	Professores	Técnicos-Administrativos	Estudantes	TOTAL
Concordo plenamente	16%	15%	18%	17%
Mais concordo do que discordo	35%	39%	27%	34%
Mais discordo do que concordo	24%	29%	35%	29%
Discordo plenamente	22%	17%	17%	19%
Não sei responder	2%	1%	2%	2%
Total	100%	100%	100%	100%

Fonte: Elaboração da autora (2015)

Tabela 16p – Na UFT, o conhecimento científico e as inovações na área administrativa não ficam restritas aos departamentos ou salas de aula: fica-se sabendo sobre ações de ensino, pesquisa e extensão desenvolvidas nos diversos câmpus e vinculadas aos diferentes cursos e programas da UFT, bem como sobre ações e projetos administrativos realizados nos diversos setores da Universidade.

Resultado por categoria	Professores	Técnicos-Administrativos	Estudantes	TOTAL
Concordo plenamente	9%	11%	20%	20%
Mais concordo do que discordo	32%	37%	27%	27%
Mais discordo do que concordo	33%	31%	30%	30%
Discordo plenamente	23%	17%	15%	15%
Não sei responder	2%	4%	8%	8%
Total	100%	100%	100%	100%

Fonte: Elaboração da autora (2015)

Tabela 16q – Eu evito debater questões internas e fazer críticas que exponham a UFT em qualquer espaço, como grupos abertos nas redes sociais digitais como o Facebook, porque entendo que esse tipo de atitude pode comprometer a imagem da Universidade.

Resultado por categoria	Professores	Técnicos-Administrativos	Estudantes	TOTAL
Concordo plenamente	43%	39%	29%	37%
Mais concordo do que discordo	35%	37%	32%	35%
Mais discordo do que concordo	11%	13%	19%	15%
Discordo plenamente	9%	5%	11%	9%
Não sei responder	2%	6%	8%	6%
Total	100%	100%	100%	100%

Fonte: Elaboração da autora (2015)

Tabela 16r – Na UFT, os veículos e canais institucionais e oficiais, como o Portal UFT, os perfis e páginas oficiais nas redes sociais digitais, o informativo Sou UFT ou o Jornal Presente, por exemplo, têm tanta ou mais credibilidade quanto a comunicação informal que circula na “rádio-corredor” ou em grupos não oficiais nas redes sociais.

Resultado por categoria	Professores	Técnicos-Administrativos	Estudantes	TOTAL
Concordo plenamente	16%	25%	26%	23%
Mais concordo do que discordo	36%	40%	34%	37%
Mais discordo do que concordo	19%	17%	17%	18%
Discordo plenamente	13%	12%	11%	12%
Não sei responder	15%	6%	12%	11%
Total	100%	100%	100%	100%

Fonte: Elaboração da autora (2015)

Tabela 16s – Quando falo com meus amigos sobre a UFT, costumo falar bem, e recomendo esta organização como um bom lugar para se estudar e trabalhar.

Resultado por categoria	Professores	Técnicos-Administrativos	Estudantes	TOTAL
Concordo plenamente	46%	37%	38%	40%
Mais concordo do que discordo	35%	47%	43%	42%
Mais discordo do que concordo	13%	10%	14%	13%
Discordo plenamente	4%	5%	4%	4%
Não sei responder	1%	2%	1%	1%
Total	100%	100%	100%	100%

Fonte: Elaboração da autora (2015)

Tabela 16t – Se eu tivesse uma oportunidade de trabalhar ou estudar em outra instituição, mesmo que a remuneração fosse superior à minha atual ou tivesse outras vantagens como acadêmico, deixar a UFT seria difícil para mim.

Resultado por categoria	Professores	Técnicos-Administrativos	Estudantes	TOTAL
Concordo plenamente	27%	19%	24%	23%
Mais concordo do que discordo	24%	24%	26%	24%
Mais discordo do que concordo	22%	18%	21%	20%
Discordo plenamente	23%	39%	21%	28%
Não sei responder	4%	1%	8%	4%
Total	100%	100%	100%	100%

Fonte: Elaboração da autora (2015)

Tabela 16u – Eu não penso com frequência em procurar outro trabalho ou tentar outro concurso (no caso dos servidores) ou mudar de Universidade (no caso dos alunos). Ao contrário, normalmente me imagino trabalhando ou estudando na UFT nos próximos anos.

Resultado por categoria	Professores	Técnicos-Administrativos	Estudantes	TOTAL
Concordo plenamente	35%	17%	29%	27%
Mais concordo do que discordo	30%	24%	31%	29%
Mais discordo do que concordo	14%	22%	15%	17%
Discordo plenamente	16%	35%	17%	23%
Não sei responder	4%	2%	8%	5%
Total	100%	100%	100%	100%

Fonte: Elaboração da autora (2015)

Tabela 16v – Antes mesmo de ingressar na UFT como aluno ou servidor eu tinha boas referências sobre esta instituição, e tinha conhecimento sobre vários cursos, programas e projetos desenvolvidos na Universidade em sua atuação social.

Resultado por categoria	Professores	Técnicos-Administrativos	Estudantes	TOTAL
Concordo plenamente	19%	25%	28%	24%
Mais concordo do que discordo	25%	35%	30%	30%
Mais discordo do que concordo	19%	25%	22%	22%
Discordo plenamente	26%	8%	14%	16%
Não sei responder	11%	6%	6%	7%
Total	100%	100%	100%	100%

Fonte: Elaboração da autora (2015)

Tabela 16w – Trabalhar e/ou estudar na UFT foi algo almejado e planejado por mim mais por uma opção pessoal que por conveniência ou falta de outras oportunidades.

Resultado por categoria	Professores	Técnicos-Administrativos	Estudantes	TOTAL
Concordo plenamente	34%	30%	34%	33%
Mais concordo do que discordo	33%	28%	30%	30%
Mais discordo do que concordo	12%	24%	19%	19%
Discordo plenamente	20%	16%	13%	16%
Não sei responder	1%	2%	5%	3%
Total	100%	100%	100%	100%

Fonte: Elaboração da autora (2015)

Tabela 16x – Quanto mais tempo trabalho ou estudo na UFT, mais me sinto motivado a permanecer nesta instituição.

Resultado por categoria	Professores	Técnicos-Administrativos	Estudantes	TOTAL
Concordo plenamente	21%	11%	24%	19%
Mais concordo do que discordo	43%	35%	35%	37%
Mais discordo do que concordo	18%	25%	24%	23%
Discordo plenamente	18%	27%	15%	20%
Não sei responder	1%	2%	2%	2%
Total	100%	100%	100%	100%

Fonte: Elaboração da autora (2015)

Tabela 16y – Quanto tomo decisões no trabalho ou avalio políticas e medidas adotadas na Universidade, procuro levar em conta os interesses da organização acima dos meus interesses pessoais, e me preocupo com o futuro da UFT.

Resultado por categoria	Professores	Técnicos-Administrativos	Estudantes	TOTAL
Concordo plenamente	46%	43%	33%	40%
Mais concordo do que discordo	41%	41%	35%	39%
Mais discordo do que concordo	5%	10%	17%	11%
Discordo plenamente	5%	4%	4%	4%
Não sei responder	3%	2%	11%	5%
Total	100%	100%	100%	100%

Fonte: Elaboração da autora (2015)

Tabela 16z – Eu me considero responsável por contribuir para estabelecer pontes entre a UFT e a sociedade. Por isso, faço o possível para colaborar com a transparência institucional e com a divulgação do conhecimento, seja apurando/fornecendo informações institucionais que fazem parte da minha alçada administrativa (enquanto servidor), participando de ações de extensão (enquanto aluno ou servidor), participando de eventos e/ou concedendo entrevistas à imprensa como fonte acadêmica na minha especialidade (enquanto professor/pesquisador), entre outras iniciativas.

Resultado por categoria	Professores	Técnicos-Administrativos	Estudantes	TOTAL
Concordo plenamente	62%	50%	42%	51%
Mais concordo do que discordo	29%	35%	39%	35%
Mais discordo do que concordo	4%	9%	11%	8%
Discordo plenamente	2%	3%	2%	2%
Não sei responder	3%	2%	6%	4%
Total	100%	100%	100%	100%

Fonte: Elaboração da autora (2015)

Tabela 16aa – Para se ter acesso a oportunidades de desenvolvimento humano, acadêmico ou profissional na UFT, os critérios costumam ser transparentes, e o mérito e o esforço pessoal são mais importantes que outros fatores como gênero, etnia, religião, renda ou indicações pessoais, popularmente chamadas de “QI” (“Quem Indica”).

Resultado por categoria	Professores	Técnicos-Administrativos	Estudantes	TOTAL
Concordo plenamente	23%	19%	27%	23%
Mais concordo do que discordo	35%	37%	29%	34%
Mais discordo do que concordo	22%	17%	18%	19%
Discordo plenamente	17%	24%	14%	18%
Não sei responder	3%	3%	12%	6%
Total	100%	100%	100%	100%

Fonte: Elaboração da autora (2015)

Tabela 17 – Tendência geral de respostas (média ponderada) por afirmativas	Não sei responder / Discordo plenamente (Valor = 0 / Média de 0 a 0,4)	Mais discordo do que concordo (Valor = 1 / Média de 0,5 e 1,4)	Mais concordo do que discordo (Valor = 2 / Média de 1,5 a 2,4)	Concordo plenament e (Valor = 3 / Média de 2,5 a 3)
3.1 Eu me identifico com a missão da UFT, percebo que a visão de futuro da Universidade tem uma direção paralela aos meus próprios anseios pessoais, e tenho valores compatíveis com esta organização.			2,0	
3.2 Eu me sinto valorizado e reconhecido pelas atividades que desempenho na UFT.			1,5	
3.3 Ter a imagem da UFT associada à identidade pessoal, acadêmica e/ou profissional é motivo de orgulho para alunos e servidores desta instituição, e um diferencial positivo que pesa a favor dos egressos desta Universidade tanto no meio acadêmico quanto no mercado de trabalho.			2,2	
3.4 As práticas organizacionais administrativas e pedagógicas que ocorrem na UFT são coerentes com a missão, a visão e os valores da Universidade, e fazem dela uma organização digna de credibilidade.			1,6	
3.5 Eu percebo que meu trabalho como servidor e/ou meu desempenho como aluno são importantes para a Universidade, e sei claramente quais são os resultados esperados de mim para contribuir com a realização da missão institucional da UFT.			2,2	
3.6 Eu faço a minha parte para me informar sobre a UFT e procuro me envolver tanto nos processos de avaliação e decisão da Universidade quanto em ações e eventos de integração que me aproximam da instituição e me possibilitam conhecer e ouvir outras pessoas da Universidade, mesmo que sejam de setores/cursos/câmpus diferentes do meu ou que tenham opiniões diferentes das minhas.			2,1	
3.7 A UFT é uma organização democrática e transparente, propícia para o diálogo, que possibilita a participação da comunidade universitária nos processos decisórios e procura ouvir e considerar diferentes opiniões antes que as decisões e mudanças que afetam a comunidade universitária e a sociedade em geral sejam sacramentadas. Assim, as pessoas “de dentro da organização” normalmente não são “as últimas a saber” nem são pegas de surpresa com notícias sobre o que acontece na Universidade.		1,3		
3.8 Eu acredito que o meu interesse e a minha participação na vida organizacional – em debates, no planejamento participativo, em avaliações institucionais etc – são tão ou mais importantes para a UFT quanto as atividades que tenho por obrigação realizar no dia a dia como servidor ou estudante, e por isso me sinto parcialmente responsável pelos êxitos e fracassos da Universidade como um todo.			1,8	
3.9 Eu me sinto motivado para trabalhar e estudar na UFT e estou disposto me esforçar ao máximo para contribuir com o êxito da Universidade.			2,0	
3.10 O clima organizacional é bom no ambiente administrativo e/ou acadêmico em que estou inserido na UFT, e eu cultivo relações saudáveis com as pessoas com quem convivo na Universidade, de modo que a comunicação costuma ser fluida, tem-se facilidade para lidar com conflitos e também para trabalhar em equipe.			1,8	
3.11 Eu confio nos meus superiores e/ou subordinados e não sinto grande resistência ao apresentar sugestões, debater ideias, receber ou dar feedbacks e negociar situações de conflito com pessoas de hierarquia diferente. (Pergunta exclusiva para SERVIDORES)			1,7	
3.12 Enquanto aluno, não encontro grandes barreiras para obter informações, debater questões, apresentar críticas e sugestões e resolver conflitos com professores, com a coordenação do meu curso ou outras instâncias administrativas da Universidade. (Pergunta exclusiva para ALUNOS)		1,4		
3.13 As reuniões na UFT costumam ser produtivas e dialógicas, e normalmente correspondem aos objetivos da pauta.		1,2		
3.14 Os <i>feedbacks</i> que recebo dos meus superiores na UFT e/ou de meus professores me ajudam a identificar pontos fracos e fortes na minha atuação profissional e/ou acadêmica, me motivam a melhorar e a desenvolver minhas potencialidades.			1,5	
3.15 Quando necessito de informações ou serviços na UFT, normalmente não enfrento grandes entraves burocráticos nem grandes dificuldades para saber a quem recorrer e ser atendido.			1,5	

3.16 Na UFT, o conhecimento científico e as inovações na área administrativa não ficam restritas aos departamentos ou salas de aula: fica-se sabendo sobre ações de ensino, pesquisa e extensão desenvolvidas nos diversos câmpus e vinculadas aos diferentes cursos e programas da UFT, bem como sobre ações e projetos administrativos realizados nos diversos setores da Universidade.			1,4	
3.17 Eu evito debater questões internas e fazer críticas que exponham a UFT em qualquer espaço, como grupos abertos nas redes sociais digitais como o Facebook, porque entendo que esse tipo de atitude pode comprometer a imagem da Universidade.				1,9
3.18 Na UFT, os veículos e canais institucionais e oficiais, como o Portal UFT, os perfis e páginas oficiais nas redes sociais digitais, o informativo Sou UFT ou o Jornal Presente, por exemplo, têm tanta ou mais credibilidade quanto a comunicação informal que circula na “rádio-corredor” ou em grupos não oficiais nas redes sociais.				1,6
3.19 Quando falo com meus amigos sobre a UFT, costumo falar bem, e recomendo esta organização como um bom lugar para se estudar e trabalhar.				2,2
3.20 Se eu tivesse uma oportunidade de trabalhar ou estudar em outra instituição, mesmo que a remuneração fosse superior à minha atual ou tivesse outras vantagens como acadêmico, deixar a UFT seria difícil para mim.			1,4	
3.21 Eu não penso com frequência em procurar outro trabalho ou tentar outro concurso (no caso dos servidores) ou mudar de Universidade (no caso dos alunos). Ao contrário, normalmente me imagino trabalhando ou estudando na UFT nos próximos anos.				1,6
3.22 Antes mesmo de ingressar na UFT como aluno ou servidor eu tinha boas referências sobre esta instituição, e tinha conhecimento sobre vários cursos, programas e projetos desenvolvidos na Universidade em sua atuação social.				1,6
3.23 Trabalhar e/ou estudar na UFT foi algo almejado e planejado por mim mais por uma opção pessoal que por conveniência ou falta de outras oportunidades.				1,8
3.24 Quanto mais tempo trabalho ou estudo na UFT, mais me sinto motivado a permanecer nesta instituição.				1,5
3.25 Quanto tomo decisões no trabalho ou avalio políticas e medidas adotadas na Universidade, procuro levar em conta os interesses da organização acima dos meus interesses pessoais, e me preocupo com o futuro da UFT.				2,1
3.26 Eu me considero responsável por contribuir para estabelecer pontes entre a UFT e a sociedade. Por isso, faço o possível para colaborar com a transparência institucional e com a divulgação do conhecimento, seja apurando/fornecendo informações institucionais que fazem parte da minha alçada administrativa (enquanto servidor), participando de ações de extensão (enquanto aluno ou servidor), participando de eventos e/ou concedendo entrevistas à imprensa como fonte acadêmica na minha especialidade (enquanto professor/pesquisador), entre outras iniciativas.				2,3
3.27 Para se ter acesso a oportunidades de desenvolvimento humano, acadêmico ou profissional na UFT, os critérios costumam ser transparentes, e o mérito e o esforço pessoal são mais importantes que outros fatores como gênero, etnia, religião, renda ou indicações pessoais, popularmente chamadas de “QI” (“Quem Indica”).				1,6

Fonte: Elaboração da autora (2015)

Tabela 18 – Se você pudesse mudar alguma coisa na comunicação da UFT, o que mudaria?

Questões técnicas, relacionadas a ferramentas, padrão, forma, procedimentos, burocracia e acessibilidade	64%
Questões comportamentais, de postura de gestão e de relacionamentos	30%
Outros	6%

Fonte: Elaboração da autora (2015)

Tabela 19 – A comunicação é algo inerente a qualquer pessoa, e todo mundo tem habilidades que desenvolve ao longo da vida. Qual a sua principal qualidade com relação à capacidade de se comunicar no ambiente administrativo ou acadêmico da UFT?

Falar	8%
Ouvir	6%
Escrever	5%
Ler	2%
Habilidades comportamentais relacionadas à compreensão (empatia, facilidade de relacionamento e diálogo)	25%
Habilidades comportamentais relacionadas à expressão (clareza, sinceridade, objetividade, poder de persuasão etc)	28%
Habilidades com o uso de ferramentas, procedimentos e tecnologias	6%
Engajamento, participação	9%
Outros	12%

Fonte: Elaboração da autora (2015)

Tabela 20 – E qual o seu principal ponto fraco na hora de se comunicar?

Falar	15%
Ouvir	1%
Escrever	2%
Ler	1%
Falta de habilidades comportamentais relacionadas à compreensão (empatia, facilidade de relacionamento e diálogo)	14%
Falta de habilidades comportamentais relacionadas à expressão (clareza, sinceridade, objetividade, poder de persuasão etc)	29%
Falta de habilidades com o uso de ferramentas, procedimentos e tecnologias	9%
Falta de engajamento, participação	4%
Outros	27%

Fonte: Elaboração da autora (2015)

Tabela 21 – No que se refere à comunicação na UFT, qual aspecto você considera que melhor funciona?

Questões técnicas, relacionadas a ferramentas, padrão, forma, procedimentos, burocracia e acessibilidade	79%
Questões comportamentais, de postura de gestão e de relacionamentos	8%
Outros	13%

Fonte: Elaboração da autora (2015)

Tabela 22 – Cite uma coisa que VOCÊ, na própria atividade que desempenha atualmente na Universidade como aluno ou servidor, poderia fazer para melhorar a realidade da comunicação na UFT.

Ideias relacionadas à expressão (falar, divulgar, criticar, opinar etc)	32%
Ideias relacionadas à compreensão (ouvir, procurar informações, perguntar etc)	6%
Adoção de procedimentos específicos (ex.: fazer relatórios, registrar determinados procedimentos etc)	16%
Adoção de postura mais pró-ativa e participativa, maior presença e envolvimento nos assuntos da UFT	31%
Outros	16%

Fonte: Elaboração da autora (2015)

REFERÊNCIAS

Parte I:

COMISSÃO PERMANENTE DE SELEÇÃO (CPA/UFT). **Dados coletados por meio do questionário Fala Aí para o Relatório de Avaliação Institucional 2013**. Anexo de mensagem recebida por <bianca@uft.edu.br>, enviada pela presidente da CPA e Diretora de Avaliação da UFT, Michelle Duarte, do endereço de origem <msduarte@uft.edu.br>, em 22 set. 2014.

Parte II:

RIBEIRO, Bianca Zanella. Compilação de dados para um diagnóstico da comunicação na UFT (pesquisa de opinião aplicada no primeiro semestre de 2015). *In*: RIBEIRO, Bianca Zanella. **Planejamento e avaliação da comunicação organizacional em universidade pública**: uma proposta para a UFT. Dissertação (Mestrado) - Curso de Mestrado Profissional em Gestão de Políticas Públicas (Gespol), Universidade Federal do Tocantins, Palmas, 2015.