



**UESCOOP**

COOPERATIVA DE CRÉDITO DE SERVIDORES DA UESC Ltda. – UESCOOP

# Política de Comunicação

## UESCOOP

Conselho de Administração – CONAD  
2016 - 2019



**COOPERATIVA DE CRÉDITO DE SERVIDORES DA UESC Ltda. – UESCOOP**

## Índice

### **PARTE I – FUNDAMENTOS DA COMUNICAÇÃO**

1. Missão
2. Valores
3. Objetivos
4. Diretrizes
5. Públicos

### **PARTE II – COMPORTAMENTO E PRINCÍPIOS BÁSICOS**

1. Comportamento dos líderes
2. Gestão da marca
3. Posicionamentos
4. Participação em eventos
5. Fontes e temas associados
6. Website
7. Redes Sociais



**COOPERATIVA DE CRÉDITO DE SERVIDORES DA UESC Ltda. – UESCOOP**

## **PARTE I - FUNDAMENTOS DA COMUNICAÇÃO**

### **1. MISSÃO**

Estabelecer e ampliar canais de comunicação da UESCOOP com seu público, fortalecendo o diálogo e contribuindo para a concretização dos valores do cooperativismo: Ajuda mútua, esforço próprio, responsabilidade, democracia, tomada de decisões coletivas pelos cooperados, igualdade, equidade e a solidariedade.

### **2. VALORES**

- Transparência
- Credibilidade
- Estratégia
- Proatividade
- Inclusão

### **3. OBJETIVOS**

- Promover e ampliar o diálogo e o relacionamento da UESCOOP com seus públicos estratégicos;
- dar maior visibilidade às metodologias e conteúdo específicos que a UESCOOP produz, tornando-os mais acessíveis para um público mais amplo;
- aprofundar o conhecimento e ampliar o alcance das informações sobre responsabilidade social da UESCOOP e sustentabilidade;
- ampliar parcerias com os veículos de comunicação e fortalecer as já existentes; e
- trabalhar de forma integrada para potencializar os resultados da comunicação.

### **4. DIRETRIZES**

#### **- Fortalecimento da marca UESCOOP**

É de responsabilidade da Área de Comunicação fortalecer e preservar a credibilidade da marca UESCOOP, garantindo que a organização se apresente ao público alvo e à sociedade de maneira não fragmentada e alinhada aos seus valores, o que depende da adoção de uma estratégia de marca e de um programa de identidade visual e verbal consistente.

É fundamental a conscientização da equipe interna a respeito da importância da marca como patrimônio da UESCOOP.

#### **- Unidade do discurso**

A comunicação da UESCOOP deve pautar-se pela busca da unidade, de modo que o discurso institucional se apresente íntegro e coerente, favorecendo uma leitura única pelos distintos públicos de interesse.



## **COOPERATIVA DE CRÉDITO DE SERVIDORES DA UESC Ltda. – UESCOOP**

### **- Qualificação da informação**

A Área de Comunicação deve garantir que o tratamento dado às informações divulgadas e o nível de complexidade do discurso se adaptem ao universo do público a ser atingido. Também deverá ser adotado o melhor formato, bem como a linguagem e a abordagem mais adequadas aos conteúdos.

### **- Clareza e precisão da informação**

A comunicação da UESCOOP deve estar comprometida em fornecer informações assertivas e precisas aos seus públicos, de forma clara e inspiradora. Os textos devem ter uma linguagem mais leve, pois, mesmo tratando de temas sérios, precisam ser de fácil entendimento.

## **5. PÚBLICOS**

Professores, Analistas, Técnicos universitários e Comissionados.

## **PARTE II – COMPORTAMENTO E PRINCÍPIOS BÁSICOS**

### **1. COMPORTAMENTO DOS LÍDERES**

#### **Cabe ao corpo executivo (presidência e diretoria):**

- Garantir e estimular a livre circulação de informações, respeitando princípios éticos e de não discriminação, de modo que todos os cooperantes estejam devidamente informados sobre o que ocorre na UESCOOP e estimulá-los a contribuir com a inovação;
- garantir que os cooperantes tenham abertura para trazer suas opiniões em fóruns e reuniões;
- garantir a confidencialidade das informações exclusivas aos fóruns deliberativos da UESCOOP;
- garantir que as decisões tomadas, em reuniões executivas, sejam compartilhadas com a equipe; e
- dar o exemplo de uma comunicação que observe o respeito entre as pessoas e em relação ao espaço que elas ocupem.

### **2. GESTÃO DA MARCA**

A marca é um dos ativos mais valiosos da UESCOOP e é papel da Área de Comunicação trabalhar pela preservação de sua credibilidade.

#### **Cabe à Área de Comunicação:**

- Desenvolver uma estratégia para o uso e aplicação da marca e de sua identidade visual e verbal em todos os materiais de comunicação, sejam eles institucionais ou de projetos;



**UESCOOP**

**COOPERATIVA DE CRÉDITO DE SERVIDORES DA UESC Ltda. – UESCOOP**

- orientar, avaliar e aprovar a aplicação da marca da UESCOOP, em peças de comunicação, sejam elas produzidas internamente ou por organizações parceiras;
- definir uma estratégia de arquitetura de marca monolítica, com o objetivo de tornar clara a percepção da atuação da UESCOOP, por todos os públicos estratégicos, fortalecendo essa marca e aportando sinergias para a organização. Por essa razão, não deverão ser criadas novas marcas ou submarcas para projetos, ferramentas ou eventos da organização; e
- orientar, avaliar e aprovar a criação de novas marcas ou submarcas, quando estritamente necessário, como, por exemplo, no caso de projetos independentes e de gestão compartilhada com outras organizações.

As instituições parceiras à UESCOOP só poderão utilizar a marca da UESCOOP após solicitar a aprovação prévia da Área de Comunicação.

A aplicação da marca, em peças de comunicação de eventos apoiados pela UESCOOP, deverá ser submetida à aprovação da Área de Comunicação.

Instituições não parceiras não poderão utilizar a marca da UESCOOP, em seus materiais de comunicação, a menos que se estabeleça uma parceria, como no caso de eventos e publicações, e sempre com aprovação prévia.

### **3. POSICIONAMENTOS**

Os posicionamentos públicos da UESCOOP são uma estratégia da organização para atuar na conjuntura da UESC. Assim:

- A iniciativa de um posicionamento poderá vir de diferentes áreas da UESCOOP, mas sua aprovação deve envolver o Conselho de Administração (CONAD), quanto ao conteúdo e as possíveis implicações institucionais;
- a aprovação e emissão do posicionamento serão feitos somente pela Diretoria.
- aprovado o posicionamento, cabe à Área de Comunicação divulgá-lo para os públicos relacionados; e
- todos os posicionamentos e declarações oficiais, inclusive aqueles gerados pelos grupos de trabalhos, devem passar pelo processo de aprovação da UESCOOP.

### **4. PARTICIPAÇÃO EM EVENTOS**

Anualmente, a UESCOOP realizará uma série de eventos em sua sede ou em espaços devidamente alocados. Entre esses eventos estão reuniões de grupos de trabalho, lançamentos de programas e de publicações, fóruns e oficinas.

- Para evitar datas coincidentes e para que todos possam contar com o apoio ou a produção do Núcleo de Eventos, foi instituída a Agenda Institucional UESCOOP. As áreas ou projetos que vão realizar um evento devem inseri-lo nessa agenda, que estará disponível nas pastas públicas;
- os eventos da UESCOOP, devem ser realizados, prioritariamente, em locais gratuitos; e

- na realização dos eventos produzidos pela UESCOOP, deve-se dar prioridade ao emprego de materiais recicláveis e evitar desperdício, garantindo, entretanto, um padrão estético compatível com a marca UESCOOP e com seu público.

## **5. FONTES E TEMAS ASSOCIADOS**

Fontes são portadores de informação. Podem ser pessoas, documentos ou materiais audiovisuais. Para serem confiáveis, as fontes precisam ser transparentes quanto à origem e ao conteúdo divulgado. A UESCOOP é uma fonte de informação para seus públicos de interesse. Por isso, precisa identificar os porta vozes ou documentos mais adequados a cada tema trabalhado pela entidade.

- São porta-vozes da UESCOOP: a Diretoria Executiva, as Gerências e as Coordenações, cada um em sua especialidade;
- cabe a Diretoria Executiva abordar os temas estratégicos;
- quem fala em nome da UESCOOP não deve emitir opinião pessoal sobre os assuntos relativos à entidade;
- opiniões e posicionamentos pessoais, especialmente os de natureza política, que não reflitam as posições oficiais da Cooperativa não devem ser divulgados pelo e-mail da UESCOOP; e
- os empregados da UESCOOP não estão autorizados a representá-la, nem emitir opinião em eventos, entrevistas ou matérias jornalísticas que não sejam relacionados com o seu trabalho na UESCOOP, a menos que previamente autorizados.

## **6. WEBSITE**

O principal veículo de comunicação da UESCOOP, na internet, é o seu portal. Nele são divulgados os eventos, as ações e o conhecimento gerado pela Cooperativa, por meio de matérias jornalísticas, notas, fotos, apresentações, vídeos e programas radiofônicos.

### **Cabe à Área de Comunicação:**

- Selecionar, produzir ou editar o material que será divulgado no site, sendo de sua responsabilidade a aprovação, quando necessária, com os autores e fontes de informação.

A UESCOOP abrirá espaço, em seu site, para pontos de vista contraditórios e para direito de resposta.

Cabe aos responsáveis pela coordenação dos conteúdos dos eventos realizados pela UESCOOP ou em parceria solicitar a autorização de uso de apresentações, som e imagem dos palestrantes, para que possam ser divulgados no site.

A divulgação das iniciativas da UESCOOP será feita, preferencialmente, por meio do seu portal.

## **7. REDES SOCIAIS E DEMAIS PLATAFORMAS DE COLABORAÇÃO**

As mídias sociais introduziram mudanças substanciais e permanentes na forma como as organizações, comunidades e indivíduos se comunicam. A produção de conteúdo é descentralizada e sem controle editorial unificado. É a produção de muitos para muitos. Não é apenas um meio de



## **COOPERATIVA DE CRÉDITO DE SERVIDORES DA UESC Ltda. – UESCOOP**

comunicação, mas um meio de interação entre pessoas que criam, compartilham, trocam e comentam informações. A UESCOOP está presente em redes sociais porque está disposto a se relacionar.

- A participação da UESCOOP, nas redes sociais, deve estar alinhada à sua missão, que é mobilizar, sensibilizar e ajudar os servidores da UESC de forma socialmente responsável;
- o relacionamento com os públicos nas redes sociais deve ser pautado pelo diálogo e pela colaboração, e não apenas pela divulgação de conteúdos;
- a gestão do uso das redes sociais será de responsabilidade da Área de Comunicação, que deverá indicar quais empregados terão permissão para administrar os perfis institucionais; e
- a UESCOOP não tolera nenhuma forma de opinião com conteúdos discriminatórios em relação a raça, cor, sexo, orientação sexual, qualquer tipo de deficiência, classe ou idade, pautando-se por esse critério para sua presença nas redes sociais.

### **8. CONTROLE DE ATUALIZAÇÕES DA POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO**

Criação: 26/09/2019 – Ata Conselho de Administração: 06/2019.

#### **COMITÊ DE COMUNICAÇÃO E MARKETING**

Álvaro Coelho Barbosa Alencar  
Cristiano Caetano da Silva  
Fábio dos Santos Sena  
Marcos Antonio Maurício da Costa

#### **CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO DA UESCOOP**

José Montival de Alencar Júnior (Presidente - CONAD)  
Lino Arnulfo Vieira Cintra (Presidente da DIREX)  
Edilomar Evangelista dos Santos (Diretor Financeiro - DIREX)  
Luiz Henrique Farias dos Santos (Diretor Administrativo - DIREX)  
Reinaldo da Silva Gramacho  
Janete Gomes Vinagre  
Cristovaldo Caetano da Silva  
Marcos Antonio Maurício da Costa