

UFRB
UNIVERSIDADE FEDERAL DO RECÔNCAVO DA BAHIA

GABINETE DA REITORIA

ASCOM
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO

**Relatório de Gestão do Exercício
2011**

**Cruz das Almas – BA
2011**

UFRB
UNIVERSIDADE FEDERAL DO RECÔNCAVO DA BAHIA

GABINETE DA REITORIA

ASCOM
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO

**Relatório de Gestão do Exercício
2011**

ASCOM
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO

SUMÁRIO

1.	IDENTIFICAÇÃO	4
1.1.	IDENTIFICAÇÃO DA UNIDADE	4
1.2.	ORGANOGRAMA	4
2.	OBJETIVOS E METAS INSTITUCIONAIS	5
2.1.	RESPONSABILIDADES INSTITUCIONAIS	5
2.2.	PORTFOLIO DE SERVIÇOS	6
2.3.	ESTRATÉGIA DE ATUAÇÃO	9
2.4.	GESTÃO DE ATIVIDADES E PROJETOS	11
3.	INFORMAÇÕES SOBRE RECURSOS HUMANOS	15
4.	INDICADORES DE DESEMPENHO	16

LISTAS DE SIGLAS

ASCOM – Assessoria de Comunicação

ASSEPE – Assessoria Especial para Projetos Estratégicos

AVA – Ambiente Virtual de Aprendizagem

CCAAB – Centro de Ciências Agrárias, Ambientais e Biológicas

CETEC – Centro de Ciências Exatas e Tecnológicas

CPA – Comissão Própria de Avaliação

JEUB – Jornada de Extensão Universitária

PROEXT – Pró-Reitoria de Extensão

PROPAAE – Pró-Reitoria de Políticas Afirmativas e Assuntos Estudantis

UFRB – universidade Federal do Recôncavo da Bahia

LISTAS DE TABELAS

Tabela 1 – Produção de vídeos, áudios e fotos sobre a UFRB e suas atividades

Tabela 2 – Estatísticas do Portal UFRB (ufrb.edu.br/portal)

Tabela 3 – Estatísticas da Agência de Notícias (ufrb.edu.br/agencia)

Tabela 4 – UFRB na Mídia

Tabela 5 – Criação e Administração de Sites

Tabela 6 – Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA)

Tabela 7 – Releases

Tabela 8 – Organização e Cobertura de Eventos

Tabela 9 – Entrevistas

Tabela 10 – Visitas Sociais

Tabela 11 – Atendimento à Imprensa

Tabela 12 – E-mails Informativos

Tabela 13 – Mural da ASCOM

Tabela 14 – Criação e Editoração de Material Gráfico

Tabela 15 – Redes Sociais e Newsletter

Tabela 16 – Indicadores de Desempenho

LISTAS DE FIGURAS

Figura 1 – Cartaz do Seminário Os Significados da Educação entre Duas Gerações:
Raça, Desigualdades e Expectativas

Figura 2 – Marca do grupo de pesquisa Guaea

Figura 3 – Certificado AAI

1. IDENTIFICAÇÃO

1.1. IDENTIFICAÇÃO DA UNIDADE

Denominação completa: Assessoria de Comunicação

Denominação abreviada: ASCOM

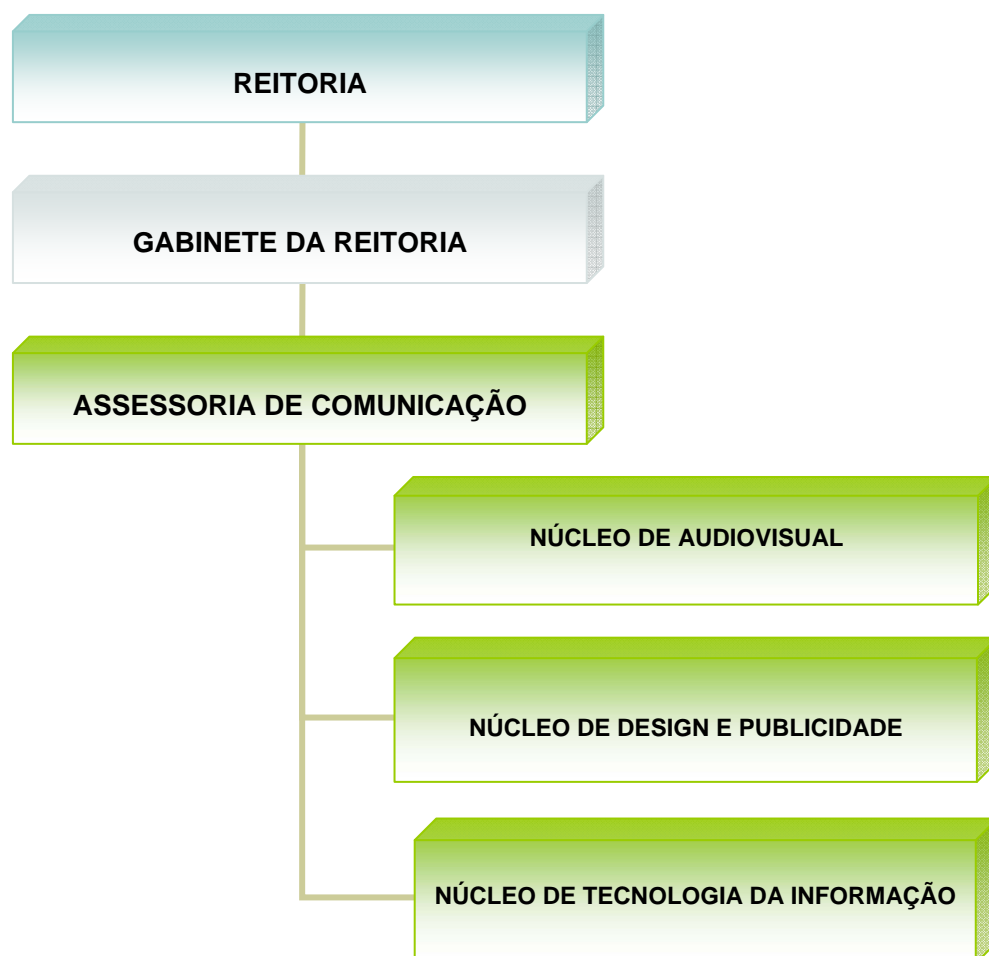
Telefones/Fax de contato: (75) 3621-4015

Endereço Eletrônico: gabi.asscom@ufrb.edu.br

Página na Internet: ufrb.edu.br/ascom

Endereço Postal: Rua Rui Barbosa, 710, Centro – Cruz das Almas/BA – 44.380-000

1.2. ORGANOGRAMA



2. OBJETIVOS E METAS INSTITUCIONAIS

2.1. RESPONSABILIDADES INSTITUCIONAIS

A Assessoria de Comunicação (ASCOM) é o órgão de apoio e assessoramento da Reitoria nas áreas de Imprensa, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas, Internet e Produção Audiovisual.

A ASCOM da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (UFRB) é responsável pela coordenação da política de comunicação da Universidade, para os públicos interno e externo, em todas as etapas: planejamento e definição de estratégia das ações, execução, e atividades de monitoramento e avaliação.

Coordena as atividades de divulgação dos assuntos da Universidade para a comunidade acadêmica e também para os meios de comunicação de alcance local e nacional, incluindo jornais, revistas, rádios, emissoras de televisão e a mídia especializada da Internet, além do atendimento à imprensa em geral.

A ASCOM tem sua atuação orientada pelos seguintes princípios de ação:

- Criar e manter o plano de comunicação;
- Colaborar para a compreensão da sociedade do papel da organização;
- Estabelecer uma imagem comprometida com os seus públicos;
- Criar canais de comunicação internos e externos que divulguem os valores da organização e suas atividades;
- Detectar o que numa organização é de interesse público e o que pode ser aproveitado como material jornalístico;
- Desenvolver relação de confiança com os veículos de comunicação;
- Avaliar a atuação da equipe de comunicação, visando alcance de resultados positivos;

- Criar instrumentos que permitam mensurar os resultados das ações desenvolvidas, tanto junto à imprensa como aos demais públicos;
- Preparar as fontes de imprensa das organizações para que atendam às demandas da equipe de comunicação de forma eficiente e ágil;
- Conduzir e acompanhar a produção de material gráfico a ser utilizado para divulgação de atividades.

2.2. PORTFOLIO DE SERVIÇOS

Para cumprir as responsabilidades institucionais, a Assessoria de Comunicação desenvolve os seguintes serviços:

- Produção de vídeos, áudios e fotos

A ASCOM coordena a produção de vídeos institucionais, áudios (reportagens) e fotografias para divulgação interna e externa.

- Portal

A ASCOM é responsável pelo gerenciamento do Portal UFRB, que engloba informações sobre as atividades e o desempenho da Universidade nas áreas de ensino, pesquisa e extensão.

- Agência de Notícias

A Agência de Notícias da UFRB, ligada à Assessoria de Comunicação da Universidade, divulga aos diversos meios de comunicação e à comunidade acadêmica as notícias relativas a eventos, pesquisas, cursos, congressos, serviços e atividades de extensão oferecidas pela Universidade, além de informações relativas à gestão universitária.

- UFRB na Mídia

A ASCOM produz diariamente o clipping de notícias publicadas diariamente em sites noticiosos sobre a UFRB e assuntos correlatos. A seção UFRB na Mídia divulga os principais destaques do dia.

- Guia de Fontes

O Guia de Fontes é um instrumento de comunicação organizado especialmente para atender àqueles que buscam informações sobre as fontes e áreas de conhecimento do corpo funcional da UFRB.

- Banco de Imagens

O Banco de Imagens disponibiliza um acervo fotográfico da Universidade para consulta pública.

- Publica UFRB

O objetivo do Publica UFRB é expandir a base de publicações eletrônicas e facilitar o acesso da comunidade à produção científica da UFRB.

- Criação e Administração de Sites

A ASCOM oferece o serviço de criação e administração de sites.

- Ambiente Virtual de Aprendizagem (Moodle)

Gerenciamento do Ambiente Virtual de Aprendizagem da UFRB e treinamento dos professores para correta utilização.

- Releases

Redação e distribuição de notícias da UFRB a veículos de comunicação social, além de sugestão de pautas.

- Organização e Cobertura de Eventos

A ASCOM participa da organização e realiza a cobertura jornalística e audiovisual dos eventos promovidos pela Universidade.

- Entrevistas

A ASCOM organiza a agenda de entrevistas com os gestores e comunidade acadêmica.

- Visitas Sociais

Organização da programação social de visitas oficiais à UFRB.

- Atendimento à Imprensa

Atendimento a profissionais de comunicação social que buscam informações sobre a UFRB.

- E-mails Informativos

Envio de e-mails, mediante solicitação, à comunidade acadêmica acerca de informações que possuam vínculo institucional com a UFRB.

- Mural da ASCOM

Controle do mural de cartazes da ASCOM no Prédio Central.

- Criação e Editoração de Material Gráfico

Elaboração de material informativo destinado aos veículos de comunicação e/ou à divulgação institucional.

2.3. ESTRATÉGIA DE ATUAÇÃO

Para o ano de 2011, as seguintes ações foram planejadas pela ASCOM:

- Administração de Serviços Gráficos

A Assessoria de Comunicação é o setor responsável pelo planejamento e administração dos serviços gráficos da Universidade. Iniciamos o período de coleta de demandas para o ano de 2011 no mês de janeiro e finalizamos no início de março. Realizamos a composição da solicitação de compras e enviamos para as devidas providências. Em julho, o Pregão para aquisição dos serviços gráficos foi realizado, e, a partir daí, pudemos começar a oferecer o serviço, mas a empresa contratada não cumpriu o acordado. O não cumprimento do contrato prejudicou a realização do serviço durante todo o exercício.

- Entrega dos Kits do Reencôncavo

Todos os anos, com a chegada dos novos estudantes, a UFRB realiza o Reencôncavo, que é a recepção aos calouros. No evento, é realizada a entrega um

kit de boas vindas. O Reencôncavo é organizado pelos Centros de Ensino e tem apoio da ASCOM para produção dos kits. No ano de 2011, a ASCOM iniciou o processo de solicitação de compras no mês de janeiro, pois as aulas iniciariam em março (dia 14). Foi solicitada a compra de squeezes, canetas e pastas, além da confecção de um informativo “Eu Sou UFRB” para compor o kit que seria entregue aos estudantes. Os kits foram entregues no dia 11/04/2011. Apesar do atraso, não houve prejuízo para o evento.

- Divulgação e cobertura jornalística e audiovisual do Reencôncavo

A divulgação e cobertura jornalística e audiovisual do Reencôncavo foi insuficiente. A ASCOM produziu apenas duas notícias e 23 fotos no ano de 2011, além de atualizar o site do evento. O maior motivador para a falha na ação foi a falta de profissionais disponíveis para realizar os trabalhos.

- Divulgação e cobertura jornalística e audiovisual do Fórum de Pró-Igualdade Racial e Inclusão Social do Recôncavo

Para o Fórum 20 de Novembro, foram realizadas diversas atividades de divulgação e cobertura. A ASCOM desenvolveu um site que agrupou todas as informações sobre o evento (ufrb.edu.br/forum), além de manter um histórico desde sua primeira edição. Notícias foram veiculadas na Agência de Notícias e releases foram enviados à imprensa. Desenvolvemos também o material gráfico de divulgação para o evento: folders, cartazes, certificados e faixas.

- Divulgação e cobertura jornalística e audiovisual da I Reunião Anual de Ciência, Tecnologia, Inovação e Cultura no Recôncavo da Bahia (RECITEC)

A RECITEC foi o maior evento produzido durante o ano de 2011 na UFRB. Com a parceria de diversas instituições, o evento foi considerado um sucesso. A ASCOM atuou junto à Comissão de Comunicação, desenvolvendo ações de divulgação, cobertura jornalística e audiovisual e produção de material gráfico. A Assessoria organizou o concurso para a escolha do cartaz, que teve a participação de 70 inscritos. Desenvolvemos o site do evento (ufrb.edu.br/recitec) que teve mais de 48

mil acessos. Foram feitas 509 fotos, 48 notícias e 2 horas de filmagens. Todo conteúdo produzido foi veiculado no site e enviado para os meios de comunicação como release.

- Divulgação do Processo Seletivo

O Processo Seletivo (Prosel) da UFRB é feito através do SISU (Sistema de Seleção Unificada). No ano de 2011, a ASCOM realizou a divulgação do Prosel de forma efetiva no Portal, no site do Prosel e no Dicas Enem, além de massiva divulgação nas redes sociais e envio de releases para a imprensa.

2.4. GESTÃO DE ATIVIDADES E PROJETOS

Para o ano de 2011, a maioria dos serviços de responsabilidade da Assessoria de Comunicação foi realizada de forma satisfatória. A seguir, listamos alguns dados com os serviços executados durante o ano de 2011.

Tipo	Quantidade
Vídeos	2
Fotos	4.555

Tabela 1 – Produção de vídeos, áudios e fotos sobre a UFRB e suas atividades

Tipo	Quantidade
Visitas	1.077.094
Número absoluto de visitantes únicos	300.527
Visualizações de página	1.879.357
Páginas/visita	1,74
Tempo médio no site	00:03:13
Novas Visitas	26,91%

Tabela 2 – Estatísticas do Portal UFRB (ufrb.edu.br/portal)

Tipo	Quantidade
Visitas	338.418
Número absoluto de visitantes únicos	115.819
Visualizações de página	765.880
Páginas/visita	2,26
Tempo médio no site	00:02:22
Novas Visitas	33,21%

Notícias Veiculadas	479
---------------------	-----

Tabela 3 – Estatísticas da Agência de Notícias (ufrb.edu.br/agencia)

Tipo	Quantidade
Clipping Internet	86

Tabela 4 – UFRB na Mídia

Tipo	Quantidade
Sites Criados	60

Tabela 5 – Criação e Administração de Sites

Tipo	Quantidade
Usuários	6.068
Disciplinas Ofertadas	437

Tabela 6 – Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA)

Tipo	Quantidade
Releases Enviados	35

Tabela 7 – Releases

Tipo	Quantidade
Eventos Organizados	4
Eventos Cobertos	16

Tabela 8 – Organização e Cobertura de Eventos

Tipo	Quantidade
Entrevistas	26

Tabela 9 – Entrevistas

Tipo	Quantidade
Visitas	2

Tabela 10 – Visitas Sociais

Tipo	Quantidade
Atendimentos	25

Tabela 11 – Atendimento à Imprensa

Tipo	Quantidade
E-mails Enviados	23

Tabela 12 – E-mails Informativos

Tipo	Quantidade
Cartazes Veiculados	41
Informativos Veiculados	6

Tabela 13 – Mural da ASCOM

Tipo	Quantidade
Cartaz	36
Banner	58
Folder	15
Livreto	6
Marca	21
Ilustração	2
Camisa	2
Outros	47

Tabela 14 – Criação e Editoração de Material Gráfico



Figura 1 - Cartaz do Seminário Os Significados da Educação entre Duas Gerações: Raça, Desigualdades e Expectativas



Figura 2 - Marca do grupo de pesquisa Guaea



Figura 3 - Certificado AAI

Tipo	Quantidade
Assinantes Newsletter	1559
Facebook – Curtir	1252
Twitter – Seguidores	2916

Tabela 15 – Redes Sociais e Newsletter

Diversas outras atividades foram realizadas durante o exercício:

- Confecção do CD de trabalhos da II Jornada de Extensão Universitária da Bahia (JEUB) para a Pró-Reitoria de Extensão (PROEXT);
- Confecção do CD de vídeos do Projeto Volta a Terra para a Assessoria Especial para Projetos Estratégicos (ASSEPE);
- Desenvolvimento do sistema de coleta de dados da Comissão Própria de Avaliação (CPA) para a Semana de Autoavaliação Institucional;
- Desenvolvimento do sistema de inscrição do Programa de Permanência Qualificada da Pró-Reitoria de Políticas Afirmativas e Assuntos Estudantis (PROPAAE);
- Desenvolvimento dos sistemas de pré-matrícula do Centro de Ciências Exatas e Tecnológicas (CETEC) e do Centro de Ciências Agrárias, Ambientais e Biológicas (CCAAB);
- Organização e realização do Festival Latinoamericano de Instalação de Software Livre (ufrb.edu.br/flisol).

3. INFORMAÇÕES SOBRE RECURSOS HUMANOS

A equipe da Assessoria de Comunicação é composta por cinco servidores técnico-administrativos:

César Velame de Carvalho

Cargo: Administrador

Função: Coordenador da Assessoria de Comunicação

Fernanda Gonçalves Caldas

Cargo: Jornalista

Fernanda Simões Braga Araújo

Cargo: Jornalista

Josemary Pereira Santana

Cargo: Assistente em Administração

Renata Machado Gomes

Cargo: Programadora Visual

Função: Chefe do Núcleo de Design e Propaganda

Durante o exercício de 2011, a ASCOM teve alteração no quadro de pessoal por duas vezes. Em junho, o setor recebeu as colaboradoras Jornalistas, Fernanda Gonçalves Caldas e Fernanda Simões Braga Araújo. Em novembro, a Assistente em Administração, Ádyla Ramos da Silva Lima, foi transferida para a Pró-Reitoria de Planejamento, a pedido. A coordenação entendeu que a transferência era válida, iria beneficiar a PROPLAN e não traria ônus para a Assessoria.

A chegada das Jornalistas fortaleceu o setor, pois foi possível gerar informações com qualidade nos meios de comunicação. Foi possível também ampliar o atendimento de pautas demandadas durante o segundo semestre de 2011. A falta

de profissionais Jornalistas na ASCOM era um grande problema que foi mostrado em relatórios anteriores.

No entanto, apesar da chegada de mais pessoas, o setor ainda necessita de mais servidores para atender as diversas demandas da comunidade acadêmica. Para cumprir todas as atividades e disponibilizar mais serviços, a Assessoria necessita de profissionais de Audiovisual, Design, Jornalismo e Relações Públicas.

4. INDICADORES DE DESEMPENHO

A criação de indicadores de desempenho para a área de comunicação é uma tarefa complicada, pois os resultados, em muitas vezes, são intangíveis. No entanto, podemos identificar vários indicadores de desempenho tangíveis quando olhamos para o portfólio de serviços da Assessoria. Abaixo, descrevemos os indicadores de desempenho da ASCOM:

Indicador	Meta	Realizado
Visitas do Portal	Aumentar o número de visitas no Portal	Aumento de 9% em relação a 2010
Visitas da Agência de Notícias	Aumentar o número de visitas na Agência de Notícias	Aumento de 341% em relação a 2010
Quantidade de Materiais Audiovisuais	Aumentar o número de materiais audiovisuais	Aumento de 260% em relação a 2010
Quantidade de Clipping	Aumentar o número de clippings	Aumento de 138% em relação a 2010
Quantidade de Usuários do AVA	Aumentar o número de usuários no AVA	Aumento de 79% em relação a 2010
Quantidade de Releases Enviados	Aumentar o número de releases enviados à imprensa	Redução de 37,5% em relação a 2010
Quantidade de Eventos	Aumentar o número de	Aumento de 400% em

Organizados	eventos organizados	relação a 2010
Quantidade de Eventos Cobertos	Aumentar o número de eventos cobertos	Redução de 194% em relação a 2010
Quantidade de Visitas Sociais	Aumentar o número de visitas sociais	Aumento de 100% em relação a 2010
Quantidade de Atendimentos à Imprensa	Aumentar o número de atendimentos realizados à imprensa	Aumento de 25% em relação a 2010.

Tabela 16 – Indicadores de Desempenho