

UFRB
UNIVERSIDADE FEDERAL DO RECÔNCAVO DA BAHIA

GABINETE DA REITORIA

ASCOM
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO

**Relatório de Gestão Setorial do Exercício
2015**

**Cruz das Almas – BA
2016**

UFRB
UNIVERSIDADE FEDERAL DO RECÔNCAVO DA BAHIA

GABINETE DA REITORIA

ASCOM
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO

**Relatório de Gestão Setorial do Exercício
2015**

ASCOM
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO

**Cruz das Almas – BA
2016**

SUMÁRIO

1.	IDENTIFICAÇÃO E ATRIBUTOS DAS UNIDADES	4
1.1.	Identificação da Unidade	4
1.2.	Finalidade e Competências Institucionais da Unidade	4
1.3.	Organograma Funcional	5
1.4.	Macroprocessos Finalísticos	6
2.	PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO, PLANO DE METAS E AÇÕES	6
2.1.	Planejamento da Unidade Jurisdicionada	6
	A ASCOM identifica como principais parceiros no desenvolvimento de suas atividades:	8
2.2.	Informações sobre outros resultados gerados pela gestão	9
2.3.	Identificação dos resultados dos indicadores	15

LISTAS DE SIGLAS

ASCOM – Assessoria de Comunicação
PROGEP – Pró-Reitoria de Gestão de Pessoal
PROPLAN – Pró-Reitoria de Planejamento
UFRB – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia

LISTAS DE TABELAS

Tabela 1 – Estatísticas do Portal UFRB (ufrb.edu.br/portal) em 2015
Tabela 2 – Estatísticas da Agência de Notícias (ufrb.edu.br/agencia) em 2015
Tabela 3 – Desenvolvimento de sites e atendimentos em 2015
Tabela 4 – Administração do conteúdo de sites em 2015
Tabela 5 – Monitoramento e campanhas nas redes sociais em 2015
Tabela 6 – Clipping em 2015
Tabela 7 – Menções por tipo de mídia em 2015
Tabela 8 – Relações com a imprensa em 2015
Tabela 9 – Produção de vídeos, áudios e fotos em 2015
Tabela 10 – Coberturas fotográfica e audiovisual em 2015
Tabela 11 – Organização de eventos em 2015
Tabela 12 – Visitas sociais em 2015
Tabela 13 – Emails informativos em 2015
Tabela 14 – Respostas ao Fale Conosco em 2015
Tabela 15 – Criação gráfica em 2015
Tabela 16 – Estatísticas da criação gráfica em 2015
Tabela 17 – Impressão de material gráfico em 2015

LISTA DE QUADROS

Quadro A.1 – Identificação da UJ – Relatório de Gestão Individual
Quadro A.2 – Informações sobre Áreas ou Subunidades Estratégicas
Quadro A.3 – Macroprocessos Finalísticos

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Organograma da ASCOM
Figura 2 – Layout atual da sala da ASCOM
Figura 3 – Templates para o Facebook
Figura 4 – Capas das edições do Informativo UFRB em 2015
Figura 5 – Alguns trabalhos realizados pelo Núcleo de Design e Propaganda
Figura 6 – Mapa do Campus Cruz das Almas
Figura 6 – SIGASCOM v1 e SIGASCOM v2

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Evolução de Visitas Portal UFRB

1. IDENTIFICAÇÃO E ATRIBUTOS DAS UNIDADES

1.1. Identificação da Unidade

QUADRO A.1 – IDENTIFICAÇÃO DA UJ – RELATÓRIO DE GESTÃO INDIVIDUAL

Identificação da Unidade	
Denominação Completa: Assessoria de Comunicação	
Denominação Abreviada: ASCOM	
Telefones/Fax de contato: (75) 3621-4015	(75) 9969-4911
Endereço Eletrônico: ascom@ufrb.edu.br	
Página na Internet: http://www.ufrb.edu.br/ascom	
Endereço Postal: Rua Rui Barbosa, 710, Centro - Cruz das Almas - Bahia 44.380-000	
Normas Relacionadas à Unidade	
Normas de criação e alteração da Unidade Jurisdicionada	
Constituição da República Federativa do Brasil de 1988	
Lei nº 11.151 de 29 de julho de 2005	
Outras normas infralegais relacionadas à gestão e estrutura da Unidade Jurisdicionada	
Portaria Nº 214 de 27 de março de 2013	
Portaria Nº 301 de 26 de abril de 2013	
Portaria Nº 451 de 13 de maio de 2013	
Portaria Nº 390 de 15 de maio de 2013	
Portaria Nº 493 de 16 de maio de 2013	
Portaria Nº 494 de 16 de maio de 2013	
Portaria Nº 645 de 18 de julho de 2013	
Portaria Nº 646 de 18 de julho de 2013	
Portaria Nº 657 de 31 de julho de 2013	
Portaria Nº 711 de 19 de agosto de 2013	
Portaria Nº 028 de 17 de janeiro de 2014	
Portaria Nº 498 de 26 de junho de 2014	
Portaria Nº 497 de 26 de junho de 2014	
Portaria Nº 634 de 29 de agosto de 2014	
Portaria Nº 635 de 29 de agosto de 2014	
Portaria Nº 397 de 11 de maio de 2015	
Portaria Nº 539 de 01 de junho de 2015	
Portaria Nº 548 de 22 de junho de 2015	
Portaria Nº 640 de 31 de junho de 2015	
Portaria Nº 641 de 31 de junho de 2015	
Manuais e publicações relacionadas às atividades da Unidade Jurisdicionada	
Linha Editorial da Agência de Notícias	
Guia de Produtos e Serviços da ASCOM	
Normas para publicação no sítio de Concursos da UFRB	
Normas para criação de sites da UFRB	
Unidades Gestoras e Gestões relacionadas à Unidade	
Núcleo de Audiovisual, Núcleo de Design e Propaganda, Núcleo de Jornalismo, Núcleo de Relações Públicas, Núcleo de Hipermídias, Secretaria de Apoio Administrativo	

1.2. Finalidade e Competências Institucionais da Unidade

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

A ASCOM é responsável pela gestão dos processos de comunicação e fluxo de informações da Instituição. Seu papel é preservar as diretrizes de comunicação da Universidade, elaborando estratégias de divulgação que ampliem o alcance da UFRB na mídia regional, estadual e nacional e atendam às expectativas das comunidades interna e externa da Universidade.

1.3. Organograma Funcional

Compõem a estrutura da ASCOM: Secretaria de Apoio Administrativo, Núcleo de Audiovisual, Núcleo de Design e Propaganda, Núcleo de Hipermídias, Núcleo de Jornalismo e Núcleo de Relações Públicas.

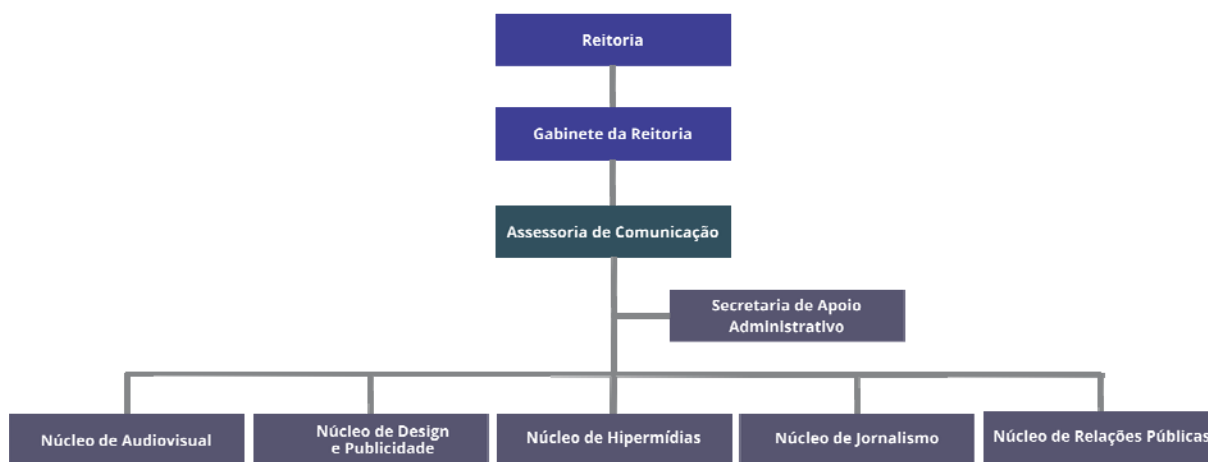


Figura 1 – Organograma da ASCOM

QUADRO A.2 – INFORMAÇÕES SOBRE ÁREAS OU SUBUNIDADES ESTRATÉGICAS

Áreas/ Subunidades Estratégicas	Competências	Titular	Cargo	Período de Atuação
Núcleo de Audiovisual	Responsável pelo planejamento, produção e veiculação de produtos multimídia	Ivan Americano da Costa Neto	FG1	01/01/2015 a 31/12/2015
Núcleo de Design e Propaganda	Trabalha a imagem da UFRB através do planejamento de ações publicitárias, além da criação e editoração de material gráfico	Renata Machado Gomes	FG1	01/01/2015 a 31/12/2015
Núcleo de Jornalismo	Responsável pela divulgação das ações da UFRB para seus públicos estratégicos	Fernanda Gonçalves Caldas	FG1	01/01/2015 a 11/05/2015
Núcleo de Relações Públicas	Responsável pela criação de estratégias para atender às necessidades de relacionamento da UFRB com os diversos setores sociais	Karina de Souza Silva	FG1	01/01/2015 a 31/12/2015
Núcleo de Hipermídias	Responsável pela criação e suporte aos sites institucionais	Edson Paulino da Silva	FG1	01/01/2015 a 31/12/2015
Secretaria de Apoio Administrativo	Responsável pelo suporte administrativo	Marcel Teles de Oliveira Pedreira	FG1	22/06/2015 a 31/12/2015

1.4. Macroprocessos Finalísticos

QUADRO A.3 – MACROPROCESSOS FINALÍSTICOS

Macroprocessos	Descrição	Produtos e Serviços*	Principais Clientes	Subunidades Responsáveis
Audiovisual	Planejamento, produção e veiculação de produtos multimídia;	Produção de Vídeos, Áudios e Fotografias;	Comunidade Acadêmica	Núcleo de Audiovisual
Assessoria de Imprensa	Intermediação da relação da UFRB com os veículos de comunicação;	Produção de Releases e Atendimentos à Imprensa;	Imprensa	Núcleo de Jornalismo
Comunicação Interna	Ações de comunicação para integrar as diversas áreas que compõem a comunidade universitária, além de promoção do diálogo entre a Reitoria e os demais segmentos da UFRB;	Informativo UFRB, Lista Informativa e Mural da Ascom;	Comunidade acadêmica	Núcleo de Jornalismo
Relações Públicas	Criação de estratégias para atender às necessidades de relacionamento da UFRB com os diversos setores sociais, com sua comunidade acadêmica e os públicos de modo geral;	Cerimonial e Visitas Sociais;	Comunidade acadêmica e externa	Núcleo de Relações Públicas
Design e Propaganda	Trabalha a imagem da UFRB através do planejamento de ações publicitárias, além da criação e editoração de material gráfico;	Criação Gráfica e Impressão de Material Gráfico;	Comunidade acadêmica	Núcleo de Design e Propaganda
Produção Editorial	Desenvolvimento e coordenação de projetos editoriais, nas mídias impressa, eletrônica e digital, em todos os seus estágios;	Informativo UFRB e Redes Sociais;	Comunidade acadêmica e externa	Núcleo de Jornalismo e Núcleo de Design e Propaganda
Hipermídia	Criação e suporte a sites institucionais.	Criação de Sites e Atendimentos aos Usuários.	Comunidade acadêmica	Núcleo de Hipermídias

* Todos os produtos e serviços sob responsabilidade da Assessoria de Comunicação estão descritos no Guia de Produtos e Serviços da ASCOM, disponível em www.ufrb.edu.br/ascom/documentos.

2. PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO, PLANO DE METAS E AÇÕES

2.1. Planejamento da Unidade Jurisdicionada

O planejamento é uma ferramenta essencial para uma organização na medida em que norteia todos os processos de gestão para alcançar os resultados desejados. Através do planejamento é possível definir soluções e projetar ações proativas para todo e qualquer ambiente organizacional.

Assim, a Assessoria de Comunicação (ASCOM) da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (UFRB) elaborou o seu Plano de Gestão Anual, entregue à Pró-Reitoria de Planejamento (PROPLAN). Trabalhando minuciosamente e detalhando os pontos principais para aprimorar a relação entre a Assessoria e seus públicos-alvos, o documento buscou orientar as ações para o ano de 2015.

O documento incluiu um diagnóstico estratégico, mapeando os pontos fortes e fracos da Unidade e as oportunidades e as ameaças que, de alguma forma, produzam efeito sobre as atividades desenvolvidas.

Como objetivo geral, a ASCOM definiu “projetar e consolidar uma imagem positiva da UFRB por meio de um relacionamento proativo, ético, transparente, de credibilidade e de parceria com os seus públicos estratégicos”. Para cumprir o seu objetivo institucional, as ações estabelecidas no Plano de Gestão Anual 2015 estão resumidas no Anexo I.

No Plano de Gestão Anual 2015, foram traçadas as atividades rotineiras e as estratégias de ação por cada subunidade. A ASCOM dividiu as estratégias de ação por seus Núcleos de Gestão. No Anexo I, resumimos o Plano com as ações para 2015 traduzidas em metas setoriais, status de realização e justificativas frente às dificuldades encontradas durante seu processo de execução.

Não obstante os avanços na execução dessas metas pela ASCOM e sua gradual consolidação institucional, ainda podemos apontar alguns problemas que demandam soluções urgentes e que precisam ser priorizadas nos próximos planejamentos. Destacamos entre outros fatores limitantes para uma melhor atuação da Unidade: a) Falta de pessoal; b) Espaço físico insuficiente; c) Pouca colaboração das demais Unidades e d) Inexistência de recursos específicos.

Falta de pessoal – Os núcleos da ASCOM continuam, em sua maioria, com apenas um servidor. Em 2015 o contrato da maioria dos estagiários foi encerrado, diminuindo consideravelmente a capacidade de atendimento dos novos projetos.

Espaço físico insuficiente – Já apontado nos Relatórios de Gestão de 2013 e 2014, o espaço físico da ASCOM precisa passar por mudanças, visando a sua ampliação. Hoje, a ASCOM atua numa sala anexa a Vice-Reitoria e tem 12 estações de trabalho no local. Com o aumento do espaço físico da Unidade, seria respeitado o espaço individual adequado para o trabalho e novas perspectivas de atuação poderiam ser empreendidas pela ASCOM com a criação de um estúdio e uma sala acústica para gravações de materiais audiovisuais.

Após inspeção técnica realizada em 2014 à Unidade, a Área de Atenção à Saúde e Segurança do Trabalho da Pró-Reitoria de Gestão de Pessoal (PROGEP) recomendou a “de maneira imediata a possibilidade de aumentar o espaço físico devido à quantidade de servidores dentro do atual ambiente laboral da ASCOM que se encontra em não conformidade com o preceito estabelecido no item 17.1 da Norma Regulamentadora 17 do Ministério do Trabalho ‘Visa estabelecer parâmetros que permitam a adaptação de trabalho às características psicofisiológicas dos trabalhadores, de modo a proporcionar o máximo de conforto, segurança e desempenho eficiente’”.



Figura 2 – Layout atual da sala da ASCOM

Pouca colaboração das demais Unidades – Como setor responsável pela comunicação institucional, a ASCOM precisa contar com a colaboração ativa de todos os setores estratégicos da Universidade no repasse de informações de forma clara, correta e célere. Eles precisam sentir-se parte do processo de divulgação da instituição, colaborando sempre que possível para evitar erros ou desgastes quanto aos assuntos de sua especialidade. Neste quesito, também apontado desde 2013, a ASCOM continua enfrentando dificuldades no atendimento destas demandas de forma espontânea e consonante com o *deadline* da imprensa.

A ASCOM identifica como principais parceiros no desenvolvimento de suas atividades:

- Técnicos-administrativos;
- Docentes;
- Discentes;
- Estagiários;
- Funcionários terceirizados;
- Jornalistas;
- Radialistas;
- Assessores de imprensa;
- Veículos de comunicação;
- Instituições de ensino superior;
- Fornecedores;
- Sociedade civil.

Inexistência de recursos específicos – A ASCOM é a unidade demandante do serviço de impressão de material gráfico, cujos recursos já estão inclusos no planejamento institucional. No entanto, não há recursos específicos para o atendimento das demais atividades da unidade. Faz-se necessário o repasse de recursos visando à compra de insumos (a exemplo de softwares e equipamentos especializados) e serviços (a exemplo de clipping de rádio e TV, monitoramento de mídias sociais, desenvolvimento de campanhas de publicidade, organização de eventos, assinatura de jornais e revistas especializados, entre outros).

2.2. Informações sobre outros resultados gerados pela gestão

Em 2015, além das prioridades estratégicas elencadas para cada Núcleo de Gestão da ASCOM em seu Plano Anual (Anexo I), foram desenvolvidos outros serviços de forma rotineira. A seguir estão discriminados os resultados gerados pela gestão 2015 da ASCOM.

- Gerenciamento do Portal e da Agência de Notícias;

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.

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.

Tabela 1 – Estatísticas do Portal UFRB (ufrb.edu.br/portal) em 2015

Tipo	Quantidade
Visitas	1.173.507
Número absoluto de visitantes únicos	284.234
Visualizações de página	2.210.757
Páginas/visita	1,88
Tempo médio no site	2min41seg
Novas Visitas	265.585

Tabela 2 – Estatísticas da Agência de Notícias (ufrb.edu.br/agencia) em 2015

Tipo	Quantidade
Visitas	385.041
Número absoluto de visitantes únicos	177.388
Visualizações de página	652.787
Páginas/visita	1,70
Tempo médio no site	1min50seg
Novas Visitas	167.822
Notícias Veiculadas	394

- Desenvolvimento de sites e Treinamento;

A ASCOM desenvolve sites para setores, eventos e projetos vinculados à UFRB, de acordo com o padrão visual que marca sua presença digital. Após a criação dos layouts, os solicitantes recebem treinamento para a administração do conteúdo dos sites ou assistem às vídeoaulas produzidas para este fim e disponibilizadas no site da ASCOM.

Em 2015, foi realizada a atualização do sistema de gerenciamento de conteúdo do Portal UFRB – Joomla! – para a versão 3.4.8 e a atualização dos sites das unidades administrativas e de ensino que ainda utilizavam o CMS Joomla 1.5 como gerenciador de conteúdo. Foi realizada a migração dos sites institucionais para quatro servidores diferentes com o objetivo de balancear a carga e melhorar a segurança.

Tabela 3 – Desenvolvimento de sites e atendimentos em 2015

Tipo	Solicitações	Atendidas
Sites Desenvolvidos	26	26

Sites Atualizados	-	202
Sites Convertidos em HTML	-	44
Sites Removidos (backup)	-	04
Treinamentos	07	07
Atendimentos Realizados	159	158

- Administração do conteúdo de sites;

A ASCOM auxilia na administração do conteúdo de sites hospedados no servidor UFRB, cujos responsáveis ainda não estão habilitados ou não dispõem da *expertise* necessária para a atividade.

As solicitações de divulgação são encaminhadas para a equipe da ASCOM que analisa a possibilidade de publicação do conteúdo na Agência de Notícias, caso notícias ou eventos, ou nos demais sites da UFRB.

Tabela 4 – Administrações do conteúdo de sites em 2015*

Tipo	Solicitações	Atendidas
Administrações de Conteúdo	1.235	1.084

*incluindo publicações na Agência de Notícias e demais sites

- Monitoramento e campanhas nas redes sociais;

A ASCOM utiliza, de forma complementar, as redes sociais como Twitter, Facebook e Instagram, replicando todo conteúdo gerado na Agência de Notícias ou criando campanhas especificamente para estas mídias. Em 2015 foram produzidos *templates* específicos para cada rede social de forma a adaptar o conteúdo à forma de comunicação das mídias sociais.



Figura 3 – Templates para o Facebook

Tabela 5 – Monitoramento e campanhas nas redes sociais em 2015

Tipo	Quantidade
Número de “Curtir” do Facebook	13.702
Número de Seguidores no Twitter	5.133
Número de Seguidores no Instagram	3.250
Campanhas nas redes sociais	14

- Produção de clipping;

A ASCOM produz o clipping de notícias publicadas sobre a UFRB e assuntos correlatos, através do qual é possível avaliar o impacto e o alcance da imagem da instituição. A varredura sistemática de todos os termos relacionados ao nome da UFRB na mídia é feita de forma manual e em sua maioria refere-se às mídias digitais.

As aparições na mídia impressa referem-se aos Jornais A Tarde e Correio, veículos assinados pela Universidade.

As aparições em rádio e TV não são monitoradas com frequência, sendo computadas apenas quando disponibilizadas online. A contratação do serviço de clipping de rádio e TV estava prevista para o ano de 2015, mas não foi concretizada.

Tabela 6 – Clipping em 2015

Tipo	Quantidade	Positivo	Neutro	Negativo
Clipping	664	144	449	71

Tabela 7 – Menções por tipo de mídia em 2015

Tipo	Online	Impresso	TV	Rádio
Clipping	638	46	2	1

- Relacionamento com a imprensa;

A ASCOM coordena as atividades de divulgação dos assuntos da Universidade 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 aos profissionais de imprensa que buscam informações sobre a UFRB e organização da agenda de entrevistas com gestores e comunidade acadêmica.

Tabela 8 – Relações com a imprensa em 2015

Tipo	Solicitações	Atendidas
Atendimentos Realizados	60	56
Releases Enviados	-	98

- Produção de vídeos, áudios e fotos;

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

Tabela 9 – Produção de vídeos, áudios e fotos em 2015

Tipo	Quantidade
Áudios	-
Vídeos	25
Transmissões Online	17
Fotos	4.683

- Cobertura de eventos;

A ASCOM realiza a cobertura jornalística, fotográfica e audiovisual de eventos promovidos pela Universidade. As coberturas foram prejudicadas pelo período de greve e dificuldade de requisição de transporte e diárias.

Tabela 10 – Coberturas fotográfica e audiovisual em 2015

Tipo	Solicitações	Atendidas
Cobertura fotográfica	22	8
Cobertura audiovisual	21	13
Cobertura jornalística	42	23

- Organização de eventos;

A ASCOM participa da organização dos eventos promovidos pela Universidade, por meio do serviço de Cerimonial.

Tabela 11 – Organização de eventos em 2015

Tipo	Solicitações	Atendidas
Cerimonial	19	17

- Organização de visitas sociais;

A ASCOM organiza a programação social de visitas oficiais à UFRB, além de recepcionar grupos de estudantes por meio de um roteiro guiado pelas dependências da Universidade.

Tabela 12 – Visitas sociais em 2015

Tipo	Solicitações	Atendidas
Visitas	4	2

- Administração da Lista Informativa da UFRB;

A lista informativa da UFRB (ufrb@lista.ufrb.edu.br) é administrada pela ASCOM. Trata-se do envio de emails, mediante solicitação, à comunidade acadêmica acerca de informações que possuam vínculo institucional com a UFRB.

Tabela 13 – Emails informativos em 2015

Tipo	Quantidade
Emails Enviados	27

- Atendimento à demanda por informação;

A ASCOM responde dúvidas encaminhadas pelo Fale Conosco ou redes sociais (Facebook e Twitter) direcionadas à Universidade.

Tabela 14 – Demandas por Informação em 2015

Tipo	Quantidade
Demandas pelo Fale Conosco	288
Demandas pelo Facebook	61
Demandas pelo Twitter	5
Demandas pelo Instagram	4

- Gerenciamento do mural de informativos;

A ASCOM é responsável pela administração do mural no Prédio Central, onde passou a disponibilizar notícias sobre a UFRB veiculadas em mídias online e impressa, além de informes e cartazes sobre os produtos e serviços oferecidos pela Unidade.

- Produção do Informativo UFRB;

O Informativo UFRB é uma publicação institucional com periodicidade trimestral. Em 2015, foram produzidas duas edições. Devido à falta de recursos para impressão a ASCOM suspendeu a produção de mais edições.



Figura 4 – Capas das edições do Informativo UFRB em 2015

- Criação de material gráfico;

A ASCOM elabora material gráfico informativo destinado aos veículos de comunicação e/ou à divulgação institucional.

Tabela 15 – Criação gráfica em 2015

Tipo	Solicitações	Concluídas
Criação e editoração gráfica	89	63

Tabela 16 – Estatísticas da criação gráfica em 2015

Tipo	Solicitações	Concluídas
Cartazes	19	19
Cartilha	2	2
Folders	11	11
Ilustrações	26	26
Cartões de Visitas	2	2
Banners	99	99
Marcas	14	14



Figura 5 – Alguns trabalhos realizados pelo Núcleo de Design e Propaganda em 2015

- Gerenciamento de impressão de material gráfico.

A ASCOM é a unidade responsável pelo gerenciamento do serviço de impressão de material gráfico necessário para divulgação e realização de eventos e atividades da UFRB. Em 2015 o serviço esteve inativo devido à falta de licitação e recursos para impressão de material gráfico.

Tabela 17 – Impressão de material gráfico em 2015

Tipo	Solicitações	Concluídas
Impressão de Material Gráfico	-	-

Por sua vez, diversas demandas surgiram durante o exercício das atividades e foram atendidas. Abaixo listamos as principais:

- Criação de página de consulta dos dados do Boletim de Desempenho dos Processos Seletivos 2015.1 e 2015.2;
- Criação de página para impressão dos comprovantes de matrícula 2015.1 e 2015.2;
- Desenvolvimento de sistema de publicação de documentos para o site de Concursos (ufrb.edu.br/concursos);
- Desenvolvimento de sistema de publicação de títulos para o site da Editora (ufrb.edu.br/editora/titulos-publicados);
- Desenvolvimento de sistema de publicação de portarias para o site da Reitoria (ufrb.edu.br/reitoria/portarias);
- Criação dos mapas online dos *campi* da UFRB (ufrb.edu.br/portal/faleconosco/mapas);



Figura 6 – Mapa do Campus Cruz das Almas

- Campanha de 10 anos da UFRB;
- Editoração da Cartilha do Servidor;
- Atualização do SIGASCOM;

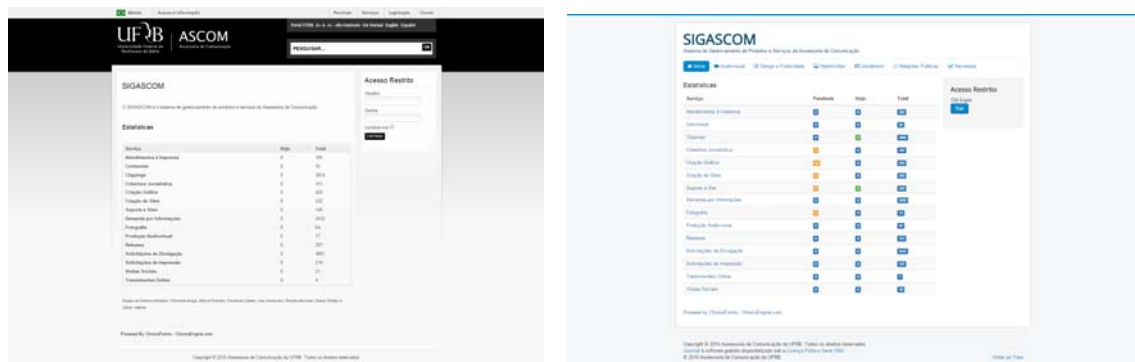


Figura 7 – SIGASCOM v1 e SIGASCOM v2

2.3. Identificação dos resultados dos indicadores

No Anexo II, apresentamos o status de execução das metas definidas para a ASCOM no Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) 2010-2014, já que não foi disponibilizado ainda o novo PDI. Abaixo, seguem descritos os resultados destes indicadores:

- Consolidar/Aprimorar e Alimentar o Portal da UFRB

O Portal da UFRB é desenvolvido com o Sistema Gerenciador de Conteúdo Joomla! desde 2006. Até 2015 foram lançados 7 sites diferentes para a UFRB, sempre buscando melhorias e adequação ao Programa de Governo Eletrônico Federal. Em 2015, foi realizada a atualização do Joomla! para a versão 3.4.8 e realizada a migração do Portal UFRB para um novo servidor. A sua constante atualização mostra-se necessária para atender às demandas de segurança. No comparativo anual do número de visitas, o portal da UFRB aumentou 30,09% visitas/ano em relação a 2014, onde já foi identificada a necessidade de melhorias.

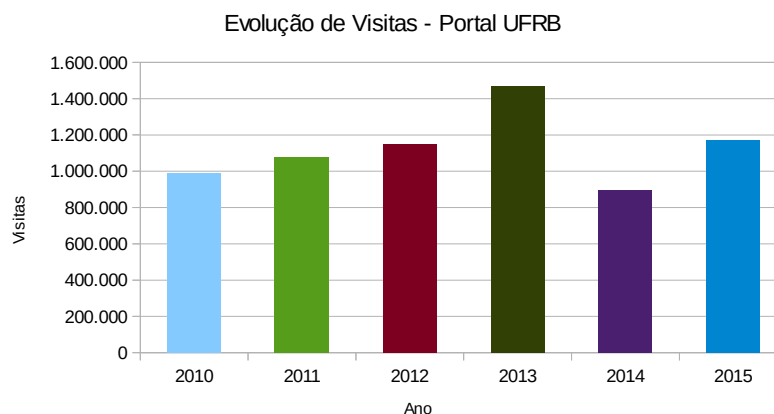


Gráfico 1 – Evolução de Visitas Portal UFRB

Dentre outras melhorias também aplicadas ao Portal da UFRB, foi adicionado o botão de compartilhar por WhatsApp, ferramenta de mensagens instantâneas para dispositivos móveis.

- Integrar a Assessoria de Comunicação às Agências de Notícias

Em 2015, a ASCOM realizou atualização do mailing de imprensa, continuou o trabalho de clipping eletrônico e atualizou o guia de fontes, a fim de integrar a ASCOM às demais agências de notícias e veículos de comunicação (jornais, revistas, blogs, redes sociais etc). O serviço de clipping é realizado diariamente e disponibilizado *online*, para acesso a qualquer tempo por meio do sítio da ASCOM: www.ufrb.edu.br/ascom/clipping. Estava previsto para 2015 o serviço de clipping de Rádio e TV, mas devido à falta de recursos, não foi realizado.

ANEXO I

METAS SETORIAIS 2015 - ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO

Ações de Planejamento Institucional

DESCRIÇÃO DA META	META FÍSICA PLANEJADA	META REALIZADA: SIM OU NÃO?	META PREVISTA	META EXECUTADA	STATUS / JUSTIFICATIVA
COORDENAÇÃO					
Discussão, aprovação e implantação da política de comunicação da UFRB , documento que norteia os objetivos e as estratégias da comunicação institucional.	Elaboração de documento.	NÃO	1	0	Documento apresentado à Reitoria em 2014, mas não legitimado.
Renovação da assinatura anual de jornais impressos , Jornal A Tarde e Correio, para o acompanhamento das menções sobre a UFRB na mídia.	Contratação de assinatura.	SIM	2	2	Renovação das assinaturas realizada.
Efetivação do serviço de clipping de Rádio e TV , serviço que monitora as menções a UFRB na mídia, resultando num apanhado de recortes de interesse dos gestores da instituição.	Efetivação de serviço.	NÃO	1	0	Falta de recursos.
Estruturação do Núcleo de Design e Propaganda , com pessoal, equipamentos e softwares necessários à execução de serviços gráficos especializados e/ou atendam às necessidades do setor, gerando maior produtividade.	Estruturação de núcleo de Design e Propaganda.	NÃO	1	0	Solicitação de aquisição de equipamentos e softwares formalizada, mas não aceita por insuficiência de recurso.

Estruturação do Núcleo de Relações Públicas , com equipamentos e pessoal necessários à execução de serviços especializados em cerimonial e/ou atendam às necessidades do setor, gerando maior produtividade.	Estruturação de Núcleo de Relações Públicas.	NÃO	1	0	Solicitação de aquisição de equipamentos e softwares formalizada, mas não aceita por insuficiência de recurso.
Produção da rede social corporativa da UFRB , canal voltado ao público interno da universidade com o objetivo de integrar, socializar e informar sobre a instituição.	Produção de rede social.	NÃO	1	0	Não realizada. Indisponibilidade da equipe.
NÚCLEO DE AUDIOVISUAL					
Atualização do Banco de Imagens da UFRB , que reúne uma amostra do acervo de imagens da instituição disponível para consulta pública.	Atualização do Banco de Imagens da UFRB.	SIM	1	0,5	Imagens captadas, mas ainda não tratadas e disponibilizadas online por indisponibilidade da equipe.
Cobertura audiovisual e transmissão online de eventos , atividade permanente do núcleo para atender aos eventos acadêmicos.	Cobertura audiovisual e transmissão online de eventos.	SIM	1	1	Foram realizadas coberturas audiovisuais e transmissões online de eventos.
Realização de estágio profissional para capacitação e atualização técnico-específica , principalmente ao levar em consideração a previsão de aquisição de equipamentos, que embarcam novas tecnologias e procedimentos.	Realização de estágio profissional.	NÃO	1	0	Não realizada. A iniciativa prevê a necessidade de um orçamento específico para cobrir a diária dos profissionais.
Criação do Manual de Normas e Procedimentos do Núcleo , proporcionando credibilidade, qualidade no atendimento e nos serviços prestados aos usuários dos núcleos.	Criação do Manual de Normas.	NÃO	1	0	Não realizada. Indisponibilidade da equipe.
Revisão geral dos equipamentos , limpeza dos discos da Ilha de Edição, Formatação dos computadores, reinstalação do Sistema Operacional e outros programas necessários, devolução de equipamentos	Revisão geral dos equipamentos	NÃO	1	0	Não realizada. Indisponibilidade da equipe.

não-utilizados com frequência ao CAHL, e agendamento prévio do empréstimo dos mesmos para a demanda 2015.					
NÚCLEO DE DESIGN E PROPAGANDA					
Reformulação do Informativo UFRB , criação de um novo layout para o <i>house organ</i> da instituição.	Reformulação do Informativo UFRB.	SIM	1	1	Informativo reformulado.
Produção do catálogo de cursos da UFRB , material informativo sobre os cursos de graduação ofertados pela instituição.	Produção do Guia de Fontes	NÃO	1	0	Conteúdo não concluído.
Produção do Press Kit , material preparado para imprensa, que pode ser usado antes, durante ou após um evento. Normalmente inclui textos e fotos, além de material audiovisual, sobre a instituição e suas atividades.	Produção do Press Kit	NÃO	1	0	Produto em processo de elaboração.
Produção do Informativo UFRB , <i>house organ</i> da instituição com pautas sobre ensino, pesquisa, extensão e assistência estudantil. Serão quatro edições anuais: N°5: Março – Maio; N°6: Junho – Agosto; N°7: Setembro – Novembro e N°8: Dezembro – Fevereiro 2016.	Produção do Informativo UFRB	SIM	4	2	Em função da impossibilidade de impressões durante 2015 e do volume de demandas para a ASCOM, foram produzidos apenas dois informativos durante o ano.
Coordenação do processo licitatório para impressão gráfica , que tenha como objeto a prestação de serviços de impressão de material gráfico produzido pela UFRB.	Coordenação do processo licitatório para impressão gráfica.	SIM	1	0,5	Pregão previsto para o início de 2016.
Criação de campanhas para as redes sociais , peças específicas para promoção da comunicação da UFRB nas mídias sociais: twitter, facebook e instagram. Há ainda banner para o portal UFRB.	Criação de campanhas para redes sociais.	SIM	1	1	Foram realizadas campanhas referentes a concursos, processos seletivos, eventos, agenda da semana, entre outros.
Criação de templates para as redes sociais , peças gráficas para divulgações permanentes nas mídias sociais: twitter,	Criação de templates para as redes sociais.	SIM	1	1	Templates criados para facebook, twitter e instagram.

facebook e instagram.					
NÚCLEO DE JORNALISMO					
Produção do Informativo UFRB , <i>house organ</i> da instituição com pautas sobre ensino, pesquisa, extensão e assistência estudantil. Serão quatro edições anuais: N°5: Março – Maio; N°6: Junho – Agosto; N°7: Setembro – Novembro e N°8: Dezembro – Fevereiro 2016.	Produção do Informativo UFRB	SIM	4	2	Em função da impossibilidade de impressões durante 2015 e do volume de atividades da ASCOM, foram produzidos apenas dois informativos durante o ano, disponibilizados online.
Produção do Guia de Fontes , instrumento para auxiliar a comunicação com a imprensa disponibilizando informações sobre as fontes e áreas de conhecimento do corpo funcional da UFRB. Publicação <i>online</i> , no primeiro momento.	Produção do Guia de Fontes	SIM	1	0,5	A produção de Guia de Fontes está em andamento.
Produção do Press Kit , material preparado para imprensa, que pode ser usado antes, durante ou após um evento. Normalmente inclui textos e fotos, além de material audiovisual, sobre a instituição e suas atividades.	Produção do Press Kit	NÃO	1	0	Material não produzido em função da indisponibilidade de tempo e pessoal ocasionada pelas outras demandas da ASCOM.
Criação de campanhas para as redes sociais , peças específicas para promoção da comunicação da UFRB nas mídias sociais: twitter, facebook e instagram. Há ainda banner para o portal UFRB.	Criação de campanhas para as redes sociais.	SIM	1	1	Foram realizadas campanhas referentes a concursos, processos seletivos, eventos, agenda da semana, entre outros.
Cobertura jornalística de eventos , atividade permanente do núcleo de jornalismo para atender aos eventos acadêmicos.	Cobertura jornalística de eventos.	SIM	1	1	Foi realizado o atendimento das demandas solicitadas através do SIGASCOM.
Reformulação do Informativo UFRB , criação de um novo layout para o <i>house organ</i> da instituição.	Reformulação do Informativo UFRB.	SIM	1	1	Informativo reformulado.
Divulgação no portal UFRB e redes sociais , atividade permanente do núcleo de	Divulgação no portal UFRB e	SIM	1	1	Foi realizado o atendimento das demandas solicitadas através do SIGASCOM.

jornalismo para divulgações de matérias jornalísticas.	redes sociais.				
Divulgação nos sites Concursos e Prosel , atividade permanente de atualização dos sites citados.	Divulgação nos sites Concursos e Prosel.	SIM	1	1	Foi realizado o atendimento das demandas solicitadas através do SIGASCOM.
NÚCLEO DE RELAÇÕES PÚBLICAS					
Coordenação do processo licitatório para eventos , que tenha como objeto a prestação de serviços de locação de estrutura e iluminação cênica e contratação de mão-de-obra terceirizada para receptivo e operador de câmera.	Coordenação do processo licitatório para eventos.	SIM	1	1	O processo licitatório foi concluído no mês de maio de 2015.
Revisão da normatização do ato de colação de grau , documento que norteará os atos de colação de grau dos formandos da UFRB.	Revisão da normatização do ato de colação de grau.	NÃO	1	0	A revisão da normatização não ocorreu, pois não é certo que a Resolução continuará em vigor devido aos altos custos deste evento.
Realização de visitas sociais , atividade permanente sob responsabilidade do núcleo com objetivo de receber escolas e instituições diversas que desejem conhecer a UFRB.	Realização de visitas sociais.	SIM	1	1	Visitas sociais realizadas de acordo com a demanda.
Realização de visitas técnicas a cerimonial de outras universidades , ação com objetivo de conhecer o funcionamento e a normatização do cerimonial universitário.	Realização de visitas técnicas a cerimonial de outras universidades.	NÃO	1	0	Não realizada. A iniciativa prevê a necessidade de orçamento para cobrir a diária dos profissionais.
Realização do cerimonial dos eventos acadêmicos da UFRB , atividade permanente sob responsabilidade do núcleo com objetivo de organizar e oferecer serviço de mestre de cerimônia para os eventos acadêmicos.	Realização do cerimonial dos eventos acadêmicos da UFRB.	SIM	1	1	Foi realizado o atendimento das demandas solicitadas através do SIGASCOM.
NÚCLEO DE HIPERMÍDIAS					
Configuração e realização de testes no	Instalação do	SIM	1	1	Sistema funcionando plenamente.

sistema de estatística web Piwik , para o seu funcionamento.	sistema de estatística web Piwik.				
Desenvolvimento do portal de eventos da UFRB , um sítio que reunirá informações sobre os eventos que acontecem na universidade. Isso tornará mais fácil a geração de feeds RSS que permitirão que os sites dos centros exibam o link para seus eventos. O intuito desse portal é também centralizar as inscrições dos eventos para eliminar o trabalho repetitivo de fazer formulários de inscrição para cada evento.	Desenvolvimento do portal de eventos da UFRB.	NÃO	1	0	Não realizado devido à mudança de planejamento.
Aplicação do Questionário de Satisfação do Portal UFRB junto à comunidade acadêmica. A pesquisa irá avaliar o que a comunidade espera do portal em termos de conteúdo, qual o grau de satisfação com a arquitetura de informação e com o layout atual e será utilizada como subsídio para futuras modificações no portal.	Pesquisa de avaliação do portal da UFRB junto à comunidade acadêmica.	NÃO	1	0	Não realizado devido à mudança de planejamento.
Desenvolvimento de site com o mapa dos campi e a localização de todos os setores da UFRB. Integrando em um único banco de dados a localização, os números de telefone e endereços de e-mails dos setores.	Desenvolvimento de site com o mapa dos campi e a localização de todos os setores da UFRB.	SIM	7	4	Mapas de Amargosa, Cachoeira, Cruz das Almas e Centros de Ensino criados e disponibilizados no Portal da UFRB.
Migração dos sites das unidades administrativas que ainda utilizam o CMS Joomla 1.5 como gerenciador de conteúdo.	Migração dos sites das unidades administrativas.	SIM	1	1	Foi realizada a migrada dos sites.

ANEXO II

METAS DO PLANO DE DESENVOLVIMENTO INSTITUCIONAL (PDI)

DESCRIÇÃO DA META	SETOR DE EXECUÇÃO	META REALIZADA: SIM OU NÃO?	META PREVISTA	META EXECUTADA	STATUS / JUSTIFICATIVA
Consolidar/Aprimorar e Alimentar o Portal da UFRB.	ASCOM	SIM	META NÃO QUANTITATIVA	META NÃO QUANTITATIVA	REALIZADA
Integrar a Assessoria de Comunicação às Agências de notícias.	ASCOM	SIM	META NÃO QUANTITATIVA	META NÃO QUANTITATIVA	REALIZADA