

UFRB  
UNIVERSIDADE FEDERAL DO RECÔNCAVO DA BAHIA

GABINETE DA REITORIA

ASCOM  
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO

**Relatório de Gestão Setorial do Exercício  
2016**

**Cruz das Almas – BA  
2017**

UFRB  
UNIVERSIDADE FEDERAL DO RECÔNCAVO DA BAHIA

GABINETE DA REITORIA

ASCOM  
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO

**Relatório de Gestão Setorial do Exercício  
2016**

ASCOM  
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO

**Cruz das Almas – BA  
2017**

## 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
2.2.	Informações sobre outros resultados gerados pela gestão	9
2.3.	Identificação dos resultados dos indicadores	13

## **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 2016  
Tabela 2 – Desenvolvimento de sites e atendimentos em 2016  
Tabela 3 – Administração do conteúdo de sites em 2016  
Tabela 4 – Monitoramento e campanhas nas redes sociais em 2016  
Tabela 5 – Clipping em 2016  
Tabela 6 – Menções por tipo de mídia em 2016  
Tabela 7 – Relações com a imprensa em 2016  
Tabela 8 – Produção de vídeos, áudios e fotos em 2016  
Tabela 9 – Coberturas fotográfica e audiovisual em 2016  
Tabela 10 – Organização de eventos em 2016  
Tabela 11 – Visitas sociais em 2016  
Tabela 12 – Emails informativos em 2016  
Tabela 13 – Respostas ao Fale Conosco em 2016  
Tabela 14 – Criação gráfica em 2016  
Tabela 15 – Impressão de material gráfico em 2016

## **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 – Alguns trabalhos realizados pelo Núcleo de Design e Propaganda  
Figura 5 – Divulgação do Novo Portal UFRB

## **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

<b>Identificação da Unidade</b>	
<b>Denominação Completa:</b> Assessoria de Comunicação	
<b>Denominação Abreviada:</b> ASCOM	
<b>Telefones/Fax de contato:</b> (75) 3621-4015	(75) 99969-4911
<b>Endereço Eletrônico:</b> ascom@ufrb.edu.br	
<b>Página na Internet:</b> <a href="http://www.ufrb.edu.br/ascom">http://www.ufrb.edu.br/ascom</a>	
<b>Endereço Postal:</b> Rua Rui Barbosa, 710, Centro - Cruz das Almas - Bahia 44.380-000	
<b>Normas Relacionadas à Unidade</b>	
<b>Normas de criação e alteração da Unidade Jurisdicionada</b>	
Constituição da República Federativa do Brasil de 1988	
Lei nº 11.151 de 29 de julho de 2005	
<b>Outras normas infralegais relacionadas à gestão e estrutura da Unidade Jurisdicionada</b>	
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	
<b>Manuais e publicações relacionadas às atividades da Unidade Jurisdicionada</b>	
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	
<b>Unidades Gestoras e Gestões relacionadas à Unidade</b>	
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.

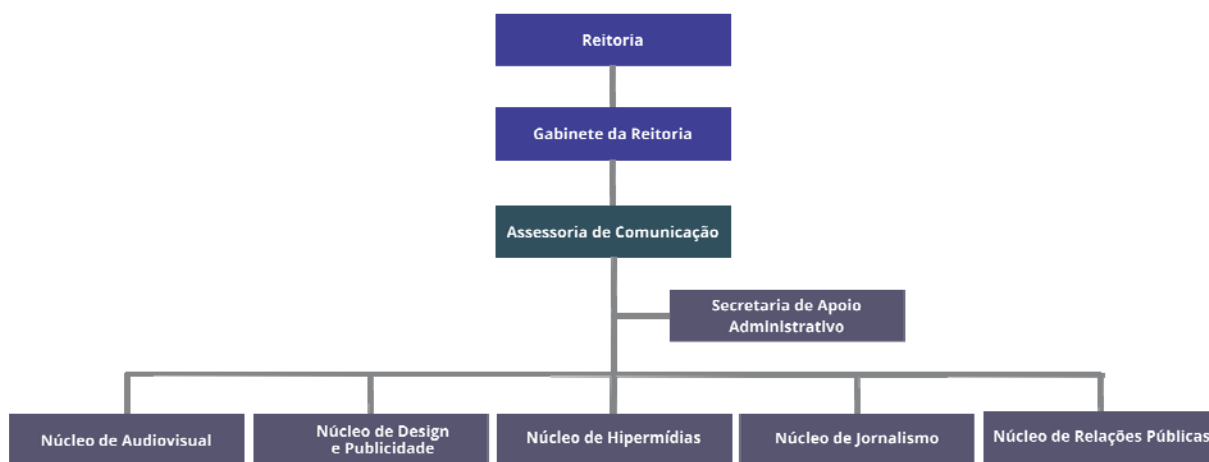


Figura 1 – Organograma da ASCOM

#### 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	01/01/2016 a 31/12/2016
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	01/01/2016 a 31/12/2016
Núcleo de Jornalismo	Responsável pela divulgação das ações da UFRB para seus públicos estratégicos			
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	01/01/2016 a 31/12/2016
Núcleo de Hipermídias	Responsável pela criação e suporte aos sites institucionais	Edson Paulino da Silva	FG1	01/01/2016 a 31/12/2016
Secretaria de Apoio Administrativo	Responsável pelo suporte administrativo	Marcel Teles de Oliveira Pedreira	FG1	22/06/2016 a 31/12/2016

## 1.4. Macroprocessos Finalísticos

**QUADRO A.3 – MACROPROCESSOS FINALÍSTICOS**

<b>Macroprocessos</b>	<b>Descrição</b>	<b>Produtos e Serviços*</b>	<b>Principais Clientes</b>	<b>Subunidades Responsáveis</b>
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](http://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 2016.

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 2016 estão resumidas no Anexo I.

No Plano de Gestão Anual 2016, 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 2016 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.

Espaço físico insuficiente – Já apontado nos Relatórios de Gestão de 2013, 2014 e 2015, 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 2016, 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 2016 da ASCOM.

- Gerenciamento do Portal UFRB;

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, além de divulgar 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 2016

Tipo	Quantidade
Visitas	1.543.811
Número absoluto de visitantes únicos	366.585
Visualizações de página	3.413.315
Páginas/visita	2,21
Tempo médio no site	00:02:48
Novas Visitas	347.779

- 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 2016, foi realizada a atualização do sistema de gerenciamento de conteúdo do Portal UFRB – Joomla! – para a versão 3.6.5 e a atualização do layout para se adequar à Identidade Digital do Poder Executivo Federal.

Tabela 2 – Desenvolvimento de sites e atendimentos em 2016

Tipo	Solicitações	Atendidas
Sites Desenvolvidos	57	48
Atendimentos Realizados	349	347

- 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 no Portal, caso notícias ou eventos, ou nos demais sites da UFRB.

Tabela 3 – Administrações do conteúdo de sites em 2016\*

Tipo	Solicitações	Atendidas
Administrações de Conteúdo	974	816

\*incluindo publicações no Portal 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 2016 foram renovados os *templates* para cada rede social de forma a adaptar o conteúdo à forma de comunicação das mídias sociais.



Figura 3 – Templates para o Facebook

Tabela 4 – Monitoramento e campanhas nas redes sociais em 2016

Tipo	Quantidade
Número de “Curtir” do Facebook	16.695
Número de Seguidores no Twitter	5.422
Número de Seguidores no Instagram	5.663

- 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. O prazo de vigência do contrato das assinaturas dos jornais impressos encerrou no mês de novembro, e ainda não foi renovado.

As aparições em rádio e TV não são monitoradas com frequência, sendo computadas apenas quando disponibilizadas online.

Tabela 5 – Clipping em 2016

Tipo	Quantidade	Positivo	Neutro	Negativo
Clipping	477	29	339	58

Tabela 6 – Menções por tipo de mídia em 2016

Tipo	Online	Impresso	TV	Rádio
Clipping	458	16	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 7 – Relações com a imprensa em 2016

Tipo	Solicitações	Atendidas
Atendimentos Realizados	43	40
Releases Enviados	-	61

- Produção de vídeos, áudios e fotos;

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

Tabela 8 – Produção de vídeos, áudios e fotos em 2016

Tipo	Quantidade
Áudios	-
Vídeos	33
Transmissões Online	9
Fotos	6.910

Em 15 de janeiro de 2016 iniciamos o projeto da WebTV UFRB e produzimos 12 vídeos, todos publicados no canal do Youtube da Universidade ([youtube.com/ufrb](http://youtube.com/ufrb)).

- 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 9 – Cobertura fotográfica e audiovisual em 2016

Tipo	Solicitações	Atendidas
Cobertura fotográfica	17	4
Cobertura audiovisual	41	30
Cobertura jornalística	91	51

- Organização de eventos;

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

Tabela 10 – Organização de eventos em 2016

Tipo	Solicitações	Atendidas
Cerimonial	29	19

- 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 11 – Visitas sociais em 2016

Tipo	Solicitações	Atendidas
Visitas	12	7

- Administração da Lista Informativa da UFRB;

A lista informativa da UFRB ([ufrb@lista.ufrb.edu.br](mailto: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 12 – Emails informativos em 2016

Tipo	Quantidade
Emails Enviados	35

- Atendimento à demanda por informação;

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

Tabela 13 – Demandas por Informação em 2016

Tipo	Quantidade
Demandas pelo Fale Conosco	186
Demandas pelo Facebook	254
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 2016, devido à falta de recursos para impressão a ASCOM suspendeu sua produção.

- Criação de material gráfico;

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

Tabela 14 – Criação gráfica em 2016

Tipo	Solicitações	Concluídas
Criação e editoração gráfica	158	112



Figura 4 – Alguns trabalhos realizados pelo Núcleo de Design e Propaganda em 2016

- 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..

Tabela 15 – Impressão de material gráfico em 2016

Tipo	Solicitações	Concluídas
Impressão de Material Gráfico	21	21

### 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 2007. Até 2016 foram lançados 8 sites diferentes para a UFRB, sempre buscando melhorias e adequação ao Programa de Governo Eletrônico Federal. Em 2016, foi realizada a atualização do Joomla! para a versão 3.6.5 e realizada a adaptação do layout para a Identidade Digital do

Poder Executivo Federal. No comparativo anual do número de visitas, o portal da UFRB aumentou 31,56% visitas/ano em relação a 2015.

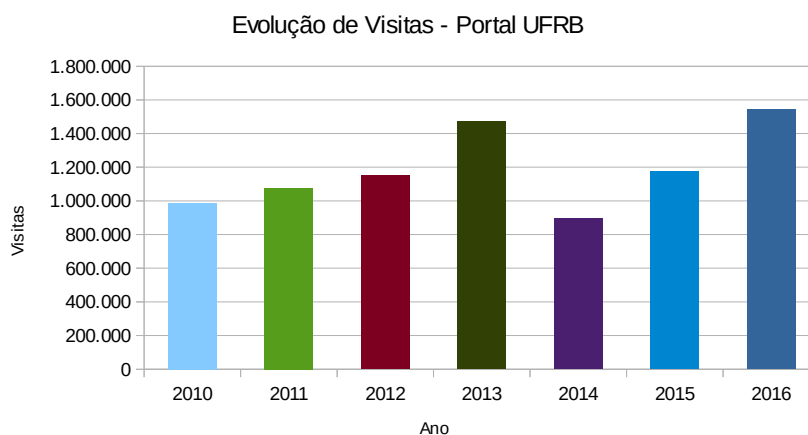


Gráfico 1 – Evolução de Visitas Portal UFRB

Dentre outras melhorias também aplicadas ao Portal da UFRB, foram adicionados sistemas para divulgação de concursos, processos seletivos e serviços da Universidade.



Figura 5 – Divulgação do Novo Portal UFRB

- Integrar a Assessoria de Comunicação às Agências de Notícias

Em 2016, 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](http://www.ufrb.edu.br/ascom/clipping).

## ANEXO I

### METAS SETORIAIS 2016 - ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO

#### Ações de Planejamento Institucional

DESCRIÇÃO DA META	META FÍSICA PLANEJADA	META REALIZADA: SIM OU NÃO?	META PREVISTA	META EXECUTADA	STATUS / JUSTIFICATIVA
<b>COORDENAÇÃO</b>					
<b>Discussão, aprovação e implantação da política de comunicação da UFRB</b> , 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.
<b>Renovação da assinatura anual de jornais impressos</b> , Jornal A Tarde e Correio, para o acompanhamento das menções sobre a UFRB na mídia.	Contratação de assinatura.	SIM	2	0	Solicitação encaminhada em julho e ainda não concluída.
<b>Efetivação do serviço de clipping de Rádio e TV</b> , 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.
<b>Estruturação do Núcleo de Design e Propaganda</b> , 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 em 2015, mas não aceita por insuficiência de recurso.



<b>Estruturação do Núcleo de Relações Públicas</b> , 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 em 2015, mas não aceita por insuficiência de recurso.
<b>Produção da rede social corporativa da UFRB</b> , 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. SIG substituiu.
<b>Acompanhamento da produção do Press Kit</b> , 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	Não realizado. Falta de recursos para o Press Kit.
<b>NÚCLEO DE AUDIOVISUAL</b>					
<b>Atualização do Banco de Imagens da UFRB</b> , 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.
<b>Cobertura audiovisual e transmissão online de eventos</b> , 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.
<b>Realização de estágio profissional para capacitação e atualização técnico-específica</b> , 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.
<b>Criação do Manual de Normas e Procedimentos do Núcleo</b> , proporcionando credibilidade, qualidade no atendimento e nos serviços prestados aos usuários dos	Criação do Manual de Normas.	SIM	1	0,5	Criado, mas ainda não disponibilizado.

núcleos.					
<b>Revisão geral dos equipamentos</b> , limpeza dos discos da Ilha de Edição, Formatação dos computadores, reinstalação do Sistema Operacional e outros programas necessários, devolução de equipamentos não-utilizados com frequência ao CAHL, e agendamento prévio do empréstimo dos mesmos para a demanda 2015.	Revisão geral dos equipamentos	NÃO	1	0	Não realizada. Indisponibilidade da equipe.
<b>NÚCLEO DE DESIGN E PROPAGANDA</b>					
<b>Reformulação do Informativo UFRB</b> , criação de um novo layout para o <i>house organ</i> da instituição.	Reformulação do Informativo UFRB.	NÃO	1	0	Informativo descontinuado por falta de recursos para impressão.
<b>Produção do catálogo de cursos da UFRB</b> , material informativo sobre os cursos de graduação ofertados pela instituição.	Produção do Guia de Fontes	NÃO	1	0	Conteúdo não concluído.
<b>Produção do Press Kit</b> , 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	0,5	Produto em processo de elaboração.
<b>Produção do Informativo UFRB</b> , <i>house organ</i> da instituição com pautas sobre ensino, pesquisa, extensão e assistência estudantil.	Produção do Informativo UFRB	SIM	4	0	Informativo descontinuado por falta de recursos para impressão.
<b>Coordenação do processo licitatório para impressão gráfica</b> , 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	1	Pregão realizado.
<b>Criação de campanhas para as redes sociais</b> , 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.

<b>Criação de templates para as redes sociais</b> , peças gráficas para divulgações permanentes nas mídias sociais: twitter, facebook e instagram.	Criação de templates para as redes sociais.	SIM	1	1	Templates criados para facebook, twitter e instagram.
<b>NÚCLEO DE JORNALISMO</b>					
<b>Produção do Informativo UFRB</b> , <i>house organ</i> da instituição com pautas sobre ensino, pesquisa, extensão e assistência estudantil.	Produção do Informativo UFRB	SIM	4	0	Informativo descontinuado por falta de recursos para impressão.
<b>Produção do Guia de Fontes</b> , 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.
<b>Produção do Press Kit</b> , 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.
<b>Criação de campanhas para as redes sociais</b> , 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.
<b>Cobertura jornalística de eventos</b> , 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.
<b>Reformulação do Informativo UFRB</b> , criação de um novo layout para o <i>house organ</i> da instituição.	Reformulação do Informativo UFRB.	SIM	1	0	Informativo descontinuado por falta de recursos para impressão.
<b>Divulgação no portal UFRB e redes sociais</b> , 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.				
<b>Divulgação nos sites Concursos e Prosel</b> , 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.
<b>NÚCLEO DE RELAÇÕES PÚBLICAS</b>					
<b>Coordenação do processo licitatório para eventos</b> , 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.
<b>Revisão da normatização do ato de colação de grau</b> , 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.
<b>Realização de visitas sociais</b> , 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.
<b>Realização de visitas técnicas a cerimonial de outras universidades</b> , 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.
<b>Realização do cerimonial dos eventos acadêmicos da UFRB</b> , 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.
<b>NÚCLEO DE HIPERMÍDIAS</b>					
<b>Configuração e realização de testes no</b>	Instalação do	SIM	1	1	Sistema funcionando plenamente.

<b>sistema de estatística web Piwik</b> , para o seu funcionamento.	sistema de estatística web Piwik.				
<b>Desenvolvimento do portal de eventos da UFRB</b> , 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.
<b>Aplicação do Questionário de Satisfação do Portal UFRB</b> 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.
<b>Desenvolvimento de site com o mapa dos campi</b> 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	3	0	Não realizado devido à falta de dados sobre os mapas.
<b>Migração dos sites das unidades administrativas</b> que ainda utilizam o CMS Joomla 1.5 como gerenciador de conteúdo.	Migração dos sites das unidades administrativas.	SIM	1	1	Foi realizada a migração 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
<b>Consolidar/Aprimorar e Alimentar o Portal da UFRB.</b>	<b>ASCOM</b>	<b>SIM</b>	META NÃO QUANTITATIVA	META NÃO QUANTITATIVA	<b>REALIZADA</b>
<b>Integrar a Assessoria de Comunicação às Agências de notícias.</b>	<b>ASCOM</b>	<b>SIM</b>	META NÃO QUANTITATIVA	META NÃO QUANTITATIVA	<b>REALIZADA</b>