



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO SUL DA BAHIA
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

PLANO DE DESENVOLVIMENTO DA UNIDADE (PDU ACS 2026-2027)

**Itabuna, BA
Novembro de 2025**

Reitora

Prof^a. Dr^a. Joana Angélica Guimarães da Luz

Vice-Reitor

Prof. Dr. Francisco José Gomes Mesquita

Pró-Reitoria de Planejamento

Sr. Franklin Matos Silva Junior

Pró-Reitoria de Administração

Prof^a. Dr^a. Francismary Alves da Silva

Pró-Reitoria de Gestão Acadêmica

Prof. Dr. Francesco Lanciotti Júnior

Pró-Reitoria de Pós-Graduação

Prof. Dr. Nadson Ressye Simões da Silva

Pró-Reitoria de Extensão

Prof^a. Dr^a. Grasiely Faccin Borges

Pró-Reitoria de Ações Afirmativas

Prof. Dr. Sandro Augusto Silva Ferreira

Pró-Reitoria de Gestão de Pessoas

Sr^a. Claudia Denise Tondolo

Comissão responsável pela elaboração do Plano de Desenvolvimento da Unidade (2026-2027) da Assessoria de Comunicação Social**Assessora de Comunicação**

Malu Silva Carvalho

Setor de Jornalismo

Heleno Rocha Nazário

Seção de Programação Visual

Luele Vilas-Bôas Vésper

Seção de Audiovisual

Ana Luiza Vieira Barreto Onnis

Assistente Administrativa

Giselle Araújo Lima

Sumário

LISTA DE FIGURAS, QUADROS E TABELAS.....	4
LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS.....	5
APRESENTAÇÃO.....	6
BREVE HISTÓRICO DA UNIDADE.....	8
ORGANIZAÇÃO ADMINISTRATIVA.....	9
INFRAESTRUTURA FÍSICA.....	10
ANÁLISE SWOT.....	10
PERFIL DA EQUIPE ACS.....	12
MISSÃO DA UNIDADE.....	13
VISÃO DA UNIDADE.....	14
VALORES DA UNIDADE.....	14
RECURSOS E ORÇAMENTOS.....	14
PLANO DE AÇÃO, INDICADORES E METAS.....	14
EXECUÇÃO E MONITORAMENTO DO PDU.....	19
AVALIAÇÃO DO PDU.....	20
REFERÊNCIA.....	21

LISTA DE FIGURAS, QUADROS E TABELAS

Quadro 1: Matriz de valores institucionais e suas conexões comunicacionais	07
Figura 1: Organograma atual da ACS	09
Figura 2: Análise SWOT	10
Quadro 2: Perfil dos(as) servidores(as) lotados(as) na ACS	12
Quadro 3: Quadro Comparativo da equipe da ACS entre os anos de 2021 a 2025	12
Figura 3: Organograma ideal da ACS	13
Quadro 4: Indicadores da ACS	14
Quadro 5: Plano de ação, indicadores e metas do PDU da ACS	16
Quadro 6: Ações táticas do PDU da ACS com base na aplicação da ferramenta 5W2H	18
Quadro 7: Cronograma de execução das ações táticas do PDU da ACS	19

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

ACS – Assessoria de Comunicação Social

IN/2016 – Instrução Normativa de Comunicação de 2016

PA – Plano de Ação

PDI – Plano de Desenvolvimento Institucional

PDU – Plano de Desenvolvimento da Unidade

RAT – Reunião Tática de Avaliação

TICs – Tecnologias de Informação e Comunicação

UFSB – Universidade Federal do Sul da Bahia

APRESENTAÇÃO

O presente documento apresenta o Plano de Desenvolvimento da Unidade (PDU) para o período de 2026-2027 a ser realizado pela Assessoria de Comunicação Social (ACS) da Universidade Federal do Sul da Bahia (UFSB). Partindo-se dos direcionamentos estabelecidos pelo Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI 2025-2031), o PDU operacionaliza as táticas que devem ser implementadas pelo setor na busca das metas e objetivos estratégicos pactuados na instituição.

Os princípios norteadores da comunicação institucional estão descritos na Instrução Normativa de Comunicação (IN/2016)¹, que concilia aspectos éticos e técnicos oriundos dos estudos de Comunicação Social e as definições normativas que regem a universidade, como a Carta de Fundação (2013)² e o Plano Orientador (2014)³. Como os processos comunicacionais estão sempre em movimento, a IN/2016 está sendo atualizada à luz das mudanças institucionais, considerando também as diretrizes estabelecidas pelo novo Estatuto (2020)⁴.

Um dos principais desafios da Comunicação na Universidade é percebê-la não como estática, mas sim em constante processo de mutação frente a uma nova ordem tecnocultural, guiada pela sociedade da informação, que se estrutura como uma rede. Tal contexto exige que estratégias e conceitos sejam repensados, repactuados e continuamente atualizados para atender às necessidades comunicacionais dos diferentes públicos – e as ações resultantes desse processo devem estar explícitas no PDU.

A comunicação Institucional deve ir além da manutenção de formas mais interativas e produtivas de atuação permanente, deve ser essencialmente dialógica com todos os seus públicos e abarcar todos os segmentos sociais (MUSSE, 2019). Os princípios e valores visados pela UFSB e que também estão contidos na materialização dos processos comunicacionais internos e externos praticados estão descritos no quadro 1, na página seguinte. A valorização dos conhecimentos locais e o constante contato com a comunidade são estratégias essenciais na constituição e legitimação da identidade da UFSB.

¹ O documento está disponível online e pode ser consultado [aqui](#).

² A Carta de Fundação e Estatuto (2013) foram os primeiros documentos norteadores da UFSB. O documento, em volume único, pode ser consultado no [link](#)

³ O documento pode ser conferido na íntegra [aqui](#).

⁴ A Resolução Nº16/2020 estabelece as alterações no Estatuto de 2013 e pode ser consultada [aqui](#)

Quadro 1: Matriz de valores institucionais e suas conexões comunicacionais

Valores	Conexões Comunicacionais
Integração Social	Âmbito Interno: ações, fluxos e canais de comunicação que dialoguem com as fontes de informação não-oficiais, eliminando mal-entendidos e sanando dúvidas. Promover o contato entre as categorias da comunidade universitária, buscando coesão democrática e a divulgação de informações completas, corretas e úteis. Âmbito Externo: dar visibilidade à instituição, promovendo os fluxos de informação por meio dos canais tradicionais e de canais inovadores. Visibilizar as ações da UFSB, provocando o contato com o público externo e favorecer as relações interinstitucionais e instituição-indivíduo são as principais metas
Eficiência Acadêmica	Âmbito Interno: ações de comunicação que priorizem o compartilhamento de informações relevantes para a qualificação do debate institucional sobre a UFSB. Criar cultura de transparência ativa; democratizar informações advindas da Administração; obter reputação de confiabilidade, constância e diálogo construtivo. Âmbito Externo: as ações comunicacionais devem compreender o atendimento a tempo de solicitações e informações da imprensa e dos cidadãos, de modo correto, urbano, empregando linguagem simples e clara.
Compromisso com a Educação Básica	Âmbito Interno: ações de comunicação voltadas para firmar a compreensão da importância da Educação Básica na formação de cidadãos, profissionais e pessoas. Âmbito Externo: ações de comunicação dirigidas a expor as oportunidades da UFSB para os estudantes da Educação Básica e para as comunidades escolares do entorno da universidade, inclusive aquelas que não integram a Rede CUNI.
Promoção do Desenvolvimento Regional	Âmbito Interno: ações de comunicação voltadas para alertar a comunidade acadêmica (especialmente os estudantes) para a conexão de suas atividades acadêmicas com o contexto regional, por meio da ação profissional, empreendedora, ciente de seu lugar e contribuição para a sociedade e a natureza. Âmbito Externo: ações de comunicação dirigidas para visibilizar os esforços da comunidade interna em prol da ligação com os setores produtivos e os movimentos sociais, as pesquisas e as ações extensionistas, conectadas com o ensino. O objetivo é qualificar a UFSB como hub/porto de saberes relevantes para a construção de propostas regionais de desenvolvimento econômico consciente; expor as produções científicas, tecnológicas e empreendedoras gestadas na UFSB para a sociedade; favorecer os esforços institucionais para a interlocução favorável ao desenvolvimento regional equilibrado e sustentável (nos sentidos econômico, social e ambiental).

Fonte: adaptado de IN/2016

É importante destacar que as assessorias das universidades públicas, como parte da estrutura organizacional dessas instituições, cumprem também um importante papel social ao divulgar o conhecimento produzido. É por meio das assessorias de comunicação que se tornam visíveis grande parte da produção institucional nos seus aspectos diversos e diversificados (ensino, pesquisa, extensão, inovação, cultura, etc.).

BREVE HISTÓRICO DA UNIDADE

A Assessoria de Comunicação Social (ACS) é o setor responsável pela gestão da comunicação da UFSB com públicos distintos, tanto os internos (alunos e servidores) quanto os externos, por meio dos canais institucionais de divulgação e do contato com a mídia. Dentre suas atribuições estão:

- produção de notícias
- divulgação e cobertura de eventos
- produção de programação visual , incluindo criação de artes, diagramação de produtos institucionais, gestão da identidade visual da UFSB
- produção audiovisual
- divulgação de resultados de pesquisas
- gestão dos perfis oficiais nas redes Facebook, Instagram e Twitter
- publicação de documentos oficiais
- gerenciamento da página principal do site
- gerenciamento de serviços gráficos

O setor foi criado em 2014, contando inicialmente com um assistente administrativo e um assessor de comunicação. Após o primeiro concurso público da UFSB, a Assessoria de Comunicação Social (ACS) passou a contar com mais dois servidores: uma jornalista e uma assistente administrativa.

O primeiro servidor, assistente administrativo, foi designado para o setor de produção audiovisual, enquanto a segunda assistente passou a atuar na área de programação visual. A jornalista assumiu diversas atribuições da comunicação institucional, com destaque para a produção de notícias destinadas aos canais digitais da universidade.

Em 2016, a equipe foi ampliada com a incorporação de mais um jornalista e de um assistente administrativo, que passou a apoiar tanto as atividades de audiovisual quanto as de programação visual.

Em 2024, a ACS passou a ter um código de vagas em aberto, em razão da remoção do servidor responsável pelo audiovisual para outro setor da universidade, ficando então composta por quatro servidores. Nesse período, passou também a contar com um profissional terceirizado, que atua de forma compartilhada entre a Assessoria e o Conselho Universitário (Consuni).

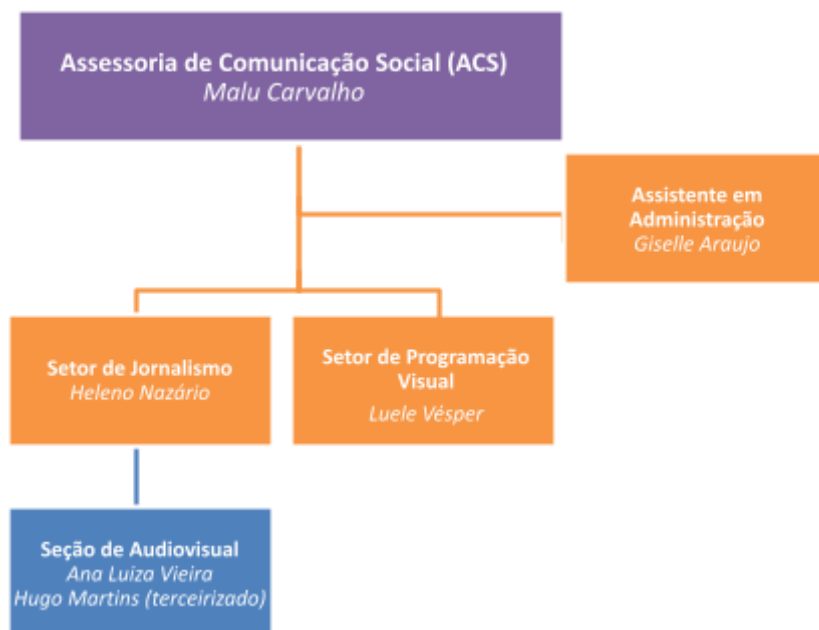
Em 2025, com a realização de novo concurso público, a Assessoria recebeu mais uma servidora, voltando a ser composta por seis integrantes: cinco servidores efetivos e um profissional terceirizado.

A Assessoria de Comunicação Social hoje está vinculada ao Gabinete da Reitoria, embora preste serviços para todas as unidades acadêmicas e administrativas, direta ou indiretamente. Mesmo com equipe reduzida, os serviços prestados hoje englobam as atividades elencadas no item abaixo, resolvendo constantemente as demandas de diferentes setores da comunidade universitária:

ORGANIZAÇÃO ADMINISTRATIVA

A figura abaixo (figura 1) apresenta a organização administrativa atual da Assessoria.

Figura 1: Organograma atual da ACS



Fonte: ACS, 2025

As ações desempenhadas no setor podem ser sintetizadas conforme segue:

- Setor de Jornalismo: composta por um jornalista que é responsável pela produção noticiosa, pela manutenção/moderação dos canais institucionais, criação de campanhas e pelo contato com a imprensa;
- Seção de Audiovisual: integrada pela chefe de Audiovisual e pelo terceirizado. É o local de produção audiovisual e manutenção do canal oficial da UFSB na plataforma YouTube;
- Setor de Programação Visual: onde se localiza a chefe de Programação Visual, espaço onde se idealizam produtos visuais, curadoria da marca UFSB, serviços gráficos e diagramação de campanhas institucionais.

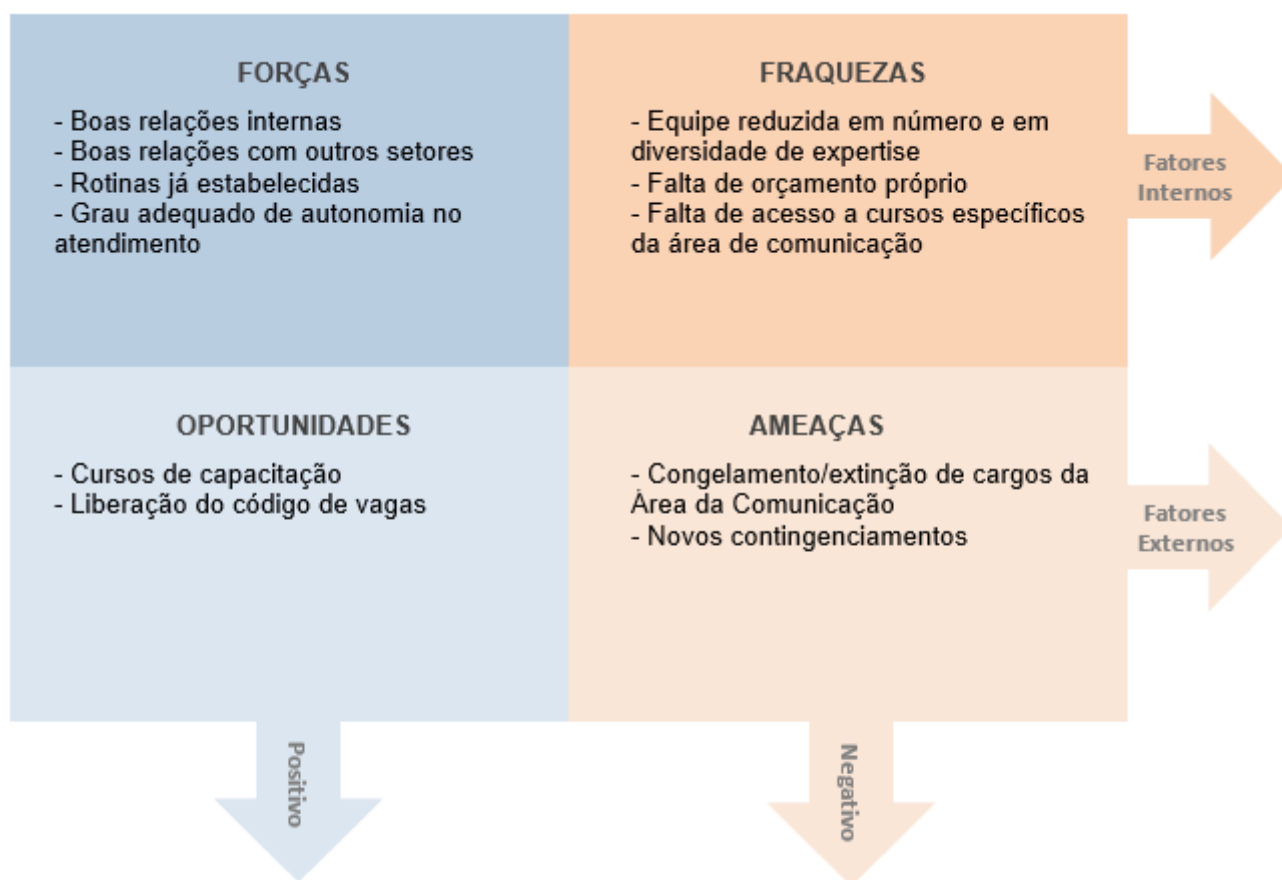
É importante destacar que os setores trabalham alinhados especialmente na produção de campanhas institucionais, bem como no atendimento comunicacional realizado sob demanda dos setores da universidade.

INFRAESTRUTURA FÍSICA

A ACS está localizada na Reitoria, na cidade de Itabuna, ocupando uma sala de 48m², no mesmo pavimento do Gabinete da Reitoria. A sala abriga os dois setores que compõem a Assessoria e a Coordenação da ACS.

ANÁLISE SWOT

Figura 2: Análise SWOT



Sobre as fraquezas

1) Equipe reduzida

Determinadas demandas estão bloqueadas por falta temporária de servidores com perfis adequados para atendê-las (produção de vídeos; planejamento publicitário; planejamento de RP; gestão e planejamento do portal; rotina administrativa).

- Carência de servidor da área de TI - Como o setor não conta com um servidor da área de TI para gerir e planejar atualizações do layout e de funcionalidades do portal, não se consegue realizar mudanças com a rapidez que se poderia ter. Isso implica na impossibilidade de adaptar a página principal a demandas noticiosas e publicitárias mais complexas, e na demora para mudanças relevantes no layout da página;

- Carência de servidor/a da área de Relações Públicas, apto a atividades que incluem comunicação organizacional, planejamento e gestão de eventos, dentre outras típicas da profissão.

- Carência de servidor/a da área de Publicidade, apto a planejar e desenvolver campanhas e ações típicas da área, e em especial a gestão de perfis em redes sociais em conexão com outras ferramentas de comunicação;

- Carência de servidor/a da área de Audiovisual, apto a atividades de planejamento, produção e edição de vídeos em gêneros diversos com finalidade institucional, gestão do portfólio de vídeos (memória)

- Carência de servidor/a da área administrativa geral, para atividades de organização e guarda de documentos, gestão de diárias, compras, contratos.

2) Falta de orçamento próprio

Reduz possibilidades de expansão do reconhecimento da imagem da UFSB. Essa carência também inibe iniciativas que poderiam atender amplamente a universidade, como o planejamento de aquisições de serviços gráficos e audiovisuais, por exemplo.

3) Falta de acesso a cursos específicos da área de Comunicação

Afeta a atualização de conhecimentos e expertises dos servidores perante a constante inovação tecnológica e processual no campo da Comunicação. Há histórico de solicitações de cursos não realizados por diferentes motivos.

Que melhorias são desejáveis?

Expertises, quantitativos e princípios de emprego sugeridos

É importante que a ACS incorpore a gestão visual e funcional da página principal do portal, passando a contar com um analista de TI com perfil de gestão de página e portal, noções de design para web e configuração de CMS, dentre outras expertises relacionadas com planejamento, melhoramento e edição da página principal do portal. Essa incorporação tende a exigir um contato frequente com a Pró-Reitoria de Tecnologias da Informação e Comunicação (PROTIC) para alinhamento de iniciativas e a liberar a pró-reitoria de demandas relacionadas ao aspecto de comunicação social da gestão do portal.

Os quantitativos de pessoas nos perfis indicados, embora dependam de fatores externos à instituição para seu preenchimento, devem ser reconhecidos pela gestão como demandas essenciais para expandir a qualidade e o espectro das ações da ACS, seja em termos de aprimoramento dos canais e ações já existentes, seja para a criação de novas mídias.

Como visão de longo prazo, considera-se que, além da estrutura central de comunicação institucional e social (a ACS), é positivo que cada campus passe a contar com uma equipe local, reduzida, de servidores da área de Comunicação, para ampliar a capacidade de produção com padronização da qualidade de atendimento nos três campus. Sugere-se uma trinca (Jornalista, RP, Audiovisual) como forma de ofertar condições iguais de atendimento em cada campus.

PERFIL DA EQUIPE ACS

Integram o setor cinco servidores(as) técnico-administrativos(as). O quadro abaixo (quadro 2), demonstra o perfil dos servidores atuantes no setor.

Quadro 2: Perfil dos(as) servidores(as) lotados na ACS

Nome	Cargo	Categoria	Escolaridade	Reg. Jur.	Situação
Ana Luiza Vieira Barreto Onnis	Assistente em Administração	Técnico-Administrativo	Mestranda	Estatutário	Ativo Permanente
Heleno Rocha Nazário	Jornalista	Técnico-Administrativo	Mestrado	Estatutário	Ativo Permanente
Hugo Martins de Santana	Auxiliar de Áudio e Vídeo	Terceirizado	Ensino Superior	CLT	Ativo
Giselle Araújo Lima	Assistente em Administração	Técnico-Administrativo	Ensino Superior	Estatutário	Ativo Permanente
Luele Vilas-Bôas Vésper	Assistente em Administração	Técnico-Administrativo	Mestrado	Estatutário	Ativo Permanente
Malu Silva Carvalho	Jornalista	Técnico-Administrativo	Mestrado	Estatutário	Ativo Permanente

Fonte: SIG, 2025.

Quadro 3: Quadro Comparativo da equipe da ACS entre os anos de 2021 a 2025

Quadro Comparativo			
2021	2022	2024	2025
06 servidores	05 servidores	04 servidores e 01 terceirizado	05 servidores e 01 terceirizado
Setor de Conteúdo Digital	Extinto	Extinto	Extinto
Seção de Audiovisual – 02 servidores	Seção de Audiovisual – 02 servidores	Seção de Audiovisual – 01 servidor e 01 terceirizado	Seção de Audiovisual – 01 servidor e 01 terceirizado

-	Setor de Jornalismo – 01 servidor	Setor de Jornalismo – 01 servidor	Setor de Jornalismo – 01 servidor
Seção de Programação Visual – 01 servidor	Seção de Programação Visual – 01 servidor	Seção de Programação Visual – 01 servidor	Setor de Programação Visual – 01 servidor
-	-	-	Assistente Administrativo - 01 servidor

A partir do quadro comparativo, observa-se que a ACS, mesmo acumulando mais demandas e executando um maior número de atividades, teve sua equipe reduzida. Já o cenário ideal, abaixo representado, aponta para uma estrutura capaz de responder adequadamente às exigências da Assessoria, garantindo distribuição equilibrada das tarefas e evitando o acúmulo de funções.

Figura 2: Organograma Cenário Ideal da ACS



A partir do cenário ideal, observa-se que a Assessoria opera com um déficit de pelo menos cinco pessoas, caso ela trabalhasse sozinha em seu setor ou seção. Essa lacuna impede que todas as funções sejam plenamente executadas e compromete a efetividade das ações realizadas. Isso ocorre porque um(a) mesmo(a) servidor(a) precisa desempenhar simultaneamente suas próprias atividades e aquelas relativas a setores que ainda não possuem equipe formalizada na estrutura da ACS, mas que seguem sendo demandados tanto pela comunidade interna quanto externa.

MISSÃO DA UNIDADE

Promover o diálogo entre a UFSB e seus públicos de modo eficaz, legitimando as ações de ensino, pesquisa, extensão, inovação, criação e cultura através de estratégias de comunicação transparente, ampliada e cidadã.

VISÃO DA UNIDADE

Ser reconhecido como órgão essencial para a construção positiva da imagem institucional perante a sociedade e para o bom funcionamento dos fluxos comunicacionais na instituição.

VALORES DA UNIDADE

Fazendo eco aos princípios institucionais, os valores da unidade são:

- Divulgação alinhada aos princípios institucionais;
- Presença dialógica e efetiva;
- Colaboração para e pela comunicação na UFSB;
- Valorização das ações universitárias.

RECURSOS E ORÇAMENTOS

A ACS não gerencia um orçamento próprio, de modo que não há previsão de recursos para despesas recorrentes tais como diárias, contratos e aquisições. Isso significa que não se realizam ações promocionais da UFSB, seja de caráter esporádico ou constante, que não sejam as de zero custo para a instituição, como o uso do portal e dos perfis em redes sociais e a obtenção de mídia espontânea (quando os veículos cobrem algum assunto de interesse) e a gratuita (o aproveitamento dos press releases).

PLANO DE AÇÃO, INDICADORES E METAS

Os indicadores, as ações e as metas sob a égide da ACS integram o tema estratégico Gestão, especificamente o objetivo estratégico 1: fomentar o fortalecimento da imagem institucional. O quadro na sequência (quadro 3) destaca os indicadores que serão alvo das ações da ACS no período 2025-2031, conforme destacados no PDI.

Quadro 4: Indicadores da ACS

OE4-4 Fortalecimento de normas e fluxos de comunicação	Quantitativo de atendimento de divulgações demandadas à ACS	60	60	60	60	60	60	60
OE4-4 Fortalecimento de normas e fluxos de comunicação	Quantitativo de geração de notícias propostas pela ACS	60	60	60	60	60	60	60
OE4-4 Fortalecimento de normas e fluxos de comunicação	Revisão de IN de Comunicação Social	1	1	1	1	1	1	1
OE4-4 Fortalecimento de normas e fluxos de comunicação	Quantidade de ações de comunicação em conjunto com a comunidade universitária (redes sociais)	48	48	48	48	48	48	48
OE4-4 Fortalecimento de normas e fluxos de comunicação	Quantidade de produtos de programação visual (artes)	120	120	120	120	120	120	120

Fonte: PDI UFSB 2025-2031, 2025.

Os indicadores escolhidos para mensurar a eficácia, eficiência e efetividade das ações de comunicação voltadas para o fortalecimento de normas e fluxos de comunicação da UFSB, conforme o Objetivo Estratégico 4-4 (PDI 2025-2031, p. 127), são:

- 1) Quantitativo de atendimento de divulgações demandadas à ACS: incluindo produção de vídeos para redes sociais, notícias, matérias de divulgação de ciência, eventos, e demais produtos de caráter informativo, voltados para os públicos interno e externo, incluindo envio para redes sociais e imprensa, quando cabível;
- 2) Quantitativo de geração de notícias propostas pela ACS: matérias noticiosas da universidade a partir de pautas propostas pela ACS e enviadas para redes e imprensa;
- 3) Revisão da IN de Comunicação Social: rodada anual de avaliação e atualização da IN, incluindo, dentro da possibilidade, apresentação e escuta da comunidade sobre melhorias, rumo a uma construção de Política de Comunicação;
- 4) Quantidade de ações de comunicação em conjunto com a comunidade universitária da UFSB nas redes sociais: inclui produção de vídeos, posts e campanhas com a participação de discentes, docentes e técnicos/as;
- 5) Quantidade de produtos de programação visual (artes): produção de artes para campanhas em variados formatos para meios digitais, eletrônicos e impressos.

Quadro 5: Plano de ação, Indicadores e Metas do PDU ACS

Objetivo Estratégico do PDI	Programa Estratégico do PDI da UFSB 2025-2031	Ações Táticas do PDU	ODS	Indicadores do PDU	Fórmula	Metas	
						2026	2027
	Fortalecer normas e fluxos de comunicação	1. Padronizar e atualizar anualmente a Instrução Normativa de Comunicação UFSB	4	Existência da versão atualizada da Instrução publicada no site	Número absoluto	01	01
		2. Implantar/revisar fluxos formais de comunicação interna entre Assessoria e demais setores	4	Quantidade de demandas recebidas via fluxo oficial	Número absoluto	03	03
		3. Realizar capacitações periódicas com servidores e estudantes sobre boas práticas de comunicação	4	Número de participantes capacitados	Número absoluto	10	50
		4. Atualizar o calendário institucional de comunicação e campanhas anuais	4	Calendário publicado e amplamente divulgado no início do ano	Número absoluto	01	01

		5. Melhorar e integrar os canais institucionais das redes sociais	4	Alcance na principal rede social (Instagram)	Somatório	100.000	150.000
				Taxa de engajamento na principal rede social (Instagram)	Somatório	1,50%	2%
				Número de Seguidores na principal rede social (Instagram)	Somatório	25.000	30.000
		2. Implantar fluxos formais de comunicação interna entre Assessoria e demais setore	4	Quantidade de notícias propostas pela Assessoria	Número absoluto	60	60

Fonte: Elaborado pela Comissão de elaboração do PDU da ACS com base no Manual PDU 2025 DIRPLAN/ PROPA

Quadro 6: Ações táticas do PDU da ACS com base na aplicação da ferramenta 5W2H

Plano de Ação	Resultado Esperado	Local	Início (DD/MM/AAA)	Duração (dias)	Responsáveis	Como será feito	Custos/ Valores
1 Padronizar e atualizar anualmente a Instrução Normativa de Comunicação UFSB	Uniformização da identidade visual e do padrão de comunicação institucional, reduzindo inconsistências e orientando a atuação de todos os setores.	ACS	Ano 1 01/01/2026 Ano 2 01/12/2026	90 dias cada ano	Luele Vésper Malu Carvalho Heleno Nazário	Revisão anual do documento pela Assessoria de Comunicação.	n /
2. Implantar/revisar fluxos formais de comunicação interna entre Assessoria e demais setores	Organização, agilidade e transparência no envio, recebimento e acompanhamento das demandas de comunicação.	ACS	01/04/2026	420	Malu Carvalho Heleno Nazário	Criação/revisão de fluxos para demandas da UFSB.	n /
3. Realizar capacitações periódicas com servidores e estudantes sobre boas práticas de comunicação	Melhoria da qualidade das solicitações e materiais enviados pelos setores, reduzindo retrabalhos e fortalecendo o padrão institucional.	ACS	Ano 1 01/07/2026 Ano 2 03/03/2027	90 dias cada ano	Malu Carvalho Heleno Nazário	Elaboração de oficinas sobre redação institucional, fotografia, acessibilidade digital, uso do manual e boas práticas para redes sociais.	n /
4. Criar um calendário institucional de comunicação e campanhas anuais	Comunicação previsível, planejada e alinhada às datas institucionais, nacionais e temáticas relevantes.	ACS	Etapa 1 01/01/2026 Etapa2	60 dias cada	Giselle Araújo	Levantamento anual de eventos, datas comemorativas, campanhas e ações da UFSB.	n /

			01/11/2026	ano			
5. Melhorar e integrar os canais institucionais de comunicação (site, e-mail, redes sociais)	Comunicações mais claras, atualizadas e coerentes entre todos os canais da UFSB, aumentando a qualidade da informação ao público interno e externo.	ACS	01/01/2026	730	Ana Luiza Onnis Heleno Nazário Luele Vésper Malu Carvalho Giselle Araújo	Revisão contínua do site e padronização de redação e identidade visual.	n /

Fonte: Elaborado pela Comissão de elaboração do PDU da ACS com base no Manual PDU 2025 DIRPLAN/ PROPA

EXECUÇÃO E MONITORAMENTO DO PDU

O quadro 06 apresenta o cronograma de execução das ações táticas do PDU da ACS que serão monitoradas pelo dirigente máximo da Assessoria, sendo, por este motivo, o Assessor de Comunicação responsável.

Quadro 07: Cronograma de execução das ações táticas do PDU da ACS

Ações táticas do PDU da ACS	ANO 1												ANO 2											
	MESES												MESES											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1 Padronizar e atualizar anualmente a Instrução Normativa de Comunicação UFSB	X	X	X										X	X	X									
2. Implantar fluxos formais de comunicação interna entre Assessoria e demais setores				X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X								

3. Realizar capacitações periódicas com servidores e estudantes sobre boas práticas de comunicação							X	X	X						X	X	X							
4. Criar um calendário institucional de comunicação e campanhas anuais	X	X									X	X												
5. Melhorar e integrar os canais institucionais de comunicação (site, e-mail, redes sociais)	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

Fonte: Elaborado pela Comissão de elaboração do PDU da ACS com base no Manual PDU 2021 DIRPLAN/ PROPA

O monitoramento das atividades se dará pelo dirigente máximo da unidade.

AVALIAÇÃO DO PDU

A avaliação do plano será realizada por meio da Reunião Tática de Avaliação (RAT), “que tem por objetivo acompanhar, de forma permanente, o desempenho dos elementos analíticos do PDU (ações, indicadores e metas), de modo a assegurar o alcance dos objetivos estratégicos contidos no mapa estratégico da UFSB” (MANUAL PDU UFSB, 2021, p. 23).

A ACS realizará a RAT duas vezes ao ano: no final do primeiro semestre e ao final do segundo semestre. A primeira RAT analisará os dados obtidos para verificar a execução das ações previstas, diagnosticar dificuldades e propor ajustes no PDU.

A segunda reunião analisará a realização das ações e o alcance das metas, além de congrega as informações para elaboração do relatório final de avaliação do PDU. O relatório compreenderá o registro das dificuldades de execução, a proposta de ajustes para o ano seguinte e, se for caso, a justificativa do não alcance das metas. O relatório será apreciado pela equipe da ACS, e os resultados obtidos serão apresentados e (ou) disponibilizados à comunidade acadêmica e à sociedade em geral através da página oficial do setor no Portal da UFSB. Os resultados advindos do Plano de Ação para o desenvolvimento do

setor servirão de base para a elaboração do próximo plano da unidade e subsidiarão a elaboração do PDI da UFSB para o período seguinte.

REFERÊNCIA

MANUAL PDU UFSB. **Manual de elaboração e implementação do plano de desenvolvimento da unidade**. Itabuna: PRÓ-REITORIA DE PLANEJAMENTO E AD- MINISTRAÇÃO COORDENAÇÃO DE PLANEJAMENTO E ORÇAMENTO, UFSB, 2021, 25p.

MUSSE, C.R. (Org.). **Comunicação e universidade: reflexões e críticas**. Curitiba: Appris, 2019.

YANAZE, M.H. **Retorno de investimentos em comunicação**. [Livro Eletrônico]. 2.ed. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2013.