



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

PLANO DE DESENVOLVIMENTO DA UNIDADE
(PDU ACS 2021-2022)

Itabuna, BA
Maio de 2021

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

Pró-Reitoria de Planejamento e Administração
Prof. Dr. Francisco José Gomes Mesquita
Diretoria de Planejamento
Sr. Franklin Matos Silva Junior

Pró-Reitoria de Gestão Acadêmica
Prof. Dr. Francesco Lanciotti Junior

Pró-Reitoria de Pós-Graduação
Prof. Dr. Rogério Hermida Quintella

Pró-Reitoria de Extensão
Prof^a. Dr^a. Lilian Reichert Coelho

Pró-Reitoria de Ações Afirmativas
Prof. Dr. Sandro Augusto Silva Ferreira

Pró-Reitoria de Gestão para Pessoas
Sra. Claudia Denise Tondolo

Comissão responsável pela elaboração do Plano de Desenvolvimento da Unidade
(2021-2022) da Assessoria de Comunicação Social

Assessora de Comunicação
Joseline Pippi

Setor de Conteúdo Digital
Malu Silva Carvalho
Heleno Rocha Nazário

Seção de Audiovisual
Aquilino Paiva Lins Junior
Ana Luiza Vieira Barreto Onnis

Seção de Programação Visual
Luele Vilas-Bôas Vésper

SUMÁRIO

LISTA DE FIGURAS, QUADROS E TABELAS	iv
LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS	v
APRESENTAÇÃO	6
BREVE HISTÓRICO DA UNIDADE.....	8
ORGANIZAÇÃO ADMINISTRATIVA	9
INFRAESTRUTURA FÍSICA	10
PERFIL DOS(AS) SERVIDORES(AS)	11
MISSÃO DA UNIDADE	11
VISÃO DA UNIDADE	11
VALORES DA UNIDADE	12
PLANO DE AÇÃO, INDICADORES E METAS	12
EXECUÇÃO E MONITORAMENTO DO PDU.....	16
AVALIAÇÃO DO PDU.....	17
REFERÊNCIA.....	18

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: Layout do pavimento 4, prédio da Reitoria	10
Quadro 2: Perfil dos(as) servidores(as) lotados(as) na ACS	11
Quadro 3: Indicadores da ACS	12
Quadro 4: Plano de ação, indicadores e metas do PDU da ACS	14
Quadro 5: Ações táticas do PDU da ACS com base na aplicação da ferramenta 5W2H	15
Quadro 06: Cronograma de execução das ações táticas do PDU da ACS	16

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 2021-2022 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 2020-2024), 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

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](#).

contato com a comunidade são estratégias essenciais na constituição e legitimação da identidade da UFSB.

Quadro 1: Matriz de valores institucionais e suas conexões comunicacionais

Valores	Conexões Comunicacionais
Integração Social	<p>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.</p> <p>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.</p>
Eficiência Acadêmica	<p>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.</p> <p>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.</p>
Compromisso com a Educação Básica	<p>Âmbito Interno: ações de comunicação voltadas para firmar a compreensão da importância da Educação Básica na formação de cidadãos, profissionais e pessoas.</p> <p>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.</p>
Promoção do Desenvolvimento Regional	<p>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.</p> <p>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).</p>

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:

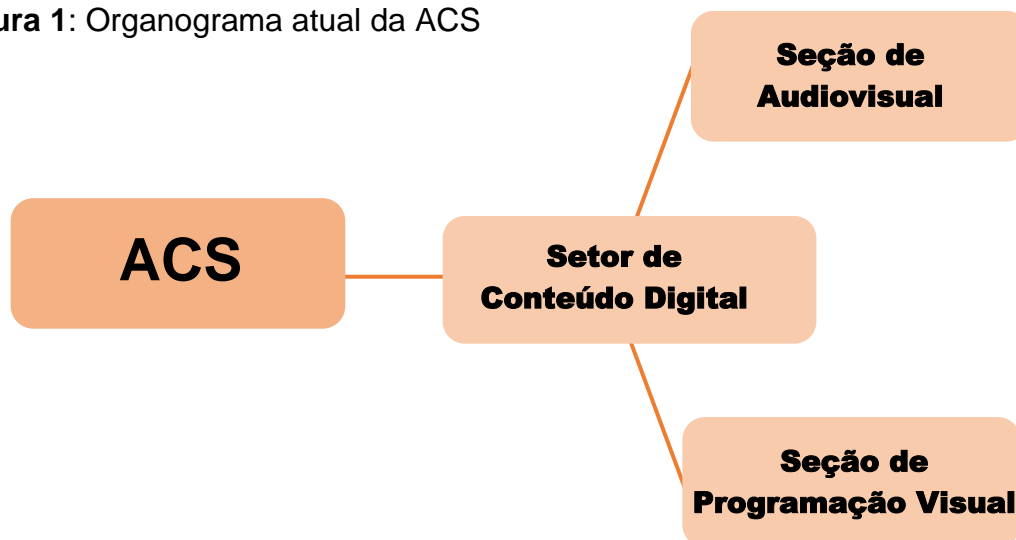
- O preparo e a divulgação de conteúdo audiovisual, notícias e programação visual para os canais institucionais (portal, informativo interno, perfis oficiais nas plataformas de redes sociais Facebook, Instagram, Youtube e Twitter);
- A gestão da identidade visual da UFSB;
- O monitoramento da imagem da instituição em diferentes canais.

O setor foi criado em 2015, contando com uma jornalista e o Assessor de Comunicação. A jornalista desempenhou as atividades diversas da área, dando atenção à produção de notícias para os canais institucionais (digitais). Posteriormente, recebeu mais dois colaboradores que foram designados para os setores de programação visual e produção audiovisual. Apenas em 2016 foram agregados à equipe mais um jornalista e uma colega que auxilia na produção audiovisual.

ORGANIZAÇÃO ADMINISTRATIVA

A figura abaixo (figura 1) apresenta a organização administrativa do setor.

Figura 1: Organograma atual da ACS



Fonte: ACS, 2021

Atualmente a ACS conta com seis servidores/as lotadas no setor: dois Jornalistas e três Assistentes em Administração, além da Coordenação, que é desempenhada por uma docente. As ações desempenhadas no setor podem ser sintetizadas conforme segue (conf. IN/2016):

- Setor de Conteúdo Digital: composta por dois jornalistas que são responsáveis pela produção noticiosa, pela manutenção/moderação dos canais institucionais e pelo contato com a imprensa;
- Seção de Audiovisual: integrada pelo Coordenador de Audiovisual e pela Assistente de Audiovisual é o local de produção audiovisual e manutenção do canal oficial da UFSB na plataforma YouTube;
- Seção de Programação Visual: onde se localiza a Coordenação de Programação Visual, espaço onde se idealizam produtos visuais, curadoria da marca UFSB e diagramação de campanhas institucionais.

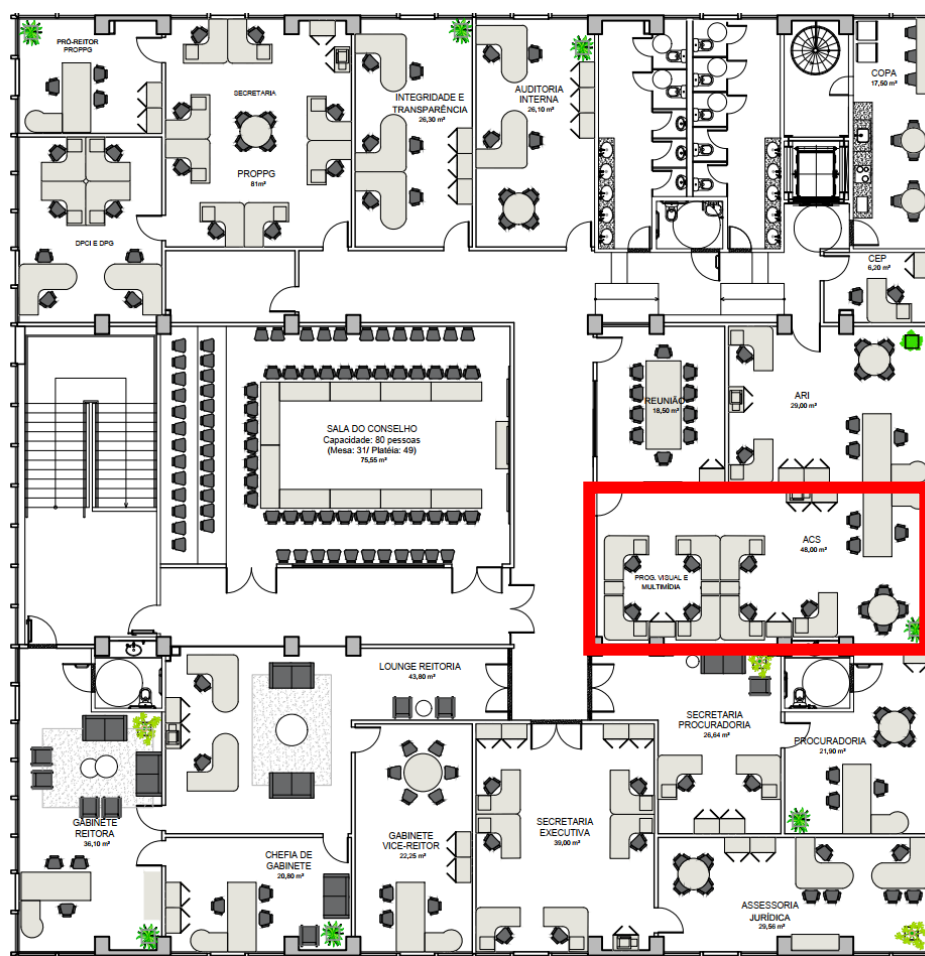
É importante destacar que os setores trabalham alinhados especialmente na produção de campanhas institucionais, bem como no atendimento comunicacional realizado sob demanda dos setores da universidade.

INFRAESTRUTURA FÍSICA

Atualmente a ACS ocupa duas salas no primeiro andar do prédio da reitoria, no Campus Jorge Amado. As salas se localizam no Gabinete da Reitoria, uma abriga as sessões de audiovisual e programação visual; a outra é ocupada pela Coordenação da ACS e pelo Setor de Conteúdo Digital.

No prédio novo da reitoria, localizado em Itabuna, a ACS ocupará uma sala de 48m² no mesmo pavimento do Gabinete da Reitoria. A sala abrigará os dois setores e a Coordenação da ACS. Nesta configuração, a equipe estará alocada em espaço único, facilitando a realização de tarefas e projetos em conjunto. Abaixo, a figura 2, ilustra o pavimento no qual está alocada a ACS no prédio novo (sala em destaque).

Figura 2: Layout do pavimento 4, prédio da Reitoria



Fonte: Dinfra/Propa, 2021.

PERFIL DOS(AS) SERVIDORES(AS)

Integram o setor cinco servidores(as) técnico-administrativos(as) e a coordenação do setor está ocupada por uma docente. 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	Ensino Superior	Estatutário	Ativo Permanente
Aquilino Paiva Lins Junior	Assistente em Administração	Técnico-Administrativo	Mestrado	Estatutário	Ativo Permanente
Joseline Pippi	Professora do Magistério Superior	Docente	Doutorado	Estatutário	Ativo Permanente
Heleno Rocha Nazário	Jornalista	Técnico-Administrativo	Mestrado	Estatutário	Ativo Permanente
Luele Vilas-Bôas Vésper	Assistente em Administração	Técnico-Administrativo	Ensino Superior	Estatutário	Ativo Permanente
Malu Silva Carvalho	Jornalista	Técnico-Administrativo	Ensino Superior	Estatutário	Ativo Permanente

Fonte: SIG, 2021.

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.

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 2021-2024, conforme destacados no PDI.

Quadro 3: Indicadores da ACS

TEMA ESTRATÉGICO – GESTÃO						
▶ OBJETIVO ESTRATÉGICO 01: Fomentar o fortalecimento da imagem institucional (ACS)						
INDICADORES	METAS					
	ANO BASE 2019	2020	2021	2022	2023	2024
Número de publicações noticiosas no site institucional/portal	300	320	320	340	340	360
Número de releases encaminhados para os veículos de comunicação	60	70	70	80	80	90
Número de produções audiovisuais	20	30	30	40	40	40
Número de publicações visuais/gráficas referentes a campanhas institucionais	19	23	25	30	30	30
Número de publicações do informativo interno(edição mensal)/comunicação interna	12	12	12	12	12	12

Fonte: PDI UFSB 2020-2024, 2021.

Os indicadores escolhidos para mensurar a eficácia, eficiência e efetividade das ações de comunicação voltadas para o fortalecimento da imagem da UFSB, atendendo ao objetivo estratégico 01, são:

- 1) Número de publicações noticiosas no portal: notícias, matérias de divulgação de ciência, eventos, e demais produtos de caráter informativo, voltados para os públicos interno e externo;

- 2) Número de releases encaminhados para os veículos de comunicação: matérias noticiosas da universidade produzidas pela ACS e enviadas para a imprensa regional, estadual e nacional;
- 3) Número de produções audiovisuais: vídeos institucionais, campanhas institucionais, animações e demais produtos desenvolvidos com o objetivo de dar visibilidade à instituição, realizados em parceria ou com produção própria;
- 4) Número de publicações visuais/gráficas referentes a campanhas institucionais: cards, cartazes, banners, arte para ações e campanhas da instituição para divulgação nos canais oficiais da UFSB;
- 5) Número de edições do informativo: o boletim informativo sofreu alteração em maio de 2020, devido à pandemia. Passou a ser encaminhado por meio do Whatsapp. De 12, passaram a ser 46 edições anuais. O objetivo do Boletim Informativo da UFSB é divulgar os destaques noticiosos para a comunidade interna (servidores e estudantes). Uma versão resumida é encaminhada também para a comunidade externa. O quadro da página seguinte (quadro 4) descreve de forma sucinta o objetivo estratégico 01: fomentar o fortalecimento da imagem institucional.

Na página 14, o quadro 05 descreve de modo objetivo o plano de ação a ser operacionalizado pelo setor.

Quadro 4: Plano de ação, Indicadores e Metas do PDU ACS

Objetivos estratégicos do PDI da UFSB 2020-2024	Ações táticas do PDU do ACS	Indicadores do PDU	Fórmula	Metas	
				2021	2022
Fomentar o fortalecimento da imagem institucional da UFSB	1. Conscientizar os pares a respeito da importância de divulgar o que é produzido nos setores (comunicação interna e externa)	Número de publicações noticiosas no portal	Número absoluto	320	340
	2. Intensificar o contato com a imprensa (local, regional, estadual e nacional)	Número de releases encaminhados para os veículos de comunicação	Número absoluto	70	80
	3. Inventariar as produções já realizadas e a avaliar a necessidade de atualização	Número de produções audiovisuais	Número absoluto	30	40
	4. Calendarizar as demandas institucionais sazonais de audiovisual; calendarizar as demandas de eventos institucionais	Número de produções audiovisuais sob demanda	Número absoluto	25	30
	5. Calendarizar as demandas institucionais sazonais; calendarizar as demandas de eventos institucionais	Número de publicações visuais/gráficas referentes a campanhas institucionais	Número absoluto	25	30
	6. Conscientizar os pares sobre a importância do informativo para a comunicação interna e ampliar a adesão de inscritos	Número de edições do informativo	Número absoluto	12	46

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

Quadro 5: 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)	Responsável	Como será feito	Custos/Valores
1. Conscientizar os pares a respeito da importância de divulgar o que é produzido nos setores (comunicação interna e externa)	Aumento do número de notícias postadas no portal	ACS	01/01/2020	730	Malu Silva Carvalho	Incrementar a produção de notícias sobre as produções da universidade	n/
2. Intensificar o contato com a imprensa (local, regional, estadual e nacional)	Aumento do número de releases encaminhados para imprensa	ACS	01/01/2020	730	Heleno Rocha Nazário	Ampliar o mailing list e sistematizar o clipping;	n/
3. Inventariar as produções já realizadas e a avaliar a necessidade de atualização	Atualização dos vídeos institucionais	ACS	01/01/2020	730	Aquilino Lins Paiva Junior	Renovar e atualizar os vídeos institucionais	n/
4. Calendarizar as demandas institucionais sazonais; calendarizar as demandas de eventos institucionais	Atualização do calendário sazonal de produção audiovisual	ACS	01/01/2020	730	Ana Luiza Vieira Barreto Onnis	Ampliar o portfólio de vídeos sob demanda	n/
5. Calendarizar as demandas institucionais sazonais; calendarizar as demandas de eventos institucionais	Ampliação do número de publicações visuais/gráficas referentes a campanhas institucionais	ACS	01/01/2020	730	Luele Vilas-Boas Vesper	Incrementar a circulação de produtos visuais	n/
6. Conscientizar os pares sobre a importância do informativo para a comunicação interna e ampliar a adesão de inscrites	Ampliação da lista de envio do informativo semanal	ACS	01/01/2020	730	Joseline Pippi	Ampliar e intensificar a divulgação do Boletim Informativo da UFSB	n/

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

EXECUÇÃO E MONITORAMENTO DO PDU

O quadro 06 apresenta o cronograma de execução das ações táticas do PDU da ACS.

Quadro 06: 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
Conscientizar os pares a respeito da importância de divulgar o que é produzido nos setores (comunicação interna e externa)	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Intensificar o contato com a imprensa (local, regional, estadual e nacional)	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Inventariar as produções já realizadas e a avaliar a necessidade de atualização	X	X	X										X	X	X									
Calendarizar as demandas institucionais sazonais de audiovisual; calendarizar as demandas de eventos institucionais										X	X	X										X	X	X
Calendarizar as demandas institucionais sazonais; calendarizar as demandas de eventos institucionais										X	X	X										X	X	X
Conscientizar os pares sobre a importância do informativo para a comunicação interna e ampliar a adesão de inscritos			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

Pontua-se que a gestão do Plano de Ação é de responsabilidade do dirigente máximo da unidade. Para cada ação planejada, será indicado a/o responsável pela execução da ação, bem como registro da execução das atividades, dificuldades e problemas encontrados. Ajustes, adequações ou alteração no Plano de Ação deverão ser sugeridos quando necessário.

“O monitoramento da execução do plano é de responsabilidade da unidade, que deverá designar setor/setores ou servidor/servidores para acompanhar o cronograma de execução, realizar o acompanhamento das ações/atividades e coletar as informações. Os dados obtidos com o monitoramento deverão subsidiar o processo decisório da unidade ao longo da execução do plano” (MANUAL PDU UFSB, 2021, p. 22).

O acompanhamento será realizado através da ferramenta FORPDI.

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 ADMINISTRAÇÃO 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.