



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

**PLANO DE DESENVOLVIMENTO DA UNIDADE
(PDU ACS 2023-2024)**

**Itabuna, BA
Novembro de 2022**

Reitora

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

Vice-Reitor

Prof. Dr. Francisco José Gomes Mesquita Diretoria

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 Junior

Pró-Reitoria de Pós-Graduação

Prof^a. Dr^a. Maria do Carmo Rebouças da Cruz Ferreira dos Santos

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 de Pessoas

Sr^a. Claudia Denise Tondolo

**Comissão responsável pela elaboração do Plano de Desenvolvimento da Unidade (2023-2024)
da Assessoria de Comunicação Social****Assessora de Comunicação**

Malu Silva Carvalho

Setor de Jornalismo

Heleno Rocha Nazário

Seção de Audiovisual

Ana Luiza Vieira Barreto Onnis

Paulo Andrade Magalhães Filho

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.....	8
ANÁLISE SWOT	13
PERFIL DOS(AS) SERVIDORES(AS)	14
MISSÃO DA UNIDADE	15
VISÃO DA UNIDADE	15
VALORES DA UNIDADE	15
RECURSOS E ORÇAMENTOS.....	15
PLANO DE AÇÃO, INDICADORES E METAS	15
EXECUÇÃO E MONITORAMENTO DO PDU	21
AVALIAÇÃO DO PDU	23
REFERÊNCIA	23

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: Organograma Cenária Ideal da ACS	10
Figura 3: Organograma Cenário Mínimo da ACS	11
Figura 4: Organograma Cenário Atual da ACS	12
Quadro 2: Perfil dos(as) servidores(as) lotados(as) na ACS	14
Quadro 3: Indicadores da ACS	16
Quadro 4: Plano de ação, indicadores e metas do PDU da ACS	18
Quadro 5: Ações táticas do PDU da ACS com base na aplicação da ferramenta 5W2H	20
Quadro 06: Cronograma de execução das ações táticas do PDU da ACS	21

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 2023-2024 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)²e 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	<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:

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

O setor foi criado em 2014, contando com um assistente administrativo e um Assessor de Comunicação. Em seguida, logo após o primeiro concurso da UFSB, a ACS passou a ter mais dois servidores: uma jornalista e uma assistente administrativa.

O primeiro servidor, assistente administrativo, foi designado para o setor de produção audiovisual. O segundo assistente, para o setor de programação visual. A jornalista desempenhou as atividades diversas da área, dando atenção à produção de notícias para os canais institucionais (digitais). Apenas em 2016 foram agregados à equipe mais um jornalista e uma colega que auxilia na produção audiovisual.

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 seguintes atividades, resolvendo constantemente as demandas de diferentes setores da comunidade universitária:

ORGANIZAÇÃO ADMINISTRATIVA

A figura abaixo (figura 1) apresenta a organização administrativa do a partir de agosto de 2022.

Figura 1: Organograma atual da ACS



Fonte: ACS, 2022

Atualmente a ACS conta com cinco servidores/as lotadas no setor: dois Jornalistas e três Assistentes em Administração. 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 e pelo contato com a imprensa;
- Seção de Audiovisual: integrada pela Coordenadora de Audiovisual e pelo 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.

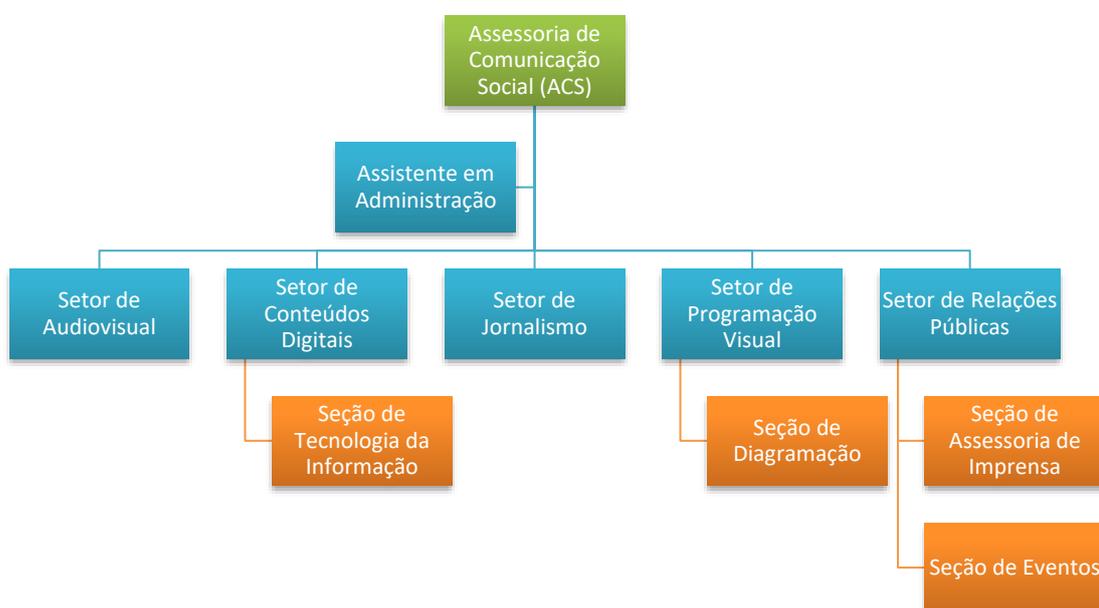
Quadro Comparativo	
2021	2022
06 servidores	05 servidores
Setor de Conteúdo Digital	Extinto
Seção de Audiovisual – 02 servidores	Seção de Audiovisual – 02 servidores
-	Seção de Jornalismo – 01 servidor
Seção de Programação Visual – 01 servidor	Seção de Programação Visual – 01 servidor

A partir do quadro comparativo, nota-se que a ACS, apesar de possuir mais demandas e realizar mais atividades, teve seu quadro de servidores diminuído.

Cenário Ideal

O cenário ideal prevê o melhor cenário para as demandas da Assessoria, bem como a divisão de tarefas sem cúmulo de funções.

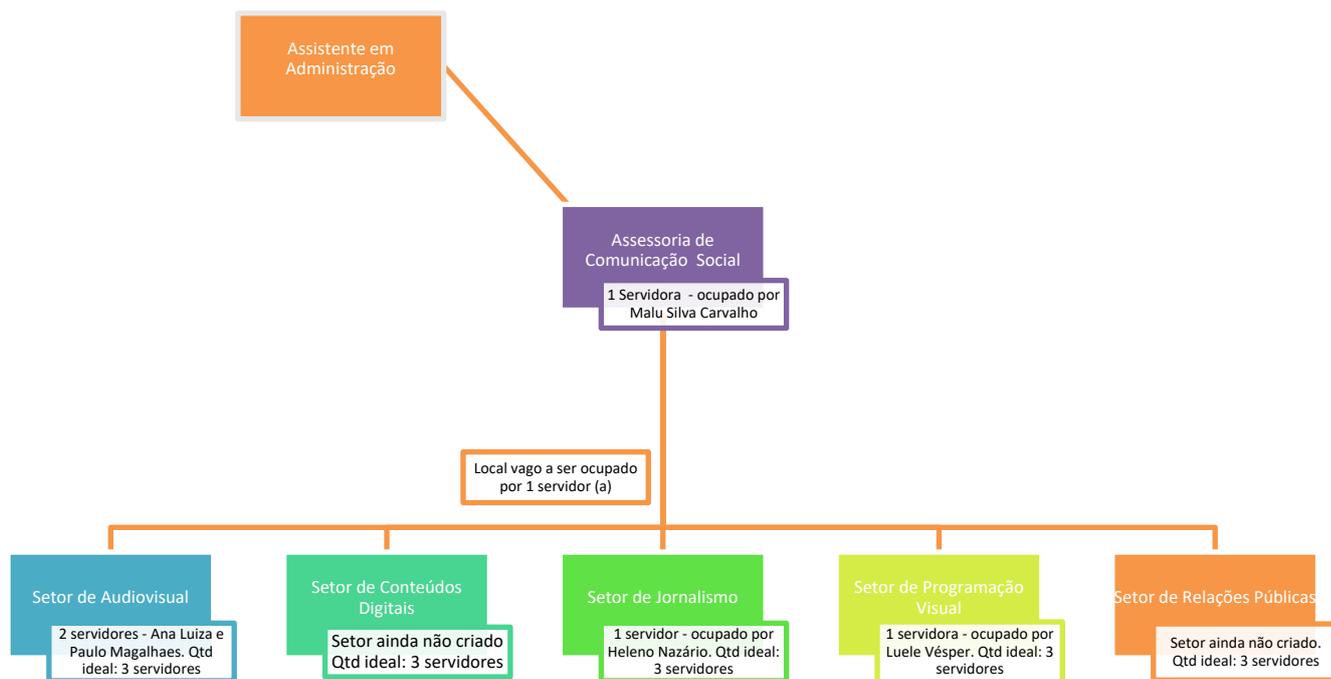
Figura 2: Organograma Cenário Ideal da ACS



Cenário Mínimo

O cenário mínimo prevê o quantitativo mínimo de servidores na Assessoria de Comunicação Social minimizando o acúmulo de funções, justificando a criação de setores.

Figura 3: Organograma Cenário Mínimo da ACS



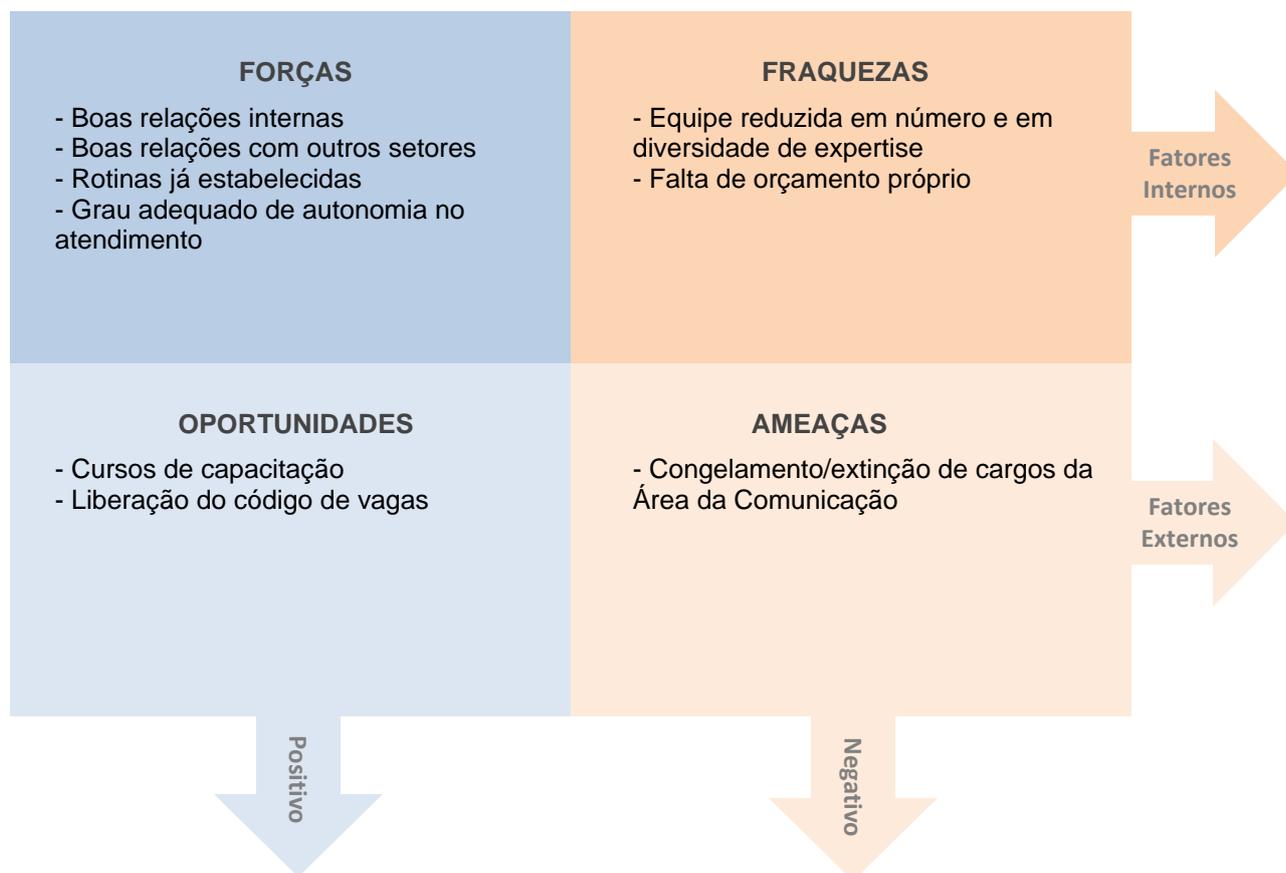
Cenário Atual

Figura 04: Organograma Cenário Atual da ACS



Entre o cenário ideal, mínimo e atual é nítida a disparidade entre eles. A Assessoria vem trabalhando com acúmulo de funções, equipe reduzida e sem o aporte de gratificação para o trabalho de acordo com a função exercida. Os setores que ainda não foram criados são desempenhados pelos demais servidores.

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.

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 DOS(AS) SERVIDORES(AS)

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	Ensino Superior	Estatutário	Ativo Permanente
Helena Rocha Nazário	Jornalista	Técnico-Administrativo	Mestrado	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

Paulo Magalhães	Assistente em Administração	Técnico-Administrativo	Doutorado	Estatutário	Ativo Permanente
-----------------	-----------------------------	------------------------	-----------	-------------	------------------

Fonte: SIG, 2022.

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 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 20, 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	
				2023	2024
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	Somatório	360	360
	2. Intensificar o contato com a imprensa (local, regional, estadual e nacional)	Número de releases encaminhados para os veículos de comunicação	Somatório	70	80
	3. Inventariar as produções já realizadas e a avaliar a necessidade de atualização	Número de produções audiovisuais	Somatório	20	30
	4. Calendarizar as demandas institucionais sazonais de audiovisual e diagramações; calendarizar as demandas de eventos institucionais	Número de produções audiovisuais e diagramações sob demanda	Somatório	40	50
	5. Calendarizar as demandas institucionais sazonais; calendarizar as demandas de eventos institucionais	Número de publicações visuais/gráficas referentes a campanhas institucionais	Somatório	30	30

	6. Conscientizar os pares sobre a importância do informativo para a comunicação interna e ampliar a adesão de inscitos	Número de edições do informativo	Somatório	0	0
--	--	----------------------------------	-----------	---	---

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

As Ações Táticas 02, 03 e 06 tiveram seus valores modificados do PDI. Isso se deu devido à análise realizada entre o ano de 2021 até novembro de 2022. Abaixo, as observações pertinentes para cada caso:

Ação 02

Após realizar a análise do ano até o mês de novembro, percebeu-se a necessidade de mudança dos valores para baixo, tendo em vista os números alcançados no ano até então. Para 2022, vislumbra-se, para um primeiro momento, estudo para mudança na forma de contato com a imprensa local. Após esse estudo e mudança, voltar a alcançar valores estabelecidos anteriormente.

Ação 03

Com o servidor responsável pelas produções audiovisuais tendo sido redistribuído, no ano de 2023, a Assessoria de Comunicação preciará de contratos e/ou pessoas aptas para o trabalho. Isso demandará tempo e orçamento, o que justifica uma menor produção para o período.

Ação 06

O Boletim Informativo se tornou um meio de divulgação de comunicados e campanhas internas por conta da COVID-19. No entanto, pela falta de servidores no setor e seu baixo alcance, ele foi descontinuado e sem previsão para retorno. O tempo demandado e seu baixo alcance não justificavam a sua continuidade. Esse indicador deverá ser revisto para os próximos anos.

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

Ampliar o portfólio de vídeos e diagramações sob demanda

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	01/01/2023	730	Malu Silva Carvalho / Heleno Rocha Nazário	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	01/01/2023	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	01/01/2023	730	Paulo Magalhães	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 e diagramações	ACS	01/01/2023	730	Ana Luiza Vieira Barreto Onnis	Ampliar o portfólio de vídeos e diagramações 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	01/01/2023	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 inscritos	Ampliação da lista de envio do informativo semanal	ACS	01/01/2023	730	Malu Silva Carvalho	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 inscitos			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.