

UFRB
UNIVERSIDADE FEDERAL DO RECÔNCAVO DA BAHIA

GABINETE DA REITORIA

ASCOM
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO

**Relatório de Gestão Setorial do Exercício
2012**

**Cruz das Almas – BA
2013**

UFRB
UNIVERSIDADE FEDERAL DO RECÔNCAVO DA BAHIA

GABINETE DA REITORIA

ASCOM
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO

**Relatório de Gestão Setorial do Exercício
2012**

ASCOM
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO

**Cruz das Almas – BA
2013**

SUMÁRIO

1.	IDENTIFICAÇÃO	4
1.1.	Identificação da Unidade	4
1.2.	Finalidade e Competências Organizacionais	4
1.3.	Organograma	4
1.4.	Macroprocessos Finalísticos	5
1.5.	Macroprocessos de Apoio	5
1.6.	Principais Parceiros	9
2.	PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO, PLANO DE METAS E AÇÕES	9
2.1.	Planejamento das Ações da Unidade	9
2.2.	Estratégias de Atuação Frente aos Objetivos Estratégicos	10
2.3.	Execução do Plano de Metas ou de Ações	11

LISTAS DE SIGLAS

ASCOM – Assessoria de Comunicação

UFRB – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia

LISTAS DE TABELAS

Tabela 1 – Produção de vídeos, áudios e fotos em 2012

Tabela 2 – Estatísticas do Portal UFRB (ufrb.edu.br/portal) em 2012

Tabela 3 – Estatísticas da Agência de Notícias (ufrb.edu.br/agencia) em 2012

Tabela 4 – Clipping em 2012

Tabela 5 – Releases em 2012

Tabela 6 – Organização e Cobertura de Eventos em 2012

Tabela 7 – Visitas Sociais em 2012

Tabela 8 – Atendimento à Imprensa em 2012

Tabela 9 – Emails Informativos em 2012

Tabela 10 – Criação e Editoração de Material Gráfico em 2012

Tabela 11 – Desenvolvimento de Sites em 2012

Tabela 12 – Monitoramento de redes sociais em 2012

Tabela 13 – Execução das Metas

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Identificação da UNIDADE – Relatório de Gestão SETORIAL

Quadro 2 – Plano de Ação para o ano de 2012

LISTAS DE FIGURAS

Figura 1 – Organograma da ASCOM

Figura 2 – Alguns trabalhos realizados pelo Núcleo de Design e Propaganda

Figura 3 – Portal lançado em novembro de 2012

1. IDENTIFICAÇÃO

1.1. Identificação da Unidade

Quadro 1 – Identificação da UNIDADE – Relatório de Gestão SETORIAL

Identificação da Unidade	
Denominação Completa: Assessoria de Comunicação	
Denominação Abreviada: ASSCOM	
Telefones/Fax de contato:	(75) 3621-4015
Endereço Eletrônico: gabi.asscom@ufrb.edu.br	
Página na Internet: http://www.ufrb.edu.br/ascom	
Endereço Postal: Rua Rui Barbosa, 710, Centro - Cruz das Almas - Bahia 44.380-000	
Normas Relacionadas à Unidade	
Manuais e publicações relacionadas às atividades da Unidade	
Linha Editorial da Agência de Notícias	
Unidades Gestoras e Gestões relacionadas à Unidade	
Núcleo de Audiovisual, Núcleo de Design e Publicidade, Núcleo de Tecnologia da Informação	

1.2. Finalidade e Competências Organizacionais

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



Figura 1 – Organograma da ASCOM

- Núcleo de Audiovisual – responsável pelo planejamento, produção e veiculação de produtos multimídia;
- Núcleo de Design e Publicidade – trabalha a imagem da UFRB através do planejamento de ações publicitárias, além da criação e editoração de material gráfico;
- Núcleo de Tecnologia da Informação – fornece o suporte na área de tecnologia.

1.4. Macroprocessos Finalísticos

- Assessoria de Imprensa – intermediação da relação da UFRB com os veículos de comunicação;
- 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;
- 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;
- Design e Publicidade – trabalha a imagem da UFRB através do planejamento de ações publicitárias, além da criação e editoração de material gráfico;
- Audiovisual – planejamento, produção e veiculação de produtos multimídia;
- Produção Editorial – desenvolvimento e coordenação de projetos editoriais, nas mídias impressa, eletrônica e digital, em todos os seus estágios;
- Tecnologia da Informação – suporte tecnológico às atividades da ASCOM.

1.5. Macroprocessos de Apoio

- Produzir vídeos, áudios e fotos

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

Tabela 1 – Produção de vídeos, áudios e fotos em 2012

Tipo	Quantidade
Áudios	4
Vídeos	30
Fotos	9.810

- Gerenciar o Portal e a Agência de Notícias

A ASCOM é responsável pelo gerenciamento do Portal UFRB, que engloba informações sobre as atividades e o desempenho da Universidade nas áreas de ensino, pesquisa e extensão.

A Agência de Notícias da UFRB, ligada à Assessoria de Comunicação da Universidade, divulga aos diversos meios de comunicação e à comunidade acadêmica as notícias relativas a eventos, pesquisas, cursos, congressos, serviços e atividades de extensão oferecidas pela Universidade, além de informações relativas à gestão universitária.

Tabela 2 – Estatísticas do Portal UFRB (ufrb.edu.br/portal) em 2012

Tipo	Quantidade
Visitas	1.150.173
Número absoluto de visitantes únicos	278.823

Visualizações de página	2.162.694
Páginas/visita	1,88
Tempo médio no site	00:03:46
Novas Visitas	22,81%

Tabela 3 – Estatísticas da Agência de Notícias (ufrb.edu.br/agencia) em 2012

Tipo	Quantidade
Visitas	340.899
Número absoluto de visitantes únicos	121.870
Visualizações de página	725.356
Páginas/visita	2,13
Tempo médio no site	00:02:14
Novas Visitas	34,22%
Notícias Veiculadas	337
Solicitações de Divulgação	189

- Produzir clipping

A ASCOM produz o clipping de notícias publicadas sobre a UFRB e assuntos correlatos.

Tabela 4 – Clipping em 2012

Tipo	Quantidade
Clipping	1.225

- Produzir releases para a imprensa

Redação e distribuição de notícias da UFRB a veículos de comunicação social, além de sugestão de pautas.

Tabela 5 – Releases em 2012

Tipo	Quantidade
Releases Enviados	42

- Organizar e cobrir eventos

A ASCOM participa da organização e realiza a cobertura jornalística e audiovisual dos eventos promovidos pela Universidade.

Tabela 6 – Organização e Cobertura de Eventos em 2012

Tipo	Quantidade
Eventos Cobertos	

- Organizar a agenda de entrevistas com gestores e comunidade acadêmica;

A ASCOM organiza a agenda de entrevistas com os gestores e comunidade acadêmica.

- Organizar visitas sociais

Organização da programação social de visitas oficiais à UFRB.

Tabela 7 – Visitas Sociais em 2012

Tipo	Quantidade
Visitas	1

- Atender a imprensa

Atendimento a profissionais de comunicação social que buscam informações sobre a UFRB.

Tabela 8 – Atendimento à Imprensa em 2012

Tipo	Quantidade
Atendimentos Realizados	52

- Enviar emails informativos

Envio de emails, mediante solicitação, à comunidade acadêmica acerca de informações que possuam vínculo institucional com a UFRB.

Tabela 9 – Emails Informativos em 2012

Tipo	Quantidade
Emails Enviados	24

- Gerenciar o mural de informativos

Controle do mural de cartazes da ASCOM no Prédio Central.

- Criar e editar e gerenciar impressão de material gráfico

Elaboração de material informativo destinado aos veículos de comunicação e/ou à divulgação institucional.

Tabela 10 – Criação e Editoração de Material Gráfico em 2012

Tipo	Quantidade
Publicações	8
Eventos	6
Cartazes	58
Banners	34
Faixas	30
Marcas	47
Outros	47



Figura 2 – Alguns trabalhos realizados pelo Núcleo de Design e Propaganda

- Desenvolver sites

Desenvolvimento de sites para setores, eventos, projetos e outros.

Tabela 11 – Desenvolvimento de Sites em 2012

Tipo	Quantidade
Sites Desenvolvidos	70



Figura 3 – Portal lançado em novembro de 2012

- Administrar as listas de emails da UFRB

Administração, moderação e criação de listas de discussão da UFRB.

- Monitoramento de redes sociais

Varredura sistemática de todos os termos relacionados ao nome da UFRB nas redes sociais.

Tabela 12 – Monitoramento de redes sociais em 2012

Tipo	Quantidade
Número de “Curtir” do Facebook	4.574
Número de Seguidores no Twitter	2.631

1.6. Principais Parceiros

- Núcleo de Audiovisual;
- Núcleo de Design e Publicidade;
- Núcleo de Tecnologia da Informação.
-

2. PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO, PLANO DE METAS E AÇÕES

2.1. Planejamento das Ações da Unidade

Além dos serviços rotineiros, a equipe elabora anualmente um Plano de Ação para orientar as suas atividades. Abaixo, listamos as ações de 2012 relacionadas com os objetivos estratégicos da Unidade:

- Criação da política de comunicação institucional;
- Definição das linhas editoriais dos meios de comunicação institucionais;
- Solicitação de capacitação dos colaboradores;
- Solicitação de compras de materiais gráficos;
- Solicitação de compras de equipamentos;
- Implantação da CAPES Web TV;
- Implantação do Sistema de Apoio à Comunicação Integrada;
- Produção de vídeo sobre o Centro Petrobras de Referência Esportiva;
- Produção de vídeo sobre o Projeto Volta a Terra;
- Produção de vídeo institucional;
- Produção de vídeo sobre os egressos;
- Produção de vídeo sobre os Centros de Ensino;
- Produção de spots e VTs para eventos e projetos institucionais;
- Reativar o Podcast “Nas Ondas da UFRB”;
- Produção de programas especiais para rádio;
- Transmissão simultânea e web de eventos institucionais;
- Criação da marca da UFRB;
- Finalização do Catálogo de Cursos;
- Produção do Guia de Fontes;
- Produção do Press Kit;
- Atualização do mailing de imprensa;

- Visita aos meios de comunicação regionais;
- Clipping diário online para Administração Central;
- Criação de um plano de comunicação para crises;
- Coordenar o Media Training com os gestores da UFRB;
- Implantar a nova Intranet;
- Promoção de ações em eventos e datas comemorativas;
- Produção do Guia de Fontes;
- Atualização do mailing institucional;
- Coordenação do evento de comemoração dos 7 anos da UFRB;
- Criação dos roteiros de visita institucional “Um dia na UFRB”;
- Produção do livro institucional;
- Produção da Revista Reconvexo;
- Produção do Press Kit;
- Produção da Agenda;
- Produção do folder institucional;
- Produção do livro sobre o I Simpósio A Engenharia e a Inovação na Matriz Industrial do Recôncavo Baiano.

2.2. Estratégias de Atuação Frente aos Objetivos Estratégicos

No Quadro 2, demonstramos o Plano com as ações e suas dificuldades de realização. Destacamos os fatores limitantes principais: a) falta de pessoal; b) recursos específicos e; c) a greve generalizada (3 meses). A não conclusão da reestruturação da unidade, projetada em janeiro de 2012 e apresentada à alta administração, foi outro fator que contribuiu para o insucesso de várias ações, pois o Plano de Ação para 2012 teve esta nova estrutura como base.

Quadro 2 – Plano de Ação para o ano de 2012

Ação	Realizado	Dificuldades*
Criação da política de comunicação institucional	Não	-
Definição das linhas editoriais dos meios de comunicação institucionais	Em parte	-
Solicitação de capacitação dos colaboradores	Sim	-
Solicitação de compras de materiais gráficos	Sim	-
Solicitação de compras de equipamentos	Não	Não fornecimento da cotação de preços das empresas especializadas
Implantação da CAPES Web TV	Sim	-
Implantação do Sistema de Apoio à Comunicação Integrada	Não	Regra de negócio não compatível
Produção de vídeo sobre o Centro Petrobras de Referência Esportiva	Sim	-
Produção de vídeo sobre o Projeto Volta a Terra	Sim	-
Produção de vídeo institucional	Não	-
Produção de vídeo sobre os egressos	Não	-
Produção de vídeo sobre os Centros de Ensino	Não	-
Produção de spots e VTs para eventos e projetos institucionais	Em parte	-
Reativar o Podcast “Nas Ondas da UFRB”	Não	-
Produção de programas especiais para rádio	Não	-
Transmissão simultânea e web de eventos institucionais	Sim	-
Criação da marca da UFRB	Sim	-

Finalização do Catálogo de Cursos	Não	Falta de informações sobre os novos cursos
Produção do Guia de Fontes	Não	-
Produção do Press Kit	Não	-
Atualização do mailing de imprensa	Em parte	-
Visita aos meios de comunicação regionais	Não	-
Clipping diário online para Administração Central	Sim	-
Criação de um plano de comunicação para crises	Não	-
Coordenar o Media Training com os gestores da UFRB	Não	-
Implantar a nova Intranet	Em parte	-
Promoção de ações em eventos e datas comemorativas	Não	-
Produção do Guia de Fontes	Não	-
Atualização do mailing institucional	Em parte	-
Coordenação do evento de comemoração dos 7 anos da UFRB	Não	Não houve necessidade
Criação dos roteiros de visita institucional “Um dia na UFRB”	Não	-
Produção do livro institucional	Não	-
Produção da Revista Reconverso	Não	-
Produção do Press Kit	Não	-
Produção da Agenda	Em parte	-
Produção do folder institucional	Sim	-
Produção do livro sobre o I Simpósio A Engenharia e a Inovação na Matriz Industrial do Recôncavo Baiano	Não	-

*Desconsiderando falta de pessoal, recursos específicos e a greve generalizada.

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

- Desenvolvimento de formulário eletrônico para pré-matrícula do Centro de Ciências Exatas e Tecnológicas;
- Desenvolvimento dos formulários de coleta da autoavaliação institucional para a Comissão Própria de Avaliação;
- Desenvolvimento do sistema de boletim de desempenho do Cadastro Seletivo para a Pró-Reitoria de Graduação;
- Desenvolvimento do sistema de inscrição e submissão de trabalhos da Reunião Anual de Ciência, Tecnologia, Inovação e Cultura no Recôncavo da Bahia;
- Desenvolvimento do sistema de inscrição do Fórum Internacional 20 de Novembro;
- Diagramação de dois livros para a Editora da UFRB.

2.3. Execução do Plano de Metas ou de Ações

- Consolidar/Aprimorar e Alimentar o Portal da UFRB

Para cumprir esse objetivo estratégico, a ASCOM inaugurou seu novo portal no dia 14 de novembro. A busca por um design mais fluido e moderno foi o que motivou a mudança, que surgiu acompanhada da apresentação da marca UFRB.

A primeira área do portal apresenta sites específicos para os principais públicos atendidos pela UFRB: “A UFRB”, “Ensino”, “Ingresso”, “Pesquisa”, “Extensão”, “Publicações”, “Serviços”

e “Fale Conosco”. As últimas informações da “Agência de Notícias” e os eventos próximos à data de acesso localizam-se em uma segunda área. Ao lado dele, um vídeo em destaque e fotos da UFRB são as novidades na atual versão. Já os links de acesso às “Pró-Reitorias”, “Centros de Ensino”, “Links de interesse”, além da conexão ao Twitter, Facebook, Vimeo, Flickr, RSS, Newsletter da UFRB podem ser encontradas em destaque, ao final da página.

O portal da UFRB recebe mais de um milhão de visitas por ano. A nova plataforma na internet apresenta conteúdo multimídia e disponibiliza informações de maneira ágil e diversificada para professores, técnicos, estudantes e comunidade externa.

- Integrar a Assessoria de Comunicação às Agências de Notícias

Durante o ano de 2012, a ASCOM realizou a atualização do mailing de imprensa e começou o trabalho de clipping para verificar o número e a qualidade das aparições da Universidade ou de temas correlatos nas Agências de Notícias (jornais, revistas, blogs, redes sociais, etc).

Tabela 13 – Execução das Metas

Nome da Meta	Unidade de Medida	Meta Planejada	Meta Executada	Justificativa para Não Execução	Impacto dos Resultados das Ações
Consolidar/Aprimorar e Alimentar o Portal da UFRB	Quantidade de visitas	Aumentar o número de visitas	Visitas aumentaram em 73.079	-	Aumento da visibilidade da Universidade pelo público-alvo
Integrar a Assessoria de Comunicação às Agências de Notícias	Quantidade de menções UFRB na mídia	Aumentar o número de menções UFRB na mídia	1.225 menções	-	Aumento da visibilidade da Universidade pelo público-alvo