



COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO UFSM
PLANO GERAL DE COMUNICAÇÃO 2021

Janeiro de 2021.

1. DADOS GERAIS

Título: Plano Geral de Comunicação da UFSM

Execução: janeiro a dezembro de 2021

Responsáveis: Maurício Dias, Coordenador de Comunicação Social

Davi Pereira, Diretor da Agência de Notícias

Luciane Treulieb, Editora-chefe da Revista Arco

Gabriel Machado Soares, Diretor da TV Campus

Marcelo de Franceschi, Diretor das Rádios Universidade AM e UniFM

Sendi Spiazzi, Chefe da Unidade de Comunicação Integrada

Silvana Balconi, Chefe do Núcleo de Apoio Técnico da Coordenadoria de

Comunicação

Solange Prediger, Assessoria de Comunicação do Gabinete do Reitor

Setor: Comunicação da UFSM

Equipe:

A Coordenadoria de Comunicação tem como coordenador o jornalista Maurício Dias, está vinculada à Pró-Reitoria de Planejamento e é composta por 4 núcleos:

- Agência de Notícias – Diretor: jornalista Davi Pereira. Conta com mais três jornalistas e uma relações públicas.
- Rádios Universidade e UniFM – Diretor: locutor Marcelo de Franceschi. Conta com mais quatro jornalistas, um diretor de programa, um diretor de som, três programadores e sete sonoplastas (dois terceirizados)
- TV Campus – Diretor: programador visual Gabriel Machado Soares. Conta com mais uma jornalista, uma relações públicas, uma diretora de produção, um roteirista, um operador de câmera, dois técnicos em audiovisual, um editor de imagens e dois operadores de controle mestre (terceirizados).
- Núcleo de Apoio Técnico - Chefe: administradora Silvana Balconi.

A Unidade de Comunicação Integrada tem como chefe a Relações Públicas Sendi Spiazzi e também está vinculada à Pró-Reitoria de Planejamento. Conta com mais um jornalista e um analista de TI.

Já a Assessoria de Comunicação do Gabinete do Reitor está ligada diretamente ao Gabinete e tem como chefe a relações públicas Solange Prediger. Conta com mais uma relações públicas e uma jornalista.

Afastamentos e licenças

Do grupo total de servidores, importante situar que duas técnicas estão em afastamento para pós-graduação (uma relações públicas e uma administradora), e, também, um terceiro técnico está em licença saúde (um sonoplasta)

2. APRESENTAÇÃO

A Coordenadoria de Comunicação atua por meio de unidades de produção e divulgação de conteúdos. Instituída em 1998, reúne a estrutura de difusão de conteúdos da Universidade, mas a história dos órgãos de imprensa ligados à UFSM é mais antiga do que isso:

- **Rádio Universidade 800 AM:** foi o primeiro veículo, inaugurado em 1968. É a quarta rádio universitária criada no Brasil.

- **107.9 FM:** criada em 2017 como UniFM, é o mais novo veículo de Comunicação da UFSM.
- **TV Campus:** inaugurada em 1995, é pioneira entre as TVs universitárias no país, instituídas com a Lei da TV a cabo, que criou os canais de utilização gratuita.
- **Agência de Notícias:** responsável pelo site da UFSM, com mais de 20 mil acessos diários. Atua desde 1990, sendo hoje o principal canal de difusão de notícias da UFSM, Além disso, a Agência é responsável pela **Revista Arco**, publicação de jornalismo científico e cultural.

Atualmente a Coordenadoria de Comunicação está em fase de transição para o prédio 62B, Casa da Comunicação, localizada ao lado do Centro de Convenções. Na edificação, já estão instalados os seguintes setores: Agência de Notícias e Unicom, Revista Arco, Núcleo de Apoio Técnico e Coordenadoria. As emissoras de rádio e de televisão, assim como a Agência Facos e o Estúdio 21, serão transferidos ao longo do ano.

Possui quatro pilares que guiam a seleção de temáticas para elaboração e compartilhamento dos conteúdos: Ensino, Pesquisa, Extensão e Ações institucionais da UFSM. Além disso, priorizam valores alinhados aos desafios propostos pelo Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) da UFSM (2016-2026).

A concessão da Rádio Universidade AM foi publicada no decreto nº. 56.964 em 1º de outubro de 1965 no Diário Oficial da União (DOU), e foi colocada no ar em 27 de maio de 1968. A emissora FM é uma consignação da Empresa Brasil de Comunicação (EBC) à UFSM, e está no ar desde 1º de dezembro de 2017. Legalmente, as rádios da UFSM são entendidas como emissoras educativas, cuja concessão está conveniada ou pertence a uma instituição de ensino. A categoria educativa está determinada pela Portaria Interministerial nº 651 de 15 de abril de 1999, que define os critérios para outorga de concessões, permissões e autorizações para execução dos serviços de radiodifusão sonora com finalidade a educação. Estes são fins legais, mas, operacionalmente, uma rádio é chamada de pública quando concedida a uma instituição estatal; e de universitária quando concedida a uma universidade, o que permite expandir a concepção sobre as emissoras.

A TV Campus foi a primeira televisão universitária a exibir conteúdo via cabo no país em 30 de julho de 1995. Criada pelo cineasta e servidor da instituição Sérgio de Assis Brasil, é um veículo que possibilita que a UFSM esteja mais próxima da comunidade, mostrando suas atividades educativas. Além disso, proporciona experiências para os estudantes das áreas de comunicação. A emissora contou, desde seu início, com a colaboração de professores da instituição, servidores técnico-administrativos da Coordenadoria de Comunicação Social e acadêmicos bolsistas.

A Agência de Notícias atua há 28 anos na UFSM, primeiramente com a divulgação de notícias institucionais através do Jornal da UFSM, impresso até o ano de 2005. Após a desativação desse jornal, o Site Institucional cresceu e se tornou o principal canal de difusão de notícias da Universidade, com mais de 50 mil acessos diários, conforme estatísticas de 2020. A Agência de Notícias é um dos setores responsáveis pela imagem da instituição e seu relacionamento com os públicos, garantindo a abrangência e a transparência da Comunicação Pública com a comunidade.

A Agência tem como objetivo a produção de conteúdo institucional e científico na forma de notícias, reportagens e postagens. Os meios geridos pela Agência de Notícias são:

- Site institucional - Notícias;
- Revista Arco - publicação impressa, edição especial em inglês, reportagens e checagens de informações para o site, conteúdo para mídias sociais e podcast Arco No Fone.

A Arco é a revista de jornalismo científico e cultural da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Tem como proposta que o conhecimento não fique restrito aos laboratórios e às salas de aula. Através de linguagem didática e de visual atraente, busca discutir temas de interesse múltiplo, em geral desenvolvidos por pesquisadores da UFSM. Na busca por informar de maneira clara sobre as pesquisas desenvolvidas na Universidade, a Arco interpreta dados e “traduz” termos para que as matérias atraiam o interesse da comunidade. Ao pensar as pautas da revista, o foco está sempre no público e os temas tratados devem ser de relevância social. A revista foi criada em 2013 na forma de projeto de desenvolvimento institucional e, até 2018, atuou junto ao Laboratório Experimental de Jornalismo, mesmo vinculada à Agência de Notícias.

A Unidade de Comunicação Integrada foi criada em 2018 com a instituição da Política de Comunicação da UFSM. É responsável por:

- Planejamento de comunicação da Universidade e suas unidades;
- Campanhas institucionais;

- Atualização e interação nas mídias sociais oficiais da UFSM Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn;
- Relacionamento com a imprensa.

A Assessoria de Comunicação do Gabinete do Reitor foi recriada em 2016 com o objetivo de prestar assessoria direta à gestão, gerando suas mídias sociais, acompanhando o reitor e vice em eventos e reuniões institucionais, além de assessoria de imprensa ligada à gestão. O setor também dá apoio em formaturas e outros eventos institucionais.

3. DIAGNÓSTICO

PANDEMIA DO NOVO CORONAVÍRUS

A pandemia da Covid-19 alterou as rotinas de trabalho e de estudo. A UFSM adotou regimes de trabalho remoto, parcialmente remoto e presencial. Na área da comunicação, a maioria dos servidores segue em trabalho remoto.

A perspectiva para 2021 é de continuidade do regime remoto. O Brasil apresenta o pior desempenho no enfrentamento da pandemia em função do crescimento do movimento negacionista e anti-vacina, falta de estratégia/coordenação por parte do Ministério da Saúde, programa de imunização lento e surgimento de novas cepas do vírus consideradas ainda mais perigosas.

Apesar da fluência digital não ser um problema para boa parte dos técnico-administrativos, terceirizados e estudantes (bolsistas, estagiários e voluntários), ainda existem questões a serem ponderadas: adoção de ferramentas de sistematização de rotinas, compartilhamento de projetos e de comunicação interna por todos os integrantes das equipes. Também há outras questões, como o abalo emocional causado pelo isolamento físico - gatilho para desencadear ou agravar quadros de depressão e ansiedade.

INTEGRAÇÃO DOS CONTEÚDOS E DOS SETORES

Ao adotar uma visão geral da Coordenadoria, este plano busca integrar todos os núcleos com objetivos e ações comuns. Percebe-se ainda uma dificuldade de integração entre as equipes, porém alguns momentos cumprem esse papel:

- Reunião semanal com chefes de núcleo para alinhamento dos projetos e necessidades gerais dos setores.
- Reunião de Pauta semanal com Núcleos (TV, Revista Arco e Agência de Notícias), Unicom e Assessoria de Comunicação do Gabinete do Reitor. Após a reunião, as pautas são elaboradas e distribuídas aos veículos conforme o perfil de cada pauta.
- Reunião semanal com coordenadores da Pró-Reitoria de Planejamento (Proplan), na qual são apresentadas as ações semanais da Coordenadoria.
- Reunião trimestral com assessorias de comunicação das unidades de ensino para planejamento e alinhamento de campanhas institucionais. Para organização do dia a dia, um e-mail semanal é enviado para todos os veículos e todas unidades com sugestões de conteúdos e campanhas.

Além disso, cada núcleo organiza suas reuniões setoriais semanais. Os fluxos, pautas, materiais são organizados e compartilhados a partir de ferramentas como Trello, Google Drive e Whatsapp.

COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

Com a aprovação da Política de Comunicação da UFSM em 2018, a instituição do Comitê da Política de Comunicação e a elaboração de diversos Grupos de Trabalho, ao longo de 2019 e 2020 foram organizados fluxos e diretrizes de trabalho para todos os setores de comunicação da Universidade. Os seguintes documentos foram publicados e divulgados entre os profissionais que

atuam na comunicação da Universidade com apoio de técnicos de áreas convergentes e de professores:

- Políticas Editoriais;
- Guia de Identidade Visual;
- Guia Sítios;
- Guia Eventos;
- Guia Mídias Sociais.

Ainda há necessidade de capacitação dos profissionais quanto aos guias e uma cobrança maior para efetivamente seguir as diretrizes estabelecidas.

MÍDIAS SOCIAIS

Em 2020, a Unidade de Comunicação Integrada assumiu a gestão das mídias sociais institucionais da UFSM - o trabalho era feito pela Agência de Notícias desde 2012 e recentemente não tinha técnico administrativo dedicado à atividade. A reconfiguração resulta da avaliação do desempenho recente nas plataformas sociais e das rotinas produtivas. Notou-se que boa parte do conteúdo postado resultava de campanhas institucionais e de materiais elaborados pela Unicom. A mudança de gestão potencializou a divulgação e trouxe avanços, como a acessibilidade. Ao seguir a Política de Comunicação e o Guia de Mídias Sociais, as redes da UFSM incluíram, no ano passado, a descrição de imagens em seus posts.

Após os diagnósticos específicos de cada núcleo, nota-se que pode haver uma divulgação ainda maior dos conteúdos das Rádios e da TV Campus nas mídias sociais oficiais da UFSM (administradas pela Unicom), potencializando o trabalho desses veículos, respeitando os públicos e o tempo de produção.

Observa-se um feedback negativo no Facebook quando usuários deixam de seguir as páginas. Isso ocorre quando mais de um perfil publica o mesmo conteúdo no mesmo dia, causando *overposting* para aqueles que seguem mais de uma página. Existe a necessidade de uma melhor divisão entre os conteúdos publicados pelas redes sociais institucionais e do Gabinete do Reitor para evitar uma concorrência editorial e delimitar melhor o público.

Outra possibilidade para as mídias sociais, conforme observado no trabalho realizado por outras universidades, é a valorização da assessoria de imprensa por meio do compartilhamento de notícias publicadas nos veículos de comunicação externos.

PRODUÇÃO DE CONTEÚDO

Há uma percepção da comunidade acadêmica que acredita que as pautas poderiam ser mais ágeis e que os jornalistas poderiam circular mais nos grandes eventos e atividades institucionais. Um dos motivos é a demora na resposta por parte dos gestores e dos pesquisadores. É necessário trabalhar as fontes e criar uma cultura de valorização da comunicação e retorno às pautas. Por parte dos veículos, um conteúdo mais multimídia pode garantir mais agilidade nas pautas, integrando textos, áudios, fotos e vídeos.

Há uma necessidade de repensar o espaço de notícias no site como blog de notícias mais aprofundadas com divulgação científica, não ficando apenas a cargo da Arco a produção dessas pautas.

O e-mail noticias@ufsm.br já é usado como e-mail referência entre a comunidade acadêmica para envio de pautas.

DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA

A Revista Arco realiza esse trabalho, mas questiona se é reconhecida pelo público e se é suficiente para uma divulgação científica institucional consistente.

Há uma necessidade de aproximação com a PRPGP para contatos com professores, da criação de um Guia Divulgação Científica com participação de jornalistas e de pesquisadores divulgadores científicos de cada área. O produto do mestrado da jornalista Luciane Treulieb: Menu de Ideias: como usar as novas mídias da Universidade para divulgação científica trará um pouco disso. Ela estudou como 6 universidades públicas do estado de SP trabalham sua divulgação científica. Pautas mais interessantes: saúde, paleontologia e astronomia. Repensar a distribuição de conteúdo.

Há também a necessidade de produção de imagens e audiovisuais de projetos e institucionais.

ACESSIBILIDADE E SEO

Apesar do exposto no [Guia Sítios](#) e [Mídias Sociais](#), muitos setores ainda não seguem as orientações para acessibilidade. É necessário reforçar essas questões junto a jornalistas, relações públicas e assessores de comunicação. Outra necessidade no site é aumentar seu posicionamento nas buscas do Google através de técnicas de SEO (Search Engine Optimization). O uso de tags melhora a busca no Google e também permite organização de conteúdo no site (puxar matérias para dentro de eventos, dar destaque a matérias gerais no site das unidades, etc).

ALINHAMENTO AO PDI E AO PLANO DE METAS

É necessário um alinhamento cada vez maior entre comunicação e tecnologia de informação. O trabalho do Grupo de Trabalho de Tecnologias da Comunicação, responsável pela migração dos sítios, já deu início a este trabalho desde 2017. Além disso, a vinda do servidor Daniel de Carli, analista de TI e designer do Centro de Processamento de Dados para a Unidade de Comunicação Institucional permite desenvolver novas formas de divulgação de conteúdo no site, redes sociais e app de forma mais interativa. Por fim, a inclusão da Coordenadoria da Comunicação e do CPD dentro da Pró-Reitoria de Planejamento facilita essa interação.

No novo Plano de Metas do Plano de Desenvolvimento Institucional para 2022, a UFSM estipula 32 metas para atingir os objetivos e desafios. De acordo com a Proplan, as principais metas para a Comunicação trabalhar são:

- Satisfação Geral dos Estudantes e Pertencimento na Autoavaliação Institucional: necessidade de gerar e estimular o orgulho da instituição;
- Informação para os servidores a partir do item Fico sabendo o que acontece na UFSM? na Autoavaliação Institucional: impacta na comunicação interna;
- Presença nas mídias sociais entre as universidades brasileiras a partir do UniRank que avalia seguidores do Facebook e Twitter, seguidores e posts do Instagram e assinantes do canal no YouTube.

Meta geral: Ser uma universidade de excelência a partir do Índice Geral de Cursos (IGC) (de 4 para 5) e ranking internacional QS América Latina (de 25º para 20º).

Metas por desafio:

- **Desafio 1:** aumentar a inserção científica internacional no pilar Internacionalização do QS América Latina (de 21º para 20º); pesquisadores com qualificação em países priorizados pela Capes (de 81,5% para 85%); docentes estrangeiros na UFSM (de 1,69% para 1,80%); estudantes estrangeiros na UFSM (de 0,61% para 0,70%).
- **Desafio 2:** % cursos com Conceito de Curso 4 e 5 (de 96% para 96%); % cursos com Conceito Preliminar de Curso (CPC) 4 e 5 (de 83,5% para 85%); % cursos conceito Enade 4 e 5 (de 69% para 80%); Taxa de Conclusão por Vaga (TCV) geral acumulada (de 50,5% para 52%); taxa de evasão anual do Ensino Técnico (de 18,2% para 14%); % egressos trabalhando na área ou fazendo pós (de 84,9% para 95%); **pontuação geral Satisfação e Pertencimento na Autoavaliação Institucional (de 5,52 para 5,8).**

- **Desafio 3:** tempo de formação de estudante com BSE (de 72,4% para 80%); % de encaminhamentos de alunos na Coordenadoria de Ações Educacionais (de 25% para 50%).
- **Desafio 4:** % de cursos de pós-graduação no Índice Geral de Cursos (de 42% para 43%); novos cursos de doutorado (mais 2); Programas de Pós-Graduação com conceitos 5 a 7 da Capes (de 14 para 20); Pilar Citations do QS América Latina (de 41º para 35º).
- **Desafio 5:** crescimento da captação geral recursos externos via Fundação(30%); % redução de encargos corrigidos pelo IPCA (18%); conceito institucional MEC (de 3 para 5); % **respostas 5 e 6 na questão “Fico sabendo o que acontece na UFSM” na Autoavaliação Institucional (de 56,1% para 75%).**
- **Desafio 6:** **posição média das redes sociais entre as brasileiras no Unirank (de 45º para 30º);** % municípios abrangidos em ações de extensão pelos campi fora de sede (de 54% para 70%); empresas incubadas (de 39 para 50;), empresas instaladas no parque tecnológico (de 0 para 4); percentual de eixos de extensão com programas de referência (de 87,5% para 100%); posição no ranking Universidades Empreendedoras (de 9º para 8º).
- **Desafio 7:** pontuação na categoria Mobilidade do Green Metric Ranking (de 14º para 8º); pontuação na categoria Energia e Mudanças Climáticas do Green Metrics Ranking (de 26º para 21º); pontuação geral no Green Metrics Ranking (de 25º para 20º).



De forma geral, é papel da Comunicação fortalecer a imagem institucional da UFSM, isto é, ser reconhecida como uma instituição de excelência na construção e difusão do conhecimento, comprometida com o desenvolvimento da sociedade, de modo inovador e sustentável.

TV E RÁDIOS

A TV Campus trata de pesquisa e extensão no programa Conexões, mas a divulgação científica não é tão explícita quanto na Revista Arco. O MiniDoc também traz algumas ações de pesquisa e extensão. Novos programas abordarão pesquisa e extensão na Universidade. Algumas dificuldades são o tempo de produção e a gravação de qualidade neste ano de pandemia.

Repensar audiovisual para plataformas digitais, microconteúdos.

As emissoras de rádio podem dar mais espaço para a educação, para a cultura e para a ciência. Além de investir em novos programas próprios focados, por exemplo, esses três assuntos, as rádios precisam ser mais flexíveis ao permitir que produções de outros setores da universidade, da comunidade regional e de outros parceiros possam contemplar essas temáticas.

A programação como um todo carece de atualização. Os noticiários nas rádios precisam de mais dinamicidade com mais boletins jornalísticos e entrevistas ao vivo. A seleção de informações precisa ser feita com base na Política Editorial das emissoras e a participação de comentaristas e convidados externos necessita de critérios.

Ainda existem problemas importantes a solucionar, como falta de produção mínima em determinados programas, apresentação de informações sem verificação, desqualificação da imagem da universidade e do setor público como um todo em comentários ou programas - o debate e a crítica construtiva são bem-vindos, mas ataques são desnecessários -, bem como o uso do espaço radiofônico para disseminação de ideologias religiosas.

EVENTOS

A partir dos Grupos de Trabalho da Política de Comunicação, em 2020 foi lançado o Guia Eventos Sustentáveis e Acessíveis, com orientação sobre organização de eventos diversos, incluindo formaturas. As orientações passam pela divulgação, cerimonial e pós-evento.

Atualmente, a Assessoria de Comunicação do Gabinete do Reitor é responsável pela revisão e orientações quanto a cerimoniais e dá suporte nas formaturas. Porém, não há na Universidade um setor responsável por eventos ou que dê suporte comunicacional neste sentido.

ASSESSORIA DE IMPRENSA:

O Banco de Fontes conta com 530 contatos que espontaneamente se colocaram à disposição para atender à imprensa a partir de formulário enviado em 2019 e 2020. Porém ainda pergunta-se: Como acessar mais os pesquisadores além do banco de fontes? Como encontrar mídias sociais, podcasts? A divulgação científica poderia entrar como encargos para professores ou como parte de sua ação extensionista obrigatória, de acordo com a Política de Extensão. Os editais de financiamento poderiam exigir divulgação científica dos projetos contemplados, como a PRE já faz no edital FIEIX.

O *clipping* para a análise de visibilidade midiática é realizado de forma manual pelo jornalista e bolsistas da Unidade de Comunicação Integrada. É necessária uma automatização ou prestação deste serviço de forma terceirizada para tornar a análise mais eficiente e ampla, abarcando também rádios e TV's regionais e nacionais.

CAMPANHAS INSTITUCIONAIS

As campanhas institucionais estão mais centralizadas, mas algumas Unidades de Ensino ainda não aderem. Reuniões semestrais de planejamento conjunto e capacitações frequentes podem melhorar esse alinhamento.

As campanhas podem ser um caminho para pautar projetos de ensino, pesquisa e extensão a partir das temáticas institucionais.

Os comunicadores podem discutir macrotemas para pautar o posicionamento da universidade durante o ano todo e, a partir daí, direcionar ações, peças e campanhas.

CIRCULAÇÃO

Apesar de todos os veículos e da quantidade de conteúdos produzidos, alguns públicos estratégicos ainda se queixam de não saber o que acontece na Universidade. De acordo com a Avaliação Institucional de 2019, os docentes deram uma nota média de 4,5 para a comunicação institucional. Eles se informam principalmente pelo site, e-mail, redes sociais e outros professores. Os técnico-administrativos consideram a comunicação da UFSM com uma nota média de 4,03. Eles

se informam, principalmente, pelo site, colegas e redes sociais. Considerando a nota máxima 6, a comunicação da Universidade pode melhorar.

Como fazer com que os conteúdos produzidos ou selecionados a partir de trabalho de curadoria pelas equipes de comunicação da UFSM chegue até os públicos de interesse?

A partir da pesquisa, mostra-se importante fortalecer a comunicação digital, por meio de *newsletter*, RSS das notícias do site e maior engajamento nas redes sociais. A comunicação interna também é muito importante para o compartilhamento de informações, por exemplo, sobre decisões gerenciais, projetos e ações institucionais. Assim, são necessárias ações para qualificar a comunicação interpessoal, a partir de diálogos, reuniões, eventos, cursos, e formas de meios de comunicação interna, como e-mail e grupos em mensageiros.

COMUNICAÇÃO INTERNA E COMUNICAÇÃO ADMINISTRATIVA

Seguidamente se chama a atenção dos profissionais de comunicação social quando há problemas na comunicação interna e na administrativa. A questão a levantar é que essas duas formas de comunicação são de responsabilidade de todos. A comunicação interna contempla uma série de formas, desde reuniões, eventos, festividades e cursos até os portais e os envios de informações por e-mail ou aplicativo. Já a comunicação administrativa compreende as normativas da instituição, os editais e os memorandos, por exemplo. Nada disso é gerenciado por técnicos em comunicação e não é competência da Coordenadoria. No entanto, o setor pode contribuir para qualificação especialmente da comunicação interna, visto que a comunicação administrativa passou para um patamar superior com a implantação do PEN, desenvolvido pelo Departamento de Arquivo Geral e pelo Centro de Processamento de Dados.

COMUNICAÇÃO INTERPESSOAL NÃO VIOLENTA

As interações pessoais individuais ou em grupo foram realizadas, em sua maioria, em 2020, em formas mediadas de comunicação, a partir do Whatsapp, Google Meet, Google Hangout, e-mail e Trello. A comunicação mediada ganha um novo status, pois pode ser recuperada, compartilhada, ampliada, publicizada, o que pode gerar conflitos internos. Observa-se que alguns professores e técnicos não sabem usar de forma polida as ferramentas digitais - o mesmo ocorre na interação face a face. Nota-se agressividade em determinadas situações que envolvem relações de poder, preconceitos para com determinados grupos ou cristalização de valores que não condizem com o interesse público ou com a busca de uma universidade de excelência. Existe relação entre tais interações com crimes contra honra, dano moral e desrespeito ao Código de Ética do Serviços Público. É preciso trabalhar a Comunicação Não Violenta em conjunto com a Pró-Reitoria de Gestão de Pessoas.

Pode-se citar como iniciativas, neste sentido, o Observatório de Direitos Humanos, o curso de Racismo Institucional oferecido pela Progep aos servidores e as campanhas realizadas pela Unicom que tratam de temas como racismo, xenofobia, LGBTfobia e gordofobia.

INFRAESTRUTURA DA COMUNICAÇÃO

A área da comunicação social tem bastante defasagem em termos de equipamentos e de instalações. Com os cortes orçamentários constantes nos últimos anos, não é possível projetar grandes investimentos. Entretanto, a Casa da Comunicação está pronta e, com o tempo, deve sanar os históricos problemas de instalações da Coordenadoria de Comunicação Social.

Em fevereiro de 2021, teve início a ocupação do prédio pelos setores da Agência de Notícias e Unicom, Revista Arco e Núcleo de Apoio Técnico/Coordenação. Apesar de fisicamente os setores já estarem na nova edificação, ainda existem pontos a serem resolvidos para que possam funcionar efetivamente no prédio 62B: finalização da instalação de splits, conclusão das instalações elétricas, ligação da fibra ótica, troca da porta principal, colocação de grades no entorno do prédio, monitoramento eletrônico e aditivo do contrato da SulClean para limpeza frequente da área.

O plano de ocupação está organizado em três etapas:

- Fase 1: está em andamento;
- Fase 2: contempla a ida das emissoras de rádio, que necessitam da finalização do projeto acústico e do sinal da AM. Previsão para meados de março.
- Fase 3: congrega a TV Campus, o Estúdio 21 e a Agência Facos. Necessita da projeção dos estúdios, do sinal da TV e da manutenção no telhado. Previsão para o final do ano.

4. PÚBLICOS

- Estudantes da UFSM (Ensino Básico, Médio, Pós-médio, Graduação, Pós-Graduação);
- Alunos potenciais ingressantes;
- Ex-alunos;
- Servidores da UFSM: técnicos e docentes;
- Aposentados;
- Facilitadores de comunicação da UFSM (servidores e estudantes que atuam na área);
- Comunidade em geral;
- Imprensa regional, nacional e internacional.

5. JUSTIFICATIVA

Um planejamento geral da Comunicação permite alinhar as ações da área às metas e desafios organizacionais estabelecidos no Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) e à Política de Comunicação da UFSM. Além disso, permite integrar as atividades de todos os núcleos, somando esforços e evitando retrabalho. Um cronograma geral dos principais eventos e campanhas institucionais contribui para uma maior produtividade e organização na cobertura e produção de pautas relevantes da UFSM.

6. OBJETIVOS

Objetivo geral: Ampliar a cultura de divulgação científica na UFSM.

Objetivos específicos:

- Elaborar e gerir o cronograma anual/institucional para produção de conteúdo pró-ativa;
- Explorar os fluxos de produção nos laboratórios, disciplinas e professores da área de comunicação, bem como estágios de comunicação e áreas afins;
- Fortalecer o fluxo de pautas aos NDIs e Núcleos de Comunicação das Unidades e Órgãos da UFSM;
- Avaliar e ampliar o alcance e o engajamento de conteúdo nas redes sociais;
- Consolidar a comunicação institucional e normativas da Política de Comunicação;
- Ampliar a divulgação científica com materiais multimídia e com reconhecimento dos interesses da comunidade;
- Capacitar facilitadores de comunicação a partir da Política de Comunicação e dos diversos Guias de Comunicação publicados;
- Criar uma cultura de rápida resposta e de divulgação científica junto aos gestores e pesquisadores/extensionistas;
- Diversificar os meios de circulação dos conteúdos da UFSM;
- Estimular a qualificação da comunicação interpessoal e das ferramentas de comunicação interna e administrativa;
- Trabalhar mais a internacionalização e a gestão ambiental a partir da comunicação;
- Transferir a estrutura da comunicação social para o prédio 62B.

7. ALINHAMENTO DO PROJETO AO PDI E AO PLANO DE GESTÃO

A comunicação é transversal e terá impacto sobre todos os objetivos a serem alcançados na instituição.

1 – Internacionalização

- 1.01. Oportunizar o enriquecimento cultural e a formação global dos discentes
- 1.02. Aumentar a inserção científica internacional da instituição
- 1.04. Ampliar a colaboração e a publicação em nível internacional

2 – Educação inovadora e transformadora com excelência acadêmica

- 2.04. Promover ações de complementação do aprendizado e envolvimento com pesquisa e extensão

3 – Inclusão social

- 3.02. Oportunizar o ingresso, acesso e permanência, em consonância com as políticas de inclusão social
- 3.03. Reduzir e coibir todo tipo de assédio, preconceito, racismo e discriminação
- 3.04. Fortalecer ações que promovam a diversidade, o respeito às diferenças, interculturalidade e garantia dos direitos humanos
- 3.06. Incrementar ações para reduzir as barreiras de acessibilidade
- 3.07. Incrementar ações para desenvolvimento pessoal e profissional com enfoque em aspectos de inclusão

4 – Inovação, geração de conhecimento e transferência de tecnologia

- 4.03. Potencializar as oportunidades relacionadas às competências dos grupos de pesquisa
- 4.08. Alcançar alto grau de acreditação e certificação dos laboratórios de pesquisa da instituição

5 – Modernização e desenvolvimento organizacional

- 5.02. Melhorar a comunicação interna
- 5.05. Consolidar o planejamento estratégico como instrumento para direcionar os investimentos
- 5.07. Fortalecer políticas de governança e gestão de riscos
- 5.08. Fortalecer a política de valorização, acolhimento e humanização dos servidores ativos e aposentados

6 – Desenvolvimento local, regional e nacional

- 6.01. Garantir maior visibilidade à instituição
- 6.02. Fomentar a integração com a sociedade e o mercado
- 6.04. Fortalecer as ações de extensão
- 6.06. Consolidar o Fórum Regional Permanente de Extensão
- 6.07. Melhorar a comunicação externa

7 – Gestão ambiental

- 7.02. Desenvolver uma comunidade acadêmica atuante em relação à sustentabilidade
- 7.08. Promover um programa permanente de educação e comunicação ambiental

8. AÇÕES E PRODUTOS DE COMUNICAÇÃO

As ações e produtos de comunicação da Coordenadoria de Comunicação Social visam acionar opiniões e comportamentos a partir de valores intangíveis e tangíveis ligados à Comunicação Institucional e Científica da UFSM. Nessa perspectiva, as atividades foram agrupadas por finalidades e especialização dos seus produtos/serviços.

8.1 Planejamento e Pesquisa:

- Integrar ao planejamento o cronograma anual/institucional para produção de conteúdo pró-ativa, programando principais eventos e campanhas, estudando antecipadamente quais podem render pauta e/ou cobertura para divulgação.

Calendarização geral 2021

Calendarização UFSM 2021

- Contratar pesquisa de audiência para a Rádio Universidade AM e UniFM, assim como para a TV Campus, com a Facos Agência ou disciplina de Pesquisa de Opinião Pública/Audiência a fim de melhor entender e adequar as produções às características dos públicos.
Avaliar possibilidade de contratação de empresa externa.
Verificar com a Facos Agência ou disciplina da Facos para realização de pesquisa externa.
- Contratar pesquisa de opinião pública sobre a Universidade Federal de Santa Maria, como a comunidade externa percebe a instituição e suas ações de ensino, pesquisa e extensão.
- Viabilizar a mudança dos setores para a Casa de Comunicação: primeira etapa ocupar o térreo com Secretaria da Coordenadoria, Revista Arco, Agência de Notícias e Unidade de Comunicação Integrada; segunda etapa ocupar com Rádios; Terceira etapa transferir TV Campus, Estúdio 21 e Agência Facos.
Finalização da instalação de splits;
Conclusão das instalações elétricas;
Ligação da fibra óptica;
Troca da porta principal;
Colocação de grades no entorno do prédio;
Monitoramento eletrônico e aditivo do contrato da SulClean para limpeza frequente da área;
Projeto acústico dos estúdio de TV e rádio;
Sinais de TV e rádio no prédio;
Reforma telhado com infiltração.
- Participar da reestruturação da Pró-Reitoria de Planejamento, repensando os setores da própria Coordenadoria de Comunicação, incorporando a Unidade de Comunicação Integrada.
- Prestar consultoria e apoio na elaboração de planejamentos estratégicos de comunicação para pró-reitorias, órgãos e unidades de ensino, focando na Secretaria de Apoio Internacional e na área de Sustentabilidade (Projeto UMA).
- Criar um plano e orçamento da Coordenadoria de Comunicação junto à Proplan.
Prever depreciação de materiais, bolsas, gastos mensais, licenças...
- Retomar a participação do coordenador de comunicação nas reuniões semanais de pró-reitores e diretores de unidade para levantamento de pautas e apresentação de trabalhos realizados pela Comunicação.
- Ampliar o número de seguidores nas redes sociais da UFSM, gerando uma convergência de uma para a outra.
Relembrar e convidar sistematicamente servidores, estudantes, aposentados e ex-alunos para seguir, curtir, comentar e compartilhar os conteúdos da Universidade, tornando-se embaixadores da instituição.

8.2 Normativas e comunicação institucional

- Capacitar comunicadores e servidores de áreas afins em políticas editoriais, produção de conteúdo, técnicas de SEO, planejamento de comunicação, mídias sociais, produção audiovisual, identidade visual, eventos por conta própria ou em parceria com o NED/Progep.
- Realizar reuniões semestrais com os núcleos de divulgação institucional a fim de planejar e alinhar a comunicação institucional.

- Desenvolver Guia de Comunicação Interna/Administrativa/de Gestão para que os gestores articulem e mobilizem melhor suas equipes sobre as principais atividades da UFSM e principais decisões da alta gestão, redação oficial.
- Revisar e consolidar resoluções que tratam sobre temas e normativas de comunicação.
- Publicar Portaria Normativa sobre os Guias de Comunicação.
- Aprovar e iniciar uso das marcas das Unidades de Ensino ajustadas de acordo com o Guia de Identidade Visual.

8.3 Produção de conteúdo e divulgação científica:

- Além das reuniões de pauta da Coordenadoria, aproximar ainda mais os núcleos com uma produção de conteúdo multimídia.
- Criar parceria entre Rádios e Revista Arco para produção de podcasts “Arco no Fone” de divulgação científica e publicação nas mídias da UFSM, Spotify e outras mídias.
- Estabelecer maior aproximação com laboratórios de produção audiovisual para compor grades das Rádios e TV Campus, além de bolsas e estágios.
- Dividir os conteúdos publicados nas redes sociais da UFSM e Gabinete do Reitor, de acordo com os públicos, evitando o overposting. Divisão de curadoria:
 - Gabinete do Reitor publica em primeira mão: gestão, CEPE, Consu, NTE, Progep, Proinfra, Proplan, editais... Em segunda mão ensino, pesquisa e extensão. Repercuta notícias sobre questões administrativas e falas da gestão.
 - UFSM posta em primeira mão: ensino, pesquisa, extensão e campanhas institucionais. UFSM também deve flexibilizar mais os horários de postagem para postar rápido notícias importantes.
 - Da mesma forma, torna-se necessário estabelecer melhor quem deve postar o que e quando nos e-mails semanais para as Unidades de Ensino de forma a não causar overposting nessas redes também.
- Trabalhar mais a divulgação científica nas mídias sociais.
 - Repensar o uso do Twitter para divulgação científica dando RT em conteúdos de outras instituições que citam a UFSM e fazer mais threads de divulgação científica.
 - Usar o feed do Instagram para publicar conteúdos de divulgação científica a partir de fotos e vídeos de grupos e projetos de ensino, pesquisa e extensão, grupos PET que vão até a comunidade e projetos multidisciplinares que estimulam a parcerias entre cursos. Calendarização de mídias sociais 2021.
 - Estimular os pesquisadores a publicar mais conteúdos e threads no Twitter e suas redes sociais marcando a UFSM para divulgação.
 - Mapear produtores de conteúdo sobre divulgação científica (fotos, podcasts, vídeos) para dar ampla visibilidade. Mapeamento realizado pela Revista Arco.
- Trabalhar mais a internacionalização e a gestão ambiental nas mídias sociais.
 - Publicar alguns conteúdos no Twitter também em inglês (conteúdos de divulgação científica e interesse internacional).
 - Compartilhar conteúdos sobre sustentabilidade e meio ambiente publicados pelo Projeto UMA e Agenda 2030.
- Diversificar os conteúdos nas redes sociais.
 - Testar redes emergentes como TikTok, Reels, etc e pessoas falando nos stories do Instagram. Criar um quadro semanal “O que rolou na UFSM nesta semana”.
 - Usar mais o LinkedIn para postar reportagens e artigos para públicos segmentados.
 - Verificar e identificar ex-alunos com bom capital nas redes sociais/influencers para serem embaixadores da Universidade nas redes sociais.
 - Criar um YouTube institucional e produzir mais vídeos estilo youtuber ou com uso de lettering. Repensar audiovisual para plataformas digitais com microconteúdos.

- Aproximar-se da PRPGP e PRE para contatos com professores, projetos e grupos de pesquisa e extensão.
 - Sugerir a divulgação científica como encargo para professores ou como parte de sua ação extensionista obrigatória, de acordo com a Política de Extensão.
 - Sugerir mudanças nos editais de financiamento para exigir divulgação científica dos projetos contemplados, como a PRE já faz no edital FLEX.
- Criar um Guia Divulgação Científica com participação de jornalistas e de pesquisadores divulgadores científicos de cada área.
 - Produto do mestrado da jornalista Luciane Treulieb: *Menu de Ideias: como usar as novas mídias para divulgação científica das universidades?*
 - Capacitação/evento para professores e doutorandos.
 - Campanhas de como se comunicar com a imprensa e valorização da divulgação científica.
- Aumentar o posicionamento do site nas buscas do Google através de técnicas de SEO (Search Engine Optimization).
- Ampliar a produção de conteúdo de divulgação científica também no site da UFSM por meio de entrevistas, coberturas de projetos, prêmios e eventos que aproveitem a oportunidade para aprofundar o conteúdo de ensino, pesquisa e extensão.
 - Avaliar a criação de um portal de notícias da UFSM, agregador de conteúdo dos principais veículos e outros produtores como pró-reitorias, unidades, campi.
- Criar novos programas na TV Campus para divulgação científica.
 - TV Campus Entrevista receberá pesquisadores, os áudios são usados como podcasts nas rádios.
 - Especial Elas na Ciência nos meses de fevereiro a abril. Avaliar a possibilidade de manter o programa com futuras bolsistas.
- Criar newsletter semanal via WhatsApp (Telegram ou app UFSM Digital) dos principais conteúdos e avisos da UFSM para envio aos servidores e estudantes de forma a converter mais leitores para o site e aumentar a vida útil das principais notícias.
- UFSM em Rede com a Educação Básica: conteúdos sobre Enem, SiSU, assistência estudantil, ingresso, cotas, ações afirmativas de acesso e permanência, cursos, profissões, perspectiva de mercado, formação do leitor e de ouvinte.

8.4 Assessoria de imprensa:

- Produzir conteúdo e enviar para veículos externos, bem como atendimento das demandas.
- Finalizar e disponibilizar Banco de Fontes institucional.
- Valorizar a assessoria de imprensa por meio do compartilhamento de notícias publicadas nos veículos de comunicação externos.
 - Stories #UFSMnaMídia e RT no Twitter.
- Licitar empresa prestadora de serviços de clipping para ampliar abrangência de veículos e regiões, bem como melhor aproveitar o tempo do jornalista e bolsistas no atendimento à imprensa.
- Estreitar relacionamento com os veículos locais, criando um espaço fixo no Diário de Santa Maria para divulgação científica, assim como o DAG faz com as memórias do passado.
 - Substituir as fotos com histórias de pessoas do Projeto Retalhos de Memória utilizando história oral, inserindo melhor pautas que a comunicação deseja trabalhar como sustentabilidade, divulgação científica.
- Estreitar relacionamento com a Agência Bori, Agência Brasil/EBC e RadioWeb.
- Diversificar o envio de notícias para veículos nacionais, internacionais e especializados.

8.5 Eventos e campanhas institucionais:

- Planejar e executar campanhas institucionais que priorizem a divulgação científica de projetos de ensino, pesquisa e extensão.

Coronavírus

A partir da pandemia, torna-se necessária uma campanha permanente de cuidados e formas de prevenção da Covid-19. Além disso, quando do retorno das atividades presenciais, será necessária uma ação mais contundente dos cuidados em sala de aula, setores e espaços de convivência até que toda a população esteja vacinada e segura. Divulgar ações da Comissão de Biossegurança.

Campanha pró-vacinas

Diante da pandemia de Covid-19 e da campanha de vacinação precária no Brasil, a Associação Nacional de Dirigentes de Instituições Federais de Ensino Superior (Andifes) iniciou uma campanha pró-vacina com a #JuntosPelaVacina. A UFSM apoia a ação através de uma campanha local com médicos conhecidos do público. Além disso, a Universidade realiza vacinação no HUSM.

60 anos UFSM

No ano de 2020, a Universidade Federal de Santa Maria comemora 60 anos desde a sua fundação. São 60 anos de um ciclo com a cidade de Santa Maria e região: uma aliança que constrói projetos de ensino, pesquisa e extensão, proporcionando o reconhecimento ao interior do estado do Rio Grande do Sul. No retorno às aulas, realizar comemorações presenciais como Viva o Campus temático, apresentação da Orquestra Sinfônica no Centro de Convenções, exposição presencial itinerante de fotos dos fatos históricos da instituição.

SiSU

O Sistema de Seleção Unificada (Sisu) é a maneira convencional de ingressar na graduação da UFSM. Os candidatos devem se manifestar sobre o interesse em participar da lista de espera do SiSu a partir das vagas que sobram. Alinhar campanha desde a explicação do SiSU e Enem até a última oferta de Vagas Suplementares.

Ingresso e Reingresso

___ O edital de ingresso e reingresso contempla:

- 1) Reingresso: para candidatos que tenham abandonado ou cancelado algum curso da UFSM e pretendam reingressar no mesmo curso;
- 2) Transferência Interna: para candidatos regularmente matriculados ou com trancamento total do semestre em curso de graduação da UFSM, que pretendam trocar de curso;
- 3) Transferência Externa: para candidatos regularmente matriculados ou com trancamento total em outra Instituição de Ensino Superior (IES), que pretendam ser transferidos para a UFSM;
- 4) Portador de Diploma: para candidatos já diplomados em cursos de graduação reconhecidos nacionalmente; e
- 5) Reingresso com Transferência Interna: para candidatos que tenham abandonado ou cancelado algum curso da UFSM e pretendam retornar à Universidade em curso diferente daquele abandonado ou cancelado (com códigos de curso diferentes).

A necessidade é divulgar o edital entre alunos e egressos.

Calourada sem assédio

A UFSM organiza, com a Semana da Calourada, uma recepção diferenciada para seus 30 mil alunos, com rodas de conversa, apresentações artísticas, mateada e prestação de serviços para os estudantes, com os objetivos de proporcionar um agradável primeiro contato com o campus e de oferecer uma opção de convivência dentro do campus, voltada aos ideais da instituição. Além do acolhimento aos estudantes, a Calourada é uma alternativa aos trotes abusivos e uma oportunidade de formação para os ingressantes.

Durante a semana, ainda é abordada a temática "Trote sem Assédio" com o objetivo de conscientizar acadêmicos e acadêmicas a respeito da recepção aos calouros, incentivando-os a

promoverem uma semana de recepção que integre os calouros de forma respeitosa e humanizada. Ela visa combater qualquer tipo de assédio (seja moral ou sexual), opressão, humilhação e violência durante o trote, além de criar consciência desde cedo sobre direitos e obrigações no âmbito acadêmico. É importante abordar aqui dos direitos e deveres dos estudantes de acordo com o Código de Convivência, bem como divulgar datas de matrículas e de solicitação de benefício socioeconômico.

É provável que a Calourada do primeiro semestre seja virtual pelo REDE.

Avaliações Institucional e de Ensino-Aprendizagem

A Avaliação do Docente pelo Discente tem como objetivo mensurar o desempenho do professor em sala de aula e promover a reflexão individual e coletiva sobre a atuação na Instituição. Ocorre ao final de cada semestre. Em 2020, a pesquisa foi adaptada para avaliar o sistema REDE. A partir de 2021, a pesquisa será modificada para avaliar o sistema de ensino-aprendizagem como um todo, sem personalizar na figura do professor.

A Autoavaliação Institucional ocorre a cada dois anos com estudantes e servidores. As questões avaliam infraestrutura, gestão, processo de ensino-aprendizagem, comunicação, entre outros aspectos.

Campanha do Agasalho

___Durante as estações mais frias do ano - outono e inverno -, a realidade de inúmeras pessoas muda. Muitas delas não possuem condições para manterem-se suficientemente aquecidas e, nesse contexto, as campanhas do agasalho são importantes ferramentas de auxílio às pessoas necessitadas, muitas delas que moram na Casa do Estudante.

Campanha da luta pela saúde mental

O Setor de Atendimento Integral ao Estudante (Satie) é responsável pelo atendimento exclusivo dos acadêmicos e tem o objetivo de oferecer um serviço de acolhimento e suporte aos estudantes da UFSM através de oficinas e acompanhamento para situações mais complicadas de saúde mental. O intuito da campanha é conscientizar os estudantes sobre os cuidados em relação à saúde mental. Como ganchos, utiliza-se o Dia Nacional da Luta Antimanicomial (18 de maio) e o mês de Prevenção ao Suicídio (setembro amarelo).

Jornada Acadêmica Integrada-JAI

A Jornada Acadêmica Integrada busca estimular a iniciação dos alunos no meio acadêmico, promover a troca de experiências entre estes alunos e entre estes e seus professores, divulgar seus trabalhos de ensino, pesquisa e extensão e assegurar o reconhecimento institucional destas ações.

Encontro Compartilhando Saberes

O *Compartilhando Saberes* é um evento que objetiva compartilhar conhecimentos e práticas pedagógicas por meio de relatos de experiência, tanto de professores das Instituições de Ensino Superior, quanto de outras Instituições de Ensino em âmbito local, regional, nacional e internacional.

O evento traz a oportunidade para que estudantes, professores e pesquisadores possam trocar experiências na busca de uma educação mais significativa em qualquer grau de aprendizagem.

Descubra

O Descubra UFSM é uma feira de profissões gratuita e aberta a toda a comunidade, promovida no Centro de Eventos da Universidade. Objetiva proporcionar uma maior divulgação dos cursos de graduação da UFSM junto à comunidade local e regional, movimentando cerca de 25 mil pessoas, não só da região de Santa Maria, mas também de todo o estado e Santa Catarina, durante três dias.

Semana do Servidor Público

Em alusão ao dia 28 de outubro, no qual é comemorado o Dia do Servidor Público, a Progep promove, anualmente, a Semana do Servidor Público.

O evento, que teve início em 2010, tem como objetivos:

- Homenagear servidores públicos, ativos e aposentados da UFSM, proporcionando a estes momentos de reflexão, informação e integração;
- Auxiliar no resgate da autoestima, informando aos servidores sobre a importância de cultivar momentos de dedicação ao trabalho com momentos de lazer, como sessões no Planetário, visita ao Jardim Botânico, oficinas, etc;
- Proporcionar momentos de debates na instituição que promovam a reflexão do sentido do viver humano e do cotidiano de trabalho; e
- Promover a participação dos servidores em eventos culturais permitindo aos servidores mostrarem seus potenciais, divulgando seus talentos.

Novembro Negro

O Projeto de Extensão "Novembro Negro" tem como proposta promover a Semana da Consciência Negra, comemorando a identidade da população negra e promovendo debates e reflexões de temas como racismo, religiosidade, criminalidade e migrações. Para tal, são programadas mesas e grupos de trabalho que tenham associação às temáticas propostas.

ENADE

O Sistema de Avaliação UFSM busca estabelecer uma prática permanente de avaliação. É composta pela Autoavaliação (interna e externa); Avaliação do Docente pelo Discente; Avaliação dos Cursos; Avaliação dos Alunos (Enade) e Avaliação do Egresso. Cada avaliação possui objetivos e públicos específicos, além de periodicidade, características e período de aplicação distinto.

O Exame Nacional de Desempenho de Estudantes avalia o desempenho dos estudantes com relação aos conteúdos programáticos e também a Universidade como um todo. Quanto melhor avaliada, mais recursos a instituição recebe.

UMA Universidade Sustentável

___ Nos últimos anos, as universidades e os institutos federais do Brasil vêm encontrando diferentes possibilidades decorrentes dos cortes orçamentários promovidos pelo governo federal e da crise econômica do país. Os impactos nos encargos de terceirizados, incluindo serviços de conservação e limpeza, torna ainda mais importante estimular uma cultura de cuidado e preservação do bem público. Conteúdos produzidos sobre mulheres que desenvolvem projetos ligados aos objetivos sustentáveis, dicas sustentáveis de estudantes e servidores, egressos falando sobre empregos verdes.

Agenda 2030

A Agenda 2030 é um plano de ação para as pessoas, o planeta e a prosperidade, que busca fortalecer a paz universal. O plano indica 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, os ODS, e 169 metas, para erradicar a pobreza e promover vida digna para todos, dentro dos limites do planeta. São objetivos e metas claras, para que todos os países adotem de acordo com suas próprias prioridades e atuem no espírito de uma parceria global que orienta as escolhas necessárias para melhorar a vida das pessoas, agora e no futuro. Os 17 Objetivos são: Erradicação da pobreza; Fome zero e agricultura sustentável; Saúde e bem-estar; Educação de qualidade; Igualdade de gênero; Água potável e saneamento; Energia acessível e limpa; Trabalho decente e crescimento econômico; Indústria, inovação e infraestrutura; Redução das desigualdades; Cidades e comunidades sustentáveis; Consumo e produção responsáveis; Ação contra a mudança global do clima; Vida na água; Vida Terrestre; Paz, justiça e instituições eficazes; Parcerias e meios de implementação.

Cuidado com o Patrimônio

A mostra de “E Eu com Isso?”, realizada pelos Núcleos de Divulgação e Direção do Centro de Educação reuniu carteiras quebradas, teclados e mouses sem peças, caixas de som sem fios e outros objetos destruídos numa exposição no hall do prédio 16B, com o objetivo de chamar a atenção da comunidade universitária para a preservação do patrimônio público. Além dos equipamentos, foram distribuídos cartazes com fotos de pensadores da educação, como Sócrates, Anísio Teixeira e Paulo Freire, questionando a degradação do patrimônio, com o questionamento “Que tipo de educador não cuida da própria escola?”.

É possível ampliar esta campanha para todas as Unidades de Ensino e prédios da UFSM, incluindo Casa do Estudante com a reflexão “Que tipo de cidadão/profissional/estudante não cuida da própria casa/sala de aula/local de trabalho?” Algumas questões a serem tratadas, principalmente na Casa do Estudante, são descarte de móveis e arrombamento de portas.

UFSM Sem Assédio

A campanha visa combater o assédio na UFSM em todos os seus âmbitos (servidor- servidor, servidor-estudante, estudante-estudante), conscientizando sobre os casos de assédio que ocorrem na UFSM e sobre os canais oficiais de denúncia.

Fórum Regional Permanente de Extensão

O Fórum Regional Permanente de Extensão tem o objetivo de identificar as demandas consideradas prioritárias pelas comunidades locais e regionais dos municípios onde tem presença física – Santa Maria, Cachoeira do Sul, Frederico Westphalen e Palmeira das Missões. Os dados serão utilizados como referência para o desenvolvimento de projetos de extensão – iniciativas que permitem à Universidade estender à sociedade os conhecimentos gerados por meio do ensino e da pesquisa.

Homenagens de 10, 20, 30 e 40 anos

A Progep, por meio do Núcleo de Educação e Desenvolvimento (NED), promove as Cerimônias de Homenagem aos Servidores que completaram 10, 20, 30 e 40 anos de dedicação à UFSM. A iniciativa faz parte do Projeto de Reconhecimento Profissional, promovido desde 2014 pela Progep.

Relacionamento com aposentados

O Programa de Preparação para a Aposentadoria - Transformar o Hoje tem o objetivo de preparar os servidores para aposentadoria por meio de integração entre servidores ativos e aposentados, troca de experiências, ações e homenagens para aposentados. Dentre as ações, está o Revivência, evento de integração entre aposentados e servidores ativos e a Homenagem aos Aposentados, evento que busca reconhecer os anos de serviços prestados e a valiosa contribuição de cada um para o desenvolvimento da UFSM.

Recepção aos novos servidores

O Núcleo de Educação e Desenvolvimento (NED) da Progep promove semestralmente o Seminário de Recepção e Integração Institucional. O evento tem como objetivo acolher, ambientar e integrar os servidores ingressantes na Instituição, buscando transmitir aos mesmos os conhecimentos básicos necessários para a inserção no contexto acadêmico, contribuindo assim,

para a conscientização de seu papel, enquanto servidores públicos federais, para uma atuação profissional ética, com responsabilidade e comprometimento. A Coordenadoria de Comunicação possui espaço no Seminário, onde apresenta os veículos de comunicação e a importância dos servidores estarem disponíveis para darem publicidade ao trabalho que desenvolvem.

Lidere

O Lidere é uma iniciativa da Progep com o objetivo de contribuir para o aprimoramento da dinâmica organizacional, nos aspectos referentes à liderança e à gestão de pessoas, tendo em vista as relações interpessoais, o desempenho profissional, a melhoria da qualidade de vida no ambiente de trabalho e, conseqüentemente, melhor prestação de serviços à comunidade. O curso tem total de 20 horas/aula. É importante participar deste momento apresentando os canais de comunicação da UFSM e algumas dicas de comunicação interna, documentos oficiais e comunicação não-violenta.

Formaturas

Desde o primeiro semestre de 2020, todas as sessões solenes de colação de grau ocorrem no Centro de Convenções ou em outros espaços físicos da própria instituição (auditórios ou anfiteatros). Durante a pandemia e suspensão das atividades presenciais, as formaturas ocorrem online, com presença parcial dos professores e estudantes na Sala dos Conselhos.

UFSM Integra

O projeto UFSM Integra visa reduzir a evasão e estimular a permanência dos estudantes nos cursos de graduação da UFSM. O compromisso é acompanhar a vida dos alunos na UFSM desde o seu ingresso até o seu desligamento. O acompanhamento da instituição junto ao seu aluno é essencial para o sucesso durante a vida universitária. Ainda, o projeto prevê a coleta de dados quantitativos, o desenvolvimento de um aplicativo, um painel de indicadores para acompanhamento e avaliação pelos gestores e uma campanha de comunicação. O objetivo final do Projeto Integra é atingir uma das metas definidas no plano de gestão, colaborando de forma efetiva para que se possa subir para 5 a atual nota 4 da UFSM no Índice Geral de Cursos (IGC).

Volver e Relacionamento com ex-alunos

Programa institucional da UFSM que tem como objetivo preservar o relacionamento entre a Instituição e seus egressos e resgatar laços de fraternidade, responsabilidade e cidadania. Pôr em movimento, tornar, retribuir e reviver são alguns significados e princípios do Volver que direcionam a sua atuação. O programa também visa viabilizar o aprimoramento profissional e divulgar os trabalhos dos egressos da UFSM.

O Projeto Egressos que fazem Ciência produzirá duas notícias e materiais para redes sociais por mês sobre egressos que atuam no campo científico.

9. CRONOGRAMA 2021

Calendário UFSM 2021

10. AVALIAÇÃO

- Estatísticas de alcance, curtidas, compartilhamento e comentários dos posts sobre as atividades relacionadas nas mídias sociais, de acordo com as ferramentas de estatísticas das próprias mídias (ex.: Ferramentas do Facebook);
- Estatísticas de leitura do site;
- Quantidade de matérias produzidas com enfoque científico, extensionista e artístico/cultural;
- Métricas de leitura e acesso às notícias no site da UFSM;
- Cálculo de centimetragem de mídia espontânea por meio de *clipping*;
- Número de pautas publicadas pelos veículos x releases enviados;
- Respostas da Avaliação Institucional quanto à comunicação da UFSM e como ficam sabendo das notícias;
- Resultados das Pesquisas de Audiência encomendadas;

- Audiência de TV e Rádio.

11. RECURSOS

- 7 bolsistas - Agência de Notícias
- 9 bolsistas - Revista Arco
- 5 bolsistas - Núcleo de Rádios
- 2 técnicos terceirizados - Núcleo de Rádios
- 7 bolsistas - TV Campus
- 2 técnicos terceirizados - TV Campus
- 7 bolsistas - Unicom
- 2 bolsistas - Gabinete do Reitor