

# Relatório ações 2022

**2.361** novos seguidores nas redes sociais

**+500** posts e edições de vídeos nas redes sociais

**1.108** postagens no site oficial do *Campus* Bento Gonçalves  
sendo **658** publicações de notícias

**48** boletins informativos enviados a servidores e estudantes

**11** participação em núcleos, comissões e conselhos

**196** publicações em diferentes veículos da imprensa

**18** transmissões de eventos virtuais *lives*

reuniões semanais para  
acompanhamento de **45** ações estabelecidas  
no Plano Anual



## APRESENTAÇÃO

Iniciamos o relato das ações realizadas no ano de 2022 pela equipe da Coordenadoria de Comunicação Social com a indicação dos principais documentos que têm servido de referência para o setor. Na sequência, apontamos os canais de comunicação que foram utilizados para divulgar as ações de ensino, pesquisa, extensão e gestão nesse período, com destaque para as redes sociais e para o site do *Campus*, o qual teve 1.108 publicações, sem contar as atualizações em páginas existentes.

No item três, apresentamos a relação de 11 instâncias (comissões, núcleo e conselhos) que contaram com integrantes vinculados à Coordenadoria de Comunicação nesse ano. Em seguida, informamos sobre a “clipagem” realizada pelo setor, que identificou [196 publicações](#) relacionadas ao *Campus* em diversos veículos.

No quinto item, falamos sobre o encaminhamento de informativos por e-mail para a comunidade interna, que resultou no envio de 48 boletins. O apoio à realização de eventos virtuais é relatado no item seis e no Anexo encontra-se listada a relação de transmissões realizadas pela internet que contaram com serviços da equipe da Coordenadoria de Comunicação. No total, foram 18 eventos (webinários, *lives*, assembleias, reuniões etc).

# 1. DOCUMENTOS DE REFERÊNCIA

A Coordenadoria de Comunicação Social, setor subordinado à Diretoria de Extensão, tem as seguintes atribuições normatizadas no artigo 73 do **Regimento Interno Complementar do *Campus* Bento Gonçalves do IFRS**:

I - colaborar com o planejamento e constante aperfeiçoamento da Coordenadoria, visando atender as demandas de ensino, pesquisa, extensão e gestão existentes na Instituição, racionalizando o uso dos recursos e equipamentos;

II - elaborar o relatório anual das atividades da Coordenadoria;

III - estudar, planejar, executar e controlar ações de divulgação publicitária e de prestação de informações de caráter educativo, informativo e de orientação social, estimulando a retroalimentação da comunicação entre a instituição e a comunidade externa;

IV - zelar pela preservação da identidade visual da instituição;

V - prestar apoio técnico à Diretoria de Extensão na participação em eventos internos e externos;

VI - integrar a Comissão Permanente de Formatura do *Campus* Bento Gonçalves;

VII - gerenciar a utilização das salas de Audiovisuais e do Salão de Atos do *Campus* Bento Gonçalves, bem como zelar pela preservação dos mesmos;

VIII - instalar, ligar, testar e gerenciar equipamentos de audiovisual;

IX - prestar apoio técnico na produção de material didático e/ou de divulgação de ensino, pesquisa, extensão e gestão que necessitar de recursos audiovisuais;

X - elaborar o Plano Anual de Comunicação;

XI - orientar gestores e demais servidores para a consolidação do relacionamento com a imprensa;

XII - produzir *releases* de interesse institucional e enviá-los à imprensa;

XIII - gerenciar a alimentação de informações no sítio eletrônico e nas páginas nas redes sociais do *Campus* na internet;

XIV - presidir a comissão responsável pela edição e publicação do Boletim de Serviços;

XV - desempenhar outras atividades correlatas à Coordenadoria, ao cargo ou definidas pela legislação e/ou atribuídas pelo superior hierárquico.

§ 1º A execução das atividades da Coordenadoria de Comunicação Social será feita por equipe composta minimamente por jornalista, técnicos audiovisuais e demais cargos necessários.

§ 2º As atribuições dos servidores mencionados no § 1º deste artigo serão as previstas em cada um de seus cargos, segundo a legislação vigente.

A equipe da Coordenadoria de Comunicação Social é composta por dois técnicos em audiovisual, um jornalista e um técnico em assuntos educacionais com experiência em *design* gráfico, os quais atuam de acordo com os princípios da administração pública estabelecidos pelo **artigo 37 da Constituição Federal**, ou seja, a “legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência”, obedecendo o que define o seu parágrafo primeiro, reproduzido abaixo:

**A publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social,**

**dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.**

Outro documento legal que regula a atuação Coordenadoria de Comunicação Social é o **Decreto Nº 6.555, de 8 de setembro de 2008**, o qual dispõe sobre as ações de comunicação do Poder Executivo Federal e dá outras providências, estipulando em seu artigo primeiro os seguintes objetivos principais:

- I – dar amplo conhecimento à sociedade das políticas e programas do Poder Executivo Federal;
- II – divulgar os direitos do cidadão e serviços colocados à sua disposição;
- III – estimular a participação da sociedade no debate e na formulação de políticas públicas;
- IV – disseminar informações sobre assuntos de interesse público dos diferentes segmentos sociais;
- V – promover o Brasil no exterior.

O segundo artigo deste Decreto estabelece que no desenvolvimento e na execução das ações de comunicação, devem ser observadas as seguintes diretrizes, de acordo com as características de cada ação:

- I – afirmação dos valores e princípios da Constituição;
- II – atenção ao caráter educativo, informativo e de orientação social;
- III – preservação da identidade nacional;
- IV – valorização da diversidade étnica e cultural e respeito à igualdade e às questões raciais, geracionais, de gênero e de orientação sexual;
- V – reforço das atitudes que promovam o desenvolvimento humano e o respeito ao meio ambiente;
- VI – valorização dos elementos simbólicos da cultura nacional e regional;
- VII – vedação do uso de nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos;
- VIII – adequação das mensagens, linguagens e canais aos diferentes segmentos de público;
- IX – uniformização do uso de marcas, conceitos e identidade visual utilizados na comunicação de governo;
- X – valorização de estratégias de comunicação regionalizada;
- XI – observância da eficiência e racionalidade na aplicação dos recursos públicos; e
- XII – difusão de boas práticas na área de comunicação.

De forma complementar, a **Instrução Normativa Nº 2, de 20 de abril de 2018**, da Presidência da República/Secretaria-Geral, determina que devem ser observadas as seguintes diretrizes:

- I – observar o princípio da impessoalidade, disposto no caput do art. 37, e seu §1º, da Constituição Federal, que determina que a publicidade tenha caráter educativo, informativo ou de orientação social, proibida a menção a nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos;
- II – buscar, na elaboração das mensagens, uma linguagem clara e de fácil entendimento para o cidadão;
- III – contribuir para a compreensão do posicionamento e das políticas públicas do Poder Executivo Federal;

- IV – contribuir para a compreensão dos investimentos realizados e das responsabilidades dos governos federal, estaduais e municipais na obra ou ação divulgada, promovendo transparência da gestão pública e estimulando o controle social;
- V – priorizar a divulgação de ações e resultados concretos, em detrimento a promessas ou realizações ainda não implementadas;
- VI – nas ações de publicidade institucional ressaltar, sempre que possível, os benefícios diretos e indiretos das ações do Poder Executivo federal para a sociedade;
- VII – privilegiar o uso de pessoas, cenas e casos reais na publicidade institucional de prestação de contas;
- VIII – promover a autoestima dos brasileiros;
- IX – evitar o uso de siglas e termos estrangeiros;
- X – evitar o uso de siglas, menção a estruturas administrativas internas e excessos na citação do nome do órgão ou entidade, em detrimento à mensagem principal;
- XI – utilizar, sempre que possível, recurso que facilite a compreensão das mensagens por pessoas com deficiência visual e auditiva;
- XII – observar o princípio da impessoalidade, disposto no §1º do art. 37 da Constituição Federal, na utilização de informe publicitário ou publeditorial e na produção de conteúdos por meio de veículos de comunicação e divulgação.

As espécies de publicidade são definidas na referida portaria da seguinte forma:

- I – publicidade institucional: destina-se a divulgar atos, ações, programas, obras, serviços, campanhas, metas e resultados dos órgãos e entidades do Poder Executivo federal, com o objetivo de atender ao princípio da publicidade, de valorizar e fortalecer as instituições públicas, de estimular a participação da sociedade no debate, no controle e na formulação de políticas públicas e de promover o Brasil no exterior;
- II – publicidade de utilidade pública: destina-se a divulgar temas de interesse social e apresenta comando de ação objetivo, claro e de fácil entendimento, com o objetivo de informar, educar, orientar, mobilizar, prevenir ou alertar a população para a adoção de comportamentos que gerem benefícios individuais e/ou coletivos;
- III – publicidade mercadológica: destina-se a alavancar vendas ou promover produtos e serviços no mercado; e
- IV – publicidade legal: destina-se à divulgação de balanços, atas, editais, decisões, avisos e de outras informações dos órgãos e entidades do Poder Executivo federal, com o objetivo de atender a prescrições legais.

Entretanto, as ações de Publicidade Legal são distribuídas aos veículos de comunicação e divulgação exclusivamente pela Empresa Brasil de Comunicação – EBC, nos termos do art. 8º, inciso VII, da **Lei nº 11.652, de 7 de abril de 2008**, sendo a única espécie de publicidade que o *Campus* tem a possibilidade de contratar.

A Publicidade Mercadológica, por definição, não deve ser realizada pelo IFRS, pois o Instituto não tem como objetivo concorrer no mercado com outras empresas. A contratação de serviços de Publicidade Pública e Publicidade Institucional está inviabilizada pelo que estabelece a **Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010**, a qual estipula no seu artigo 21 que:

Serão discriminadas em categorias de programação específicas no projeto e na lei orçamentária anual as dotações orçamentárias destinadas às despesas com publicidade institucional e com publicidade de utilidade pública, inclusive quando for produzida ou veiculada por órgão ou entidade integrante da administração pública.

No âmbito da Autarquia, considera-se também o **Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) 2019 – 2023** do IFRS, aprovado pela Resolução Nº 084, de 11 de dezembro de 2018, que define a Missão, a Visão e os Valores do IFRS da seguinte forma:

**Missão:** Ofertar educação profissional, científica e tecnológica, inclusiva, pública, gratuita e de qualidade, promovendo a formação integral de cidadãos para enfrentar e superar desigualdades sociais, econômicas, culturais e ambientais, garantindo a indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão e em consonância com potencialidades e vocações territoriais.

**Visão:** Ser referência em educação, ciência e tecnologia como uma instituição pública, gratuita, de qualidade e com compromisso social.

**Valores:** Equidade e justiça social; Democracia; Cooperação; Solidariedade; Sustentabilidade; Ética; Desenvolvimento Humano; Inovação; Qualidade e Excelência; Autonomia; Respeito à diversidade; Compromisso social.

Outro importante documento de referência para a área é a **Política de comunicação do IFRS**, aprovada pela Resolução nº 074, de 18 de agosto de 2015, do Conselho Superior (Consup) deste Instituto Federal. Ela reúne valores, objetivos e diretrizes para o relacionamento da Instituição com os seus públicos estratégicos. Entre os objetivos desse documento está uma relação mais transparente, profissional e cordial com todos os públicos do IFRS, permitindo posturas comuns entre todas as unidades e os setores, contribuindo para a consolidação da imagem e da reputação da Instituição.

A partir desses referenciais, a equipe utiliza os **critérios para publicações de notícias no site do Campus** que estão disponíveis em <https://ifrs.edu.br/bento/conheca-os-criterios-de-publicacoes-como-noticia-no-site-do-campus/>.

As **orientações à comunidade interna para o encaminhamento de informações para publicação nos canais oficiais do Campus** estão disponíveis em <https://ifrs.edu.br/bento/saiba-como-enviar-informacoes-para-publicacao-nos-canais-oficiais-de-comunicacao-do-campus/>.

## 2. CANAIS DE COMUNICAÇÃO

Para além do *site* ifrs.edu.br/bento, os seguintes canais institucionais de comunicação foram utilizados para divulgar ações de ensino, pesquisa, gestão e oportunidades que a Instituição proporcionou à comunidade: Facebook; Instagram; Twitter; YouTube. A página do *Campus* no Facebook iniciou 2022 com 11.359 seguidores e encerrou o ano com 12.076.

Imagem 1 – Variação do números de seguidores no Facebook - jan/dez de 2022:



<https://www.facebook.com/ifrsCampusBentoGoncalves/insights/>

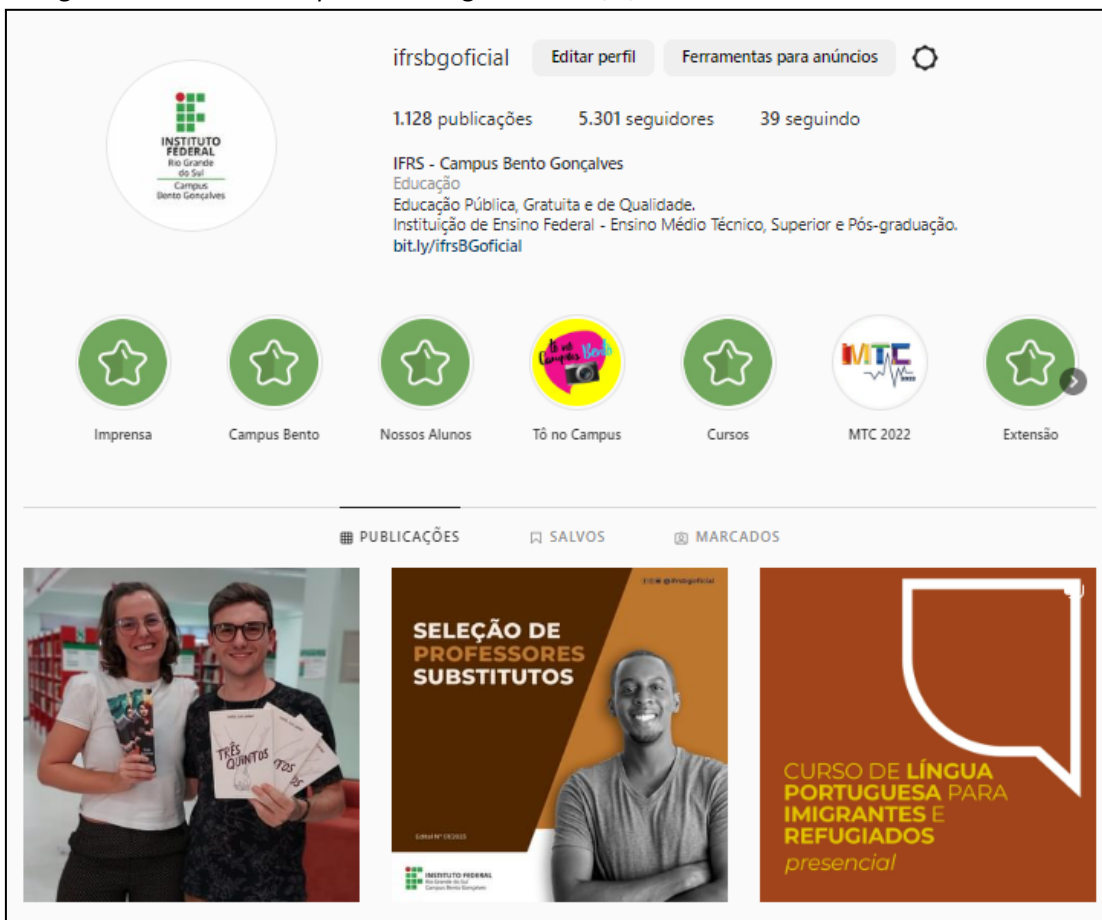
A conta no Instagram foi criada pelo Projeto de Extensão IFRS-BG Si Vê em outubro de 2018 e desde 2021 é administrada pela Coordenadoria de Comunicação Social, com conteúdos sendo produzidos especificamente para esse canal.

Imagem 2 – Perfil do *Campus* no Instagram em 9/2/2022:



Fonte: <https://www.instagram.com/ifrsbgoficial/>

Imagem 3 – Perfil do *Campus* no Instagram em 14/2/2023:



Fonte: <https://www.instagram.com/ifrsbgoficial/>

Apesar dos esforços para ampliação, o número de seguidores no Twitter não foi satisfatório e o engajamento foi muito baixo.

Imagem 4 – Página do *Campus* no Twitter em 3/3/2022:



Fonte: <https://twitter.com/IFRSBGoficial>



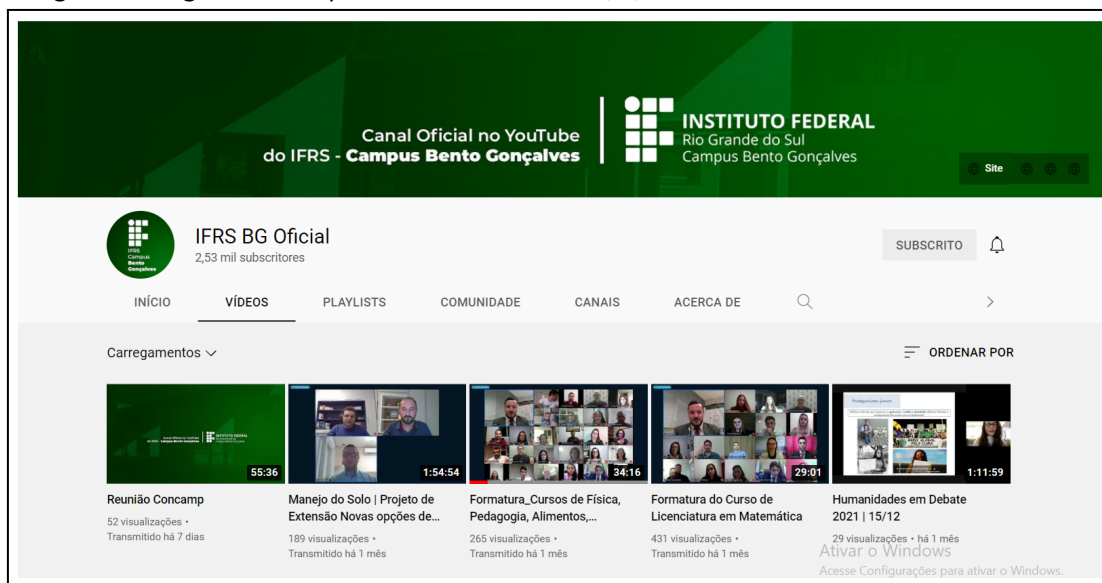
Imagem 5 – Página do *Campus* no Twitter em 14/2/2023:



Fonte: <https://twitter.com/IFRSBGoficial>

O canal oficial do *Campus* no YouTube foi implantado em julho de 2020 e se constituiu em importante veículo de comunicação durante a pandemia de Covid, ampliando rapidamente o número de inscritos e visualizações. Atualmente, além de ser um bom meio para transmissões ao vivo, tem servido como repositório dos vídeos produzidos pelo *Campus*, os quais podem ser facilmente visualizados no futuro.

Imagem 6 – Página do *Campus* no YouTube em 14/2/2022:



Fonte: <https://www.youtube.com/c/CampusBentoGoncalves/>

Imagem 7 – Página do *Campus* no YouTube em 3/3/2022:



Fonte: <https://www.youtube.com/c/IFRSBGoficial>

Entretanto, o principal canal de comunicação oficial continuou sendo o *site* [ifrs.edu.br/bento](https://ifrs.edu.br/bento), o qual teve 658 postagens como notícia no período de janeiro a dezembro de 2022, para além das publicações nas outras seções deste portal, totalizando 1.108 novas páginas ([clique aqui](#) para ver a relação discriminada por mês e tipo de documento).

Imagem 8 – *Site* oficial do *Campus* em 3/3/2022:



Fonte: <https://ifrs.edu.br/bento/todas-as-noticias/page/6/>

### 3. ATUAÇÃO DE MEMBROS DA EQUIPE EM OUTRAS INSTÂNCIAS

Os servidores que atuam no setor participaram das seguintes Comissões, Núcleo e Conselhos em 2021:

- Núcleo de Memória do *Campus*;
- Comissão Interna de Supervisão (CIS);
- Comissão Permanente de Processo de Ingresso Discente (Coppid);
- Comitê Local para Prevenção, Monitoramento e Controle da Covid-19;
- Comissão Permanente de Formatura;
- Comissão responsável pela edição e publicação do Boletim de Serviço;
- Comissão Eleitoral Permanente (CEP-BG);
- Comissão de Dimensionamento e Recrutamento de Pessoal;
- Comissão de Heteroidentificação;
- Comissão Organizadora da Mostra Técnico-Científica;
- Conselho de *Campus*;

Esse envolvimento possibilita uma maior interlocução com as respectivas instâncias e facilita a compreensão das ações que são realizadas por elas.

### 4. IFRS-BG NA MÍDIA

Embora esteja impossibilitado de realizar publicidade paga pelos motivos mencionados na apresentação deste relatório, o *Campus* Bento Gonçalves conta com boa divulgação nos veículos de imprensa, através da publicação de notícias, devido à sua relevância social, ao trabalho que realiza e aos servidores que servem como fontes qualificadas para as matérias jornalísticas.

No ano de 2022 foi possível identificar **196 publicações em diversos veículos**, os quais estão listados em <https://ifrs.edu.br/bento/comunicacao-2/ifrs-bg-na-midia/>.

### 5. INFORMATIVOS

Foram produzidos 47 informativos semanais em 2022, os quais foram encaminhados por e-mail para servidores e alunos.

Imagem 9 – Reprodução do Informativo Nº 48/2022:



## 6. APOIO À REALIZAÇÃO DE EVENTOS VIRTUAIS

Após o fim da suspensão parcial das atividades presenciais como medida de prevenção à disseminação da Covid-19 o apoio técnico à organização de eventos virtuais, tais como webinários, *lives*, assembleias, reuniões etc, permaneceu. No total, foi prestado serviço em **18 transmissões** realizadas pela internet, listadas [aqui](#).

Imagem 10 – Capa do vídeo da transmissão da *live* “Tomei a liberdade de pintar ao meu modo”:



Fonte: <https://youtube.com/live/-iJoMtT7Rk>

## 7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Assim como no ano anterior, em 2021 a restrição às atividades presenciais, como medida de prevenção à disseminação da Covid-19, exigiu de todos uma grande capacidade de resiliência, devido às mudanças nas rotinas de trabalhos. Nesse

contexto, as demandas percebidas ou apresentadas à Coordenadoria de Comunicação Social foram muitas e, considerando as limitações de recursos financeiros e de infraestrutura à disposição do setor, entendemos que os resultados apresentados neste relatório são plenamente satisfatórios.

O Plano Anual de Comunicação do *Campus* Bento Gonçalves (PAC-BG) para 2020/2021 estabeleceu 45 ações, as quais estavam diretamente vinculadas aos objetivos estratégicos, indicadores e iniciativas definidos pelo Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) 2019 – 2023.

Cabe ressaltar que o acompanhamento e a avaliação das ações realizadas pelo setor não se restringiram ao período de elaboração deste Relatório Anual de Atividades. Esse trabalho é realizado pela equipe em reuniões mensais, a qual utiliza como recurso de gerenciamento de prazos e responsabilidades o Trello, ferramenta baseada no paradigma Kanban.

## REFERÊNCIAS

**Constituição da República Federativa do Brasil de 1988.** Disponível em <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm)>. Acesso em 7/7/2020.

**Decreto nº 6.555, de 8 de setembro de 2008.** Dispõe sobre as ações de comunicação do Poder Executivo Federal. Disponível em <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2007-2010/2008/Decreto/D6555.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2008/Decreto/D6555.htm)>. Acesso em 7/7/2020.

**Instrução normativa nº 2, de 20 de abril de 2018, da Presidência da República.** Disciplina a publicidade dos órgãos e entidades do Poder Executivo federal e dá orientações complementares. Disponível em <<http://www.secom.gov.br/aceso-a-informacao/legislacao/arquivos-de-instrucoes-normativas/in2-secom-20-04-2018.pdf>>. Acesso em 7/7/2020.

**Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010.** Dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda e dá outras providências. Disponível em <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2007-2010/2010/lei/l12232.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2010/lei/l12232.htm)>. Acesso em 7/7/2020.

**Política de Comunicação do IFRS.** Aprovado pela Resolução nº 074, de 18 de agosto de 2015. Acesso em 7/7/2020.

**Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) 2019 – 2023 do Instituto Federal do Rio Grande do Sul.** Aprovado pela Resolução nº 084, de 11 de dezembro de 2018. Acesso em 7/7/2020.