

1 1.1 COMUNICAÇÃO COM A SOCIEDADE

2 As ações de comunicação com a sociedade da FURB são oriundas de diversos órgãos
3 institucionais, como a Coordenadoria de Comunicação e Marketing (CCM), a Rádio e
4 Televisão Educativa (RTE), o Jornalismo Institucional, a Ouvidoria e a Reitoria. Outras ações
5 surgem dos cursos de graduação, tais como publicações e jornais, a exemplo do APARTE, do
6 curso de Jornalismo.

7 1.1.1 Coordenadoria de Comunicação e Marketing (CCM)

8 A CCM é responsável por diversas ações de comunicação com a sociedade, dentre elas
9 as campanhas publicitárias de cursos em todos os níveis de ensino, materiais de boas vindas
10 aos estudantes calouros e veteranos, a Revista Digital Update, o Programa Interação,
11 organização dos eventos de formaturas, comunicação institucional via redes sociais, entre
12 outras. A coordenadoria desenvolve campanhas internas, voltadas para os servidores da
13 Universidade e externas, voltadas à toda comunidade, além de eventos e cerimoniais. O
14 Quadro 1 apresenta algumas ações de comunicação oriundas da CCM:

15
16 Quadro 1: Ações de comunicação oriundas da CCM

Campanhas	Descrição
<u>Internas /</u> <u>Externas</u>	Páscoa, Eu levo a FURB no coração (aposentados em maio e 25 e 30 anos em outubro), Dia da Mulher, Dia das Mães, Dia dos Pais, dia do Servidor, dia do Professor, Campanha de Natal.
Externas	Cursos de Especialização, Curta Duração, Cursos de baixa Demanda, Matrícula dos Veteranos, Acesso FURB, Intercambio, Vestibular Verão, Vestibular de Inverno, Histórico Escolar e ENEM, Acesso FURB, ENADE, FURB na Festa do Trabalhador, Aniversário da FURB, Dia do Estudante, FURB no desfile 2 de setembro, FURB na Oktoberfest (Kinderhaus e desfiles de traje típico FURB), Mestrado em Saúde Coletiva, Mestrado em Administração, Mestrado em Ciências em Matemática, Mestrado e Doutorado CCT, Institucional, Matrículas ETEVI, FURB Idiomas (verão e inverno), Prática Desportiva, Interação Kids, Interação Jr (ensino fundamental) e Interação (ensino médio), MIPE,

Outros materiais	Calendário de formaturas (cartaz, flyer, convites), brindes de boas vindas aos servidores (agenda, caderno), calendário acadêmico, calendário de mesa, recepção aos calouros (convites, camiseta, faixa, sms), convites aulas inaugurais dos Centros, Comunicados Cadastro Socioeconômico, Comunicado FIES, Artes Redes Sociais (criação permanente), Revista UP Date FURB, assinatura padrão Cursos, Departamentos, Centros, Setores, folder Institucional, flyers cursos de graduação, material de boas vindas aos veteranos, Revista Escolha Certa, Mestrado Desenvolvimento Regional, Festa de Natal das crianças de servidores, festa dos servidores.
Eventos e Cerimoniais 2016	FURB na Festa do Trabalhador 2016, 1ª Feira de Inovação do Centro de Ciências Tecnológicas, Palestra Manejo do Paciente com Doença de Fabry: Diagnóstico Multiprofissional e Tratamento, Seminário Regional do Plano Estadual de Educação, Encontro de Comitês de Ética de Pesquisa em Seres Humanos de Santa Catarina, FURB no Desfile do Aniversário de Blumenau, FURB na 33ª Oktoberfest, 1ª Semana de Prevenção de Acidentes do Trabalho e Cuidados com a Saúde da FURB, Eu Levo a FURB no Coração - Servidores com 25 e 30 anos e aposentados.
Formaturas 2016	2016/1: 571 formandos - 8 Solenidades de Colação de Grau; 2016/2: 1.035 formandos - 12 Solenidades de Colação de Grau
Central de Ex-alunos	Total de 341 ex-alunos associados à Central

17 Fonte: CCM

18 1.1.1.1 Programa Interação

19 O Interação é um programa desenvolvido na Universidade, composto por uma série de
20 eventos em que estudantes de escolas da região têm a oportunidade de participar de oficinas
21 organizadas pelos cursos de graduação da Universidade, conversar com profissionais das
22 áreas de atuação, obter informações sobre os cursos e o mercado de trabalho e, ainda,
23 conhecer a estrutura da FURB. Tem como objetivo apresentar os cursos ofertados pela FURB
24 e auxiliá-los na escolha da sua carreira profissional, com ações organizadas por professores e
25 discentes.

26 O programa compreende o Interação FURB, para estudantes do ensino médio e
27 comunidade em geral; o Interação Junior, para estudantes do ensino fundamental; e o
28 Interação *Kids*, para estudantes da educação infantil. Nas tabelas 1, 2 e 3 são apresentados os
29 principais resultados desse programa:

30 Tabela 1 – Vagas preenchidas x matriculados com cadastrado no Interação

Dados	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Vagas Preenchidas na FURB	1.568	1.685	1.893	1.823	1.698	1.436
Participantes do Interação Matriculados na FURB	638	895	1.059	1.039	532	633
Resultado	41%	53%	56%	57%	31%	44%

32 Fonte: Programa Interação FURB da Coordenadoria de Comunicação e Marketing – CCM.

33 Fonte: Programa Interação FURB da CCM.

34 Tabela 2 – Comparativo de resultados das ações do Interação

Ações	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Alunos visitados nas escolas	4.575	5.565	6.162	5.504	17.213	18.180
Inscritos no evento Interação FURB	3.935	4.305	5.795	7.180	5.869	7.819

35 Fonte: Programa Interação FURB da Coordenadoria de Comunicação e Marketing – CCM.

36

37 No ano de 2016, a FURB recebeu 7.698 inscrições de estudantes do ensino médio de
 38 escolas de diversas cidades do Vale do Itajaí para o evento presencial na FURB, dos quais
 39 5.158 estudantes compareceram efetivamente. Durante todo o ano, o programa Interação
 40 FURB também auxilia os estudantes do ensino médio na escolha da profissão, realizando para
 41 as turmas de terceiro ano das escolas de Blumenau e região a palestra “Escolha Profissional”,
 42 com informações sobre os cursos, profissões, apoio ao estudante e muito mais.

43

44 1.1.1.2 Revista Escolha Certa

45 A revista **Escolha Certa** é uma publicação anual da FURB com tiragem de 20 mil
 46 exemplares, elaborada pela CCM. Direcionada a estudantes do terceiro ano do ensino médio,
 47 que estão no momento da escolha profissional, a revista é distribuída nas escolas de Blumenau
 48 e região e também está à disposição da comunidade nas recepções e na Praça de Atendimento
 49 ao Estudante da FURB.

50

51 1.1.1.3 Revista UPDATE FURB

52 A revista surgiu da necessidade da FURB em se comunicar de forma mais direta com
 53 os estudantes, servidores e comunidade. A UPDATE FURB tem como intuito apresentar o
 54 que acontece na Universidade, com espaço para sugestões de pautas de relevância e interesse
 55 destes públicos. Assim, a publicação é feita por todos que fazem parte da FURB, sejam
 56 professores, colaboradores ou estudantes, além, é claro, da comunidade e região.

57 Nas páginas da revista o conteúdo é diversificado, com informações relevantes sobre
 58 cursos, projetos e programas da Universidade, além de 'dicas' enviadas pelos próprios
 59 professores, alunos e servidores técnicos da Instituição. A UP já está em sua terceira edição,
 60 tendo em sua 1ª Edição alcançado 9.740 acessos, na 2ª Edição 12.773 e na 3ª Edição
 61 alcançado 15.466 acessos.

62

63

64 1.1.1.4 Redes Sociais

65 Nas redes sociais, a FURB compartilha notícias, informações e campanhas com todos
66 que acompanham e se identificam com o que é produzido pela Universidade.

67

68 Tabela 3 – Redes Sociais

Facebook	Twitter	Youtube	Flickr	Blog
FURBoficial	@Furb_oficial	FURB TV	ETEVI	Blog da FURB
CulturaFURB	@etevi	Canal ETEVI	Interação FURB	Blog Etevi
CurtaEtevi	@furb_idiomas	Interação FURB	Galeria de Fotos FURB	Interação FURB
FURB.Idiomas	@furbtv			Halmstad here we go
intercambiofurb	@furbfm_oficial			PPG Engenharia Florestal
InteracaoFURB	@ceopsfurb			Sarau Eletrônico
FURBTV	@interacaofurb			Blog da FURB
Radio FURB FM	@fitub			Blog Etevi
FITUB				

69 Fonte: CCM

70

71

72 1.1.2 Jornalismo FURB

73 O jornalismo da FURB produz e distribui conteúdo, informações e imagens da
74 Instituição à sociedade. É responsável pelo noticiário do website, com uma média de quatro
75 notícias/dia, pela edição do boletim diário de notícias para a imprensa, pelo Blog FURB Na
76 Mídia, pelo boletim informativo quinzenal (jornal – mural) e pela assessoria de imprensa com
77 os órgãos de comunicação local e nacional.

78 O jornalismo da FURB atua internamente para um público de 16 mil pessoas – entre
79 estudantes, servidores docentes e técnico-administrativos – e, externamente, especialmente
80 junto à comunidade regional e estadual, para cerca de 100 veículos de comunicação.

81 Além disso, o jornalismo está sempre à disposição da comunidade acadêmica e da
82 imprensa para divulgar os eventos e projetos da Universidade e seus cursos de maneira
83 transparente, ética e democrática. Para tanto, é possível sugerir pauta para as notícias do
84 Website FURB, bastando preencher o formulário disponível no site da FURB.

85

86 1.1.3 Revistas Científicas

87 As revistas científicas eletrônicas de divulgação da pesquisa e produção acadêmica de
88 graduação e programas de pós-graduação, geradas na Universidade, integram o Portal de
89 Periódicos FURB. A Universidade alcançou a classificação das suas revistas pelo índice
90 Qualis, da Capes, qualificando as publicações e a produção acadêmica da Instituição. O Portal

91 roda no Sistema Eletrônico de Editoração de Revistas (SEER), desenvolvido especificamente
92 para a construção e gestão de periódicos científicos que são reconhecidos pela Capes.

93

94 Quadro 2 – Revistas Científicas Eletrônicas

Revista	Descrição
Atos de Pesquisa em Educação	Revista do Programa de Pós-Graduação em Educação da FURB.
Dynamis	Revista do Programa de Pós-Graduação em Ensino de Ciências Naturais e Matemática.
Linguagens - Revista de Letras, Artes e Comunicação	Revista científica dos cursos de Letras, Artes e Comunicação da FURB.
O Teatro Transcende	Revista do Departamento de Artes da FURB que divulga a produção científica ligada à área das artes cênicas - teatro e dança.
Revista Brasileira de Desenvolvimento Regional	Revista do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional da FURB.
Revista de Estudos Ambientais	Revista do Programa de Pós-Graduação em Engenharia Ambiental da FURB.
Revista de Negócios	Revista do Programa de Pós-Graduação em Administração da FURB.
Revista Jurídica	Revista do CCJ da FURB.
Revista Universo Contábil	Revista do Programa de Pós-Graduação em Ciências Contábeis da FURB.
Journal of Mathematical Modelling and Application	Revista do Centro de Referência de Modelagem Matemática no Ensino (CREMM), vinculada ao Programa de Pós-Graduação em Ensino de Ciências Naturais e Matemática da FURB.
Modelagem na Educação Matemática	Revista do Centro de Referência de Modelagem Matemática no Ensino (CREMM), vinculada ao Programa de Pós-Graduação em Ensino de Ciências Naturais e Matemática da FURB.

95 Fonte: PROPEX

96

97 1.1.4 RTE

98 A RTE propõem-se a executar serviços de radiodifusão educativa, a produzir e
99 veicular programas educativos, culturais, esportivos, científicos e noticiosos de televisão e
100 rádio, sem finalidade lucrativa. A direção e a fiscalização das atividades da RTE são a
101 Diretoria Executiva e o Conselho de Programação, cuja constituição e competências são
102 definidas em instrumentos próprios.

103 Estão inseridas na RTE as atividades desenvolvidas pela FURB FM, FURB TV e a TV
104 Universitária (TUB).

105

106 1.1.4.1 FURB FM: uma rádio diferenciada

107 A FURB FM objetiva atender o público que aprecia músicas de qualidade sem apelos
108 ou intervenções comerciais, com cuidadosa seleção musical. Sua programação é diversificada;
109 entre os gêneros musicais destacam-se MPB, rock, reggae, blues, jazz e música erudita.
110 Como rádio educativa, apoia a promoção de eventos artísticos e culturais, além de difundir

111 ações de estímulo à cidadania. Abrange boa parte da região do Vale do Itajaí, a partir de
112 Blumenau.

113 Toda a programação da FURB FM 107,1 está aberta a sua sugestão, pelos meios
114 eletrônicos de contato e diretamente com os programas pelo e-mail de cada um deles. Os
115 programas produzidos pela FURB FM podem ser observados no quadro 2:

116 Quadro 3 – Programas Produzidos pela FURB FM

PROGRAMAS	DESCRIÇÃO
Vertentes	Programa dedicado à divulgação de um gênero musical que mescla diversas influências, tendo como base a improvisação do jazz e a energia eletrificada do rock. As criações arrojadas de Miles Davis e da Mahavishnu Orchestra no início da década de 70 levaram o jazz a uma nova dimensão, conquistando, além do público cativo do jazz, também os amantes do rock.
Alles Blues	Programa voltado ao blues, com foco na evolução do gênero desde sua pré-história na África Ocidental, onde germinou, passando pelos Estados Unidos, onde floresceu e espalhou suas sementes, até chegar ao estágio atual: ouvido e produzido por todos os cantos do mundo.
Casinha Cabocla	Programa de rádio Casinha Cabocla, é fruto de uma verdadeira paixão pela viola caipira e pelas coisas da roça. No programa são resgatadas as modas de viola, com a apresentação de músicas cantadas e produzidas pelas duplas que foram sucesso nos anos 40 a 70.
Batuque na Cozinha	Programa com a proposta de fazer o resgate dos compositores e intérpretes do samba tradicional, dando destaque a esse ritmo, resgatando sua importância na música brasileira e mundial. No Batuque são narradas histórias envolvendo os vários elementos associados ao samba, desde a alimentação e os instrumentos musicais até as várias divisões do ritmo musical genuinamente brasileiro.
Clássicos de Ontem e de Hoje	Programa com o intuito de estimular o gosto pelo gênero da música erudita, pela apresentação, ao ouvinte, dos momentos e da história em torno de cada composição, tornando esses momentos ricos em emoção. Utilizando uma linguagem simples, descontraída e didática, Graf busca discorrer sobre histórias e fatos que contribuíram para a construção da obra à época de sua elaboração, além de explicar a técnica musical.
Linha Campeira	Linha Campeira representa a exaltação da música e da cultura gaúcha. Oferecido gratuitamente às emissoras de caráter educativo, universitário e comunitário sediadas no Estado de Santa Catarina, tem produção independente.

117 Fonte: RTE

118

119 A programação musical da FURB FM é intercalada com notícias da Universidade,
120 como o Minuto FURB, agenda cultural, avisos de utilidade pública, entre outras informações
121 de cunho educativo, cultural e informativo. Também apresenta diariamente, em duas edições,
122 o jornal Clip Notícias, onde relata as principais notícias dos acontecimentos da região, do
123 Brasil e do Mundo, que sejam relevantes a nossa região.

124

125 1.1.4.2 FURB TV

126 A FURB TV foi a primeira geradora de conteúdos essencialmente educativos no
127 estado de Santa Catarina, veiculando programas que priorizam a cultura e os valores da

128 região, assim como atividades acadêmicas de ensino, pesquisa e extensão. A programação
129 com inclusão social, espaço para as informações da região, sem ideias prontas e impostas, faz
130 da FURB TV um canal voltado para o saber informar e formar a todos.

131 Com conteúdo produzido localmente ou por meio da sua parceria com o canal
132 educativo TV Cultura, da Fundação Padre Anchieta, a programação da FURB TV é
133 transmitida para Blumenau e cidades do Vale do Itajaí por sinal aberto, canal 13 e também
134 pelas operadoras de TV por assinatura – canais 06 da Net e 11 da BTV. . Os programas
135 produzidos pela FURB FM podem ser observados no quadro 3:

136

137 Quadro 4 – Programas Produzidos Pela FURB TV

PROGRAMAS	DESCRIÇÃO
Cidadania em Debate	Programa do Sindicato dos Servidores Públicos do Ensino Superior de Blumenau (Sinsepes), que discute temas sociais de interesse da população; educação, religião, meio ambiente e a sociedade em geral são colocados num debate, o qual conta com a opinião de especialistas.
Edição Local	Telejornal diário com as principais notícias de Blumenau e região de forma reflexiva e diferenciada. O Edição Local busca trazer outro olhar sobre os fatos do cotidiano.
FURB Notícias	O FURB Notícias é um programete, veiculado logo após o Edição Local, que apresenta as informações sobre as atividades acadêmicas nas diferentes áreas do conhecimento e os eventos da Universidade de Blumenau.
Hardsoft Informática na TV	O programa traz os principais assuntos ligados à informática. Os especialistas participantes esclarecem dúvidas relacionadas ao mundo dos computadores.
Missa Dominical	Transmissão da celebração eucarística realizada aos domingos, na Catedral São Paulo Apóstolo de Blumenau.
Plug In	É o espaço dos estudantes do curso de Publicidade e Propaganda da FURB. O programa é produzido pelos discentes sob a responsabilidade do professor Djalma Patrício, e procura mostrar o cotidiano dos profissionais de comunicação, assim como a inserção da publicidade nas diversas áreas e nos veículos de comunicação, alternando com momentos de cultura e informação.
TV Empresa	Programa semanal que aborda os aspectos empresariais e administrativos. Empreendedorismo, temas atuais de economia, negócios, administração e perfil de empresas fazem parte desse cardápio de apresentações e entrevistas.

138 Fonte: RTE

139

140 Em 2017 deverá, também, ter seus sinais transmitidos em sistema digital HDTV pelo
141 canal 22-UHF, pois em fevereiro de 2014 teve seu projeto aprovado junto ao Ministério das
142 Comunicações.

143

144 1.1.4.3 TV Universitária (TUB)

145 A Televisão Universitária de Blumenau (TUB) é um importante veículo de
146 comunicação para a difusão do fazer acadêmico, exclusivo nas operadoras de televisão por
147 assinatura de Blumenau. Trata-se de um canal universitário reservado para o uso
148 compartilhado entre as universidades localizadas na cidade de Blumenau, a partir das bases da

149 educação, da extensão comunitária e da pesquisa; dá voz e imagem à diversidade de atores e
150 pontos de vista acadêmicos, científicos, humanistas e de pesquisa social.

151 A composição da grade é mista, com uma programação produzida localmente e a
152 programação nacional do Canal Futura. Os canais de exibição são: canal 15 da NET e 42 da
153 BTV.

154

155 1.1.5 Ouvidoria

156 A Ouvidoria atua como um canal de comunicação entre a comunidade e a
157 Universidade, focando sua atuação na mediação de conflitos.

158 A Ouvidoria acolhe e analisa opiniões, sugestões, reclamações e problemas – da
159 sociedade e da comunidade acadêmica – referentes à FURB e toda sua estrutura. Atua como
160 um canal de comunicação que prima pelo equilíbrio nas relações e na solução das
161 divergências, focando sua atuação na mediação de conflitos. São atribuições da Ouvidoria:

- 162 a) atuar no pós-atendimento, na mediação de conflitos entre o cidadão e a
163 Instituição;
- 164 b) avaliar a procedência das solicitações, encaminhando-as aos setores
165 competentes para a devida apreciação e resposta;
- 166 c) acompanhar as providências adotadas, cobrando soluções;
- 167 d) dar o devido retorno ao interessado de forma ágil e desburocratizada;
- 168 e) avaliar a Instituição no exercício da autocrítica e da reflexão;
- 169 f) mapear e localizar eventuais falhas nos procedimentos da Instituição;
- 170 g) propor a adoção de providências ou medidas para a solução de problemas,
171 quando necessário.

172 1.1.6 Projetos de Ensino, Pesquisa e Extensão na área de comunicação.

173 A FURB executa diversos projetos de ensino, pesquisa e extensão na área da
174 Comunicação. Cabe ressaltar em sua estrutura administrativa o CCHC e o Departamento de
175 Comunicação, ao qual estão subordinados os cursos de Publicidade e Propaganda e
176 Jornalismo. Destacam-se, no quadro 4, alguns desses projetos:

177

178

179

PROJETO	DESCRIÇÃO
Projeto Focus	Desenvolvido no âmbito da disciplina Pesquisa em Publicidade e Propaganda, é realizado a cada semestre, constituindo-se num importante e referenciado banco de dados. Suas descobertas, mais do que permitir o autoconhecimento da população da cidade, vêm contribuindo para o campo da publicidade, uma vez que revelam informações que podem colaborar para a realização de estratégias de comunicação e marketing com maior grau de assertividade. O Projeto Focus investiga os mais diferentes e variados assuntos que constituem a vida, a cultura e o dia a dia da população e da cidade, acumulando informações inéditas e atualizadas da população de Blumenau. É uma iniciativa realizada com sucesso e de forma cooperada com empresas, profissionais, professores e estudantes de Publicidade e Propaganda. Dentre suas muitas edições, já pesquisou temas que vão desde os sonhos e objetos de desejo do blumenauense; sua autoimagem; até questões relativas a hábitos de mídia e lazer, percepções sobre os cenários político e econômico nacionais.
Revista Job!	Publicada a cada seis meses, a Revista é desenvolvida no âmbito da disciplina Planejamento Visual e Produção Gráfica Publicitária, com integração teórica das disciplinas das áreas temáticas de Redação Publicitária e Produção Publicitária. É um veículo de comunicação impresso que firma um compromisso de contribuição para o desenvolvimento regional da área de comunicação publicitária, explicitado pela geração e socialização do conhecimento e, principalmente, pelo poder de agregação de diferentes interesses: da Universidade, em proporcionar a experiência prática aos estudantes; das empresas e outras entidades, caracterizadas como público-alvo, que constituem excelentes interlocutores e resultam em fontes de informação. A Revista Job! Foi lançada em 2003 e desde então tem sido produzida de forma ininterrupta.
Rinha	Desenvolvida anualmente no âmbito da disciplina Técnicas de Relações Públicas em Publicidade e Propaganda, trata-se de uma gincana acadêmica com abrangência estadual organizada pelos estudantes e professores. A temática das provas inclui técnicas de comunicação e ações sociais de arrecadação de alimentos, que posteriormente são doados para uma instituição filantrópica. A gincana tem sido realizada desde 2003, com a participação de mais de mil estudantes de diferentes instituições de ensino superior de Publicidade de Santa Catarina. Durante a gincana, a troca de informações, a análise e a crítica de experiências são constantes. Destacasse, nesta atividade, a socialização e a interdisciplinaridade do conhecimento.
Talento Universitário	Desenvolvido anualmente no âmbito da disciplina Técnicas de Relações Públicas em Publicidade e Propaganda, trata-se de um concurso entre acadêmicos de Comunicação do Estado de Santa Catarina que abrange categorias como fotografia, peça gráfica, campanha publicitária, internet, charge, áudio e vídeo. Os trabalhos inscritos são julgados por profissionais do mercado que têm a oportunidade de conhecer talentos em diferentes áreas de atuação. O Talento Universitário é um dos mais prestigiados encontros de comunicação do Estado e já envolve todas as instituições de ensino superior que oferecem curso de Publicidade e Propaganda de SC. Recebeu, por duas vezes, o prêmio de melhor evento acadêmico no Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom). Empresas dos mais diversos setores e portes, especialmente de comunicação e marketing, reconhecem-no como a maior exposição de talentos jovens de Santa Catarina.
Comunicação para o Desenvolvimento Social	Projeto de extensão que visa dar assessoria de comunicação para ONGs da região, constitui atividade integrada às áreas temáticas de Criação Publicitária, Estratégias de Comunicação e Produção Publicitária. O envolvimento dos estudantes se dá através do desenvolvimento de campanhas que posteriormente são veiculadas em meios de comunicação da região. O projeto existe desde 2005 e já foram beneficiadas mais de 30 entidades da região como a Casa São Simeão e a Organização Não Governamental (ONG) São Roque.

PLUG IN	Projeto de extensão que visa à produção e veiculação de um programa de televisão. A operacionalização conta com a participação de acadêmicos e professores do curso de Publicidade e Propaganda da FURB. É veiculado semanalmente na FURB TV desde 2001, e disponibilizado nas redes sociais digitais. Dentro de sua concepção, o Plug In trabalha conceitos das áreas temáticas de Redação Publicitária e Produção Eletrônica.
Informação e Cidadania	Projeto de extensão que visa à produção e veiculação de programetes de rádio, contendo informações de interesse comunitário, buscando o exercício da cidadania e melhoria na qualidade de vida da população. Veiculado na FURB FM, integra conteúdos das disciplinas de Redação Publicitária e Produção Publicitária em Rádio.
Republika – Agência Experimental de Publicidade e Propaganda.	Possibilitar ao estudante a vivência real de uma agência de propaganda, favorecendo a indissociabilidade entre teoria e prática é o objetivo da agência. Auxiliar os professores das disciplinas das áreas temáticas Produção Publicitária, Estratégias de Comunicação e Criação Publicitária. A Republika propicia a relação entre o ambiente acadêmico e o mercado profissional, através da produção de materiais de comunicação para a utilização no ambiente interno da Universidade e para entidades sem fins lucrativos. Atua juntamente as disciplinas da área temática de estratégias de comunicação.
Projeto Panorama	Desenvolvido no âmbito da disciplina Estudos do Consumo em Propaganda, o projeto se propõe a criar e manter um banco de dados contínuo acerca do mercado publicitário do Vale do Itajaí, investigando diferentes aspectos: dinâmica do mercado, expectativas/manutenção/desenvolvimento de equipe, atitudes do consumidor frente à propaganda, entre outros aspectos. Essas informações têm origem em diferentes dimensões: consumidor, anunciantes, veículos de comunicação, agências de publicidade, empresas de serviços em comunicação. Nessas dimensões, por sua vez, as informações têm impacto econômico na medida em que darão subsídio aos profissionais para a tomada de decisão, quais sejam geração de emprego, desenvolvimento profissional, manutenção de equipe, prospecção de novas contas, e outras. O Panorama permite, aos profissionais e à academia, conhecer, de fato, o mercado publicitário regional e, a partir deste conhecimento, incidir no seu desenvolvimento. O projeto é pioneiro no mercado publicitário catarinense.
Jornalismo em ação	Desde novembro de 2015 o programa de radiojornalismo "Jornalismo em Ação" estreou na FURB FM (107,1). O programa é produzido pelos alunos do Curso de Jornalismo, coordenado pela jornalista e professora Giovana Pietrzacka, com apoio do Laboratório de Áudio, do CCHC e dos servidores da FURB FM, o qual vai ao ar em três horários (7h15min, 15h e 18 h), de segunda a sexta-feira. Esse é o único meio pelo qual a instituição produz informatividade educativa pelo seu canal de rádio. O curso de Jornalismo apresentou projeto ao RTE para ampliar o espaço. Para isso é fundamental a atuação de um monitor específico do curso de Jornalismo e profissional com maior tempo de dedicação, em permanente relacionamento com o Curso de Jornalismo.
Tá rolando	Programa semanal do Curso de Jornalismo da Furb, que apresenta o que acontece na universidade de interesse da comunidade, como uma espécie de prestação de contas da instituição para a sociedade. O mesmo vai ao ar às quartas-feiras pelo canal aberto FURB TV (aberto), às 19h30min e TUB (canal fechado), às 20h30min, com reprise aos domingos, às 20h15. O Programa é coordenado pela professora e jornalista Alessandra Meinecke e produzido no âmbito das disciplinas Telejornalismo I e II, com apoio da FURB TV e Pró-Reitoria de Ensino. (as produções do Tá Rolando também são difundidas na internet, por meio do youtube; além de outras realizações experimentais em Jornalismo Digital).
APARTE	O jornal impresso <i>Aparte</i> é a primeira produção impressa no Curso de Jornalismo. Trata-se de uma produção informativa obrigatória clássica na formação jornalística. No primeiro semestre de 2016 o primeiro número foi produzido, já que aparece como primeira ocorrência na grade curricular do curso novo, no segundo semestre (quando está sendo concluído o número 2).

	Com a implantação do curso, a ideia é que esse instrumento clássico de informação também contribua com a ponte entre universidade e sociedade, por meio das realizações autorais dos acadêmicos de Jornalismo, cumprindo com suas funções de apurar notícias e informar sobre os fatos socialmente relevantes.
Site TE ORIENTA	Prezando pela qualidade dos conteúdos informativos na Internet, as práticas de Jornalismo de Digital envolvem experimentos como sites com produção informativa a respeito de temas definidos a cada semestre. Em 2016 houve uma movimentação expressiva da comunidade LGBT para a realização, conforme registrado no site: www.teorienta.com
EDUJORNALISMO - inclusão social e alfamdiatização.	Projeto de extensão vigente desde o primeiro ano do curso (2014). Professores e alunos do curso de Jornalismo atuam em escolas públicas, promovendo oficinas que aprimoram os saberes comunicacionais. Já foram feitas oficinas de rádio, vídeo, fotografia e jornalismo digital. Os resultados foram apresentados na Mostra Interna de Pesquisa e Extensão da FURB de 2016. Coordenação do prof. Dr. Sandro Galarça e profª. Ma. Anamaria Teles.
RECORTES DO COTIDIANO COMUNITÁRIO NO UNIVERSO JORNALÍSTICO	Trata-se do programa de extensão do curso de Jornalismo que abriga as práticas acadêmico-jornalísticas e mobilizações educativas. Por meio do programa abriram-se os projetos de extensão Edujornalismo e Verter, de inclusão digital por meio da Fotografia. Diversas atividades são realizadas e em 2015 destacaram-se práticas de letramento digital, com interação com cursos de licenciatura, em ações realizadas no Laboratório Interdisciplinar Life, da Furb, com apoio da disciplina de Jornalismo para Web, com a presença de membro da comunidade escolar blumenauense.

181 Fonte: CCHC

182

183 1.1.7 Portal da Transparência

184 A Lei nº 12.527, sancionada pela presidenta da República em 18 de novembro de
185 2011, tem como propósito regulamentar o direito constitucional de acesso dos cidadãos às
186 informações públicas, e seus dispositivos são aplicáveis aos três Poderes da União, Estados,
187 Distrito Federal e Municípios. A publicação da Lei de Acesso a Informações significa um
188 importante passo para a consolidação democrática do Brasil e tornar possível uma maior
189 participação popular e o controle social das ações governamentais, o acesso da sociedade às
190 informações públicas permite que ocorra uma melhoria na gestão pública.

191 A FURB, como instituição de direito público, garante o acesso irrestrito a informações
192 sobre seus atos administrativos por meio do Portal da Transparência. Nesse portal é possível
193 acessar a agenda da Reitoria, bem como obter dados orçamentários da Universidade, acessar
194 as publicações legais, dados funcionais e remuneração dos servidores dentre outros assuntos.
195 Informações que não estejam disponíveis podem ser solicitadas via e-mail
196 arquivocmu@furb.br.

197

198

199

200 1.1.8 Fale com o Reitor

201 Fale com o Reitor é um canal criado para a comunicação da comunidade universitária
202 diretamente com a gestão superior da FURB.

203

204 1.1.9 Desenvolvimento da Comunicação com a Sociedade

205 As propostas de desenvolvimento para a comunicação institucional com a sociedade
206 para o período de vigência deste PDI tomam por base os pontos fortes e as fragilidades
207 identificadas no Relatório de Autoavaliação Institucional da CPA, e as rupturas identificadas
208 no Planejamento da Reitoria, do colegiado da Reitoria.

209 Percebendo a importância da comunicação com a comunidade, a Reitoria instituiu, por
210 meio da Portaria nº 306/2012, o Grupo de Trabalho para elaborar a Política Pública de
211 Comunicação da FURB, com representantes das diversas unidades de ensino, do
212 Departamento de Comunicação, CCM, RTV, BU, DCE, Associação de Imprensa do Médio
213 Vale do Itajaí e UFSC. Esse GT formulou a minuta *Política Pública de Comunicação*, que
214 fundamentou a informação como um direito do cidadão e o acesso a ela como uma obrigação
215 das organizações e instituições públicas, priorizando os interesses máximos da sociedade, a
216 democracia, a ética, o respeito ao pluralismo e à diversidade, a transparência, a socialização
217 da informação e do conhecimento, pautando as suas ações na verdade e na real ocorrência dos
218 fatos.

219 O GT deliberou, também, a criação do Conselho de Comunicação da FURB com
220 diversas atribuições, entre elas a elaboração de um plano de ação de comunicação da
221 Universidade e de uma nova estrutura de comunicação, com a proposta de criação da
222 Secretaria Integrada de Comunicação, subordinada à Reitoria e com duas divisões: RTE e
223 Assessoria de Jornalismo Institucional. O Conselho de Comunicação será órgão consultivo e
224 normativo da comunicação consoante a Política Pública de Comunicação da FURB.

225 Em 2014, as estruturas RTE e o Jornalismo deverão formular uma proposta de atuação
226 conjunta, passo importante para a criação da Secretaria Integrada de Comunicação.

Quadro 1 - Objetivos, metas e estratégias de ação relacionadas à comunicação com a sociedade (2016-2020)

Objetivo XV – Institucionalizar a Política de Comunicação da FURB e consolidar as ações de comunicação com a sociedade						
Metas	Estratégias de ação	Indicador	Responsável pela ação	Prazo		Recursos
				Início	Fim	
1) Institucionalizar a política de comunicação da FURB.	1) aprovar, no CONSUNI, a política institucional de comunicação;	Política aprovada	GT de Comunicação/ CONSUNI	2016	2017	
2) Consolidar ações de comunicação com a sociedade,	1) Ampliar o número de atendimentos em jobs para o público interno da FURB;	Ações de comunicação realizadas.	CCM			
	2) lançar o Guia de Fontes ao público interno e externo da Universidade;		CCM			
	3) concretizar a entrega do Perfil Institucional (Revista FURB), um <i>flyer</i> por curso da FURB (47 diferentes tipos - número de cursos da Instituição);		CCM			
	4) elaborar vídeos para atender as demandas (formaturas, endomarketing, recepção calouros e perfil Institucional);		CCM			
	5) ampliar a produção de informações institucionais para divulgação na RTE FURB.		Jornalismo/RTE			
Objetivo XVI – Consolidar as ações do Programa Interação FURB						
Metas	Estratégias de ação	Indicador	Responsável pela ação	Prazo		Recursos
				Início	Fim	
3) Aumentar a aproximação da Universidade com os estudantes e as instituições de ensino médio.	1) Ampliar o Programa Interação em número de escolas visitadas (ensino médio);	Número de Escolas Visitadas	CCM	2016	2020	
	2) ampliar o número de estudantes abordados com a divulgação da Revista Escolha Certa (elaborada e diagramada pela CCM), no total de 20.000 exemplares;	Número de exemplares distribuídos	CCM	2016	2020	
	3) definir estratégias de interação com o público alvo (estudantes do ensino médio) junto ao <i>Facebook</i> e demais mídias interativas.	Estratégias estabelecidas e descritas	CCM	2016	2020	
Objetivo XVIII – Consolidar as ações da Ouvidoria						

Metas	Estratégias de ação	Indicador	Responsável pela ação	Prazo		Recursos
				Início	Fim	
4) Institucionalizar o Processo Ouvidoria	1) Descrever o processo de atendimento da Ouvidoria (recepção das demandas, encaminhamentos, registros, avaliação);	Processo mapeado	Ouvidoria/ Escritório de Gestão de Projetos (EGP)			
	2) dar publicidade ao Regimento Interno da Ouvidoria;	Regimento da Ouvidoria publicado	Ouvidoria/ EGP			
	3) adequar a ferramenta tecnológica de registros recebidos pela Ouvidoria (geração de relatórios de desempenho).	Ferramenta disponibilizada	Ouvidoria/ DTI			
5) Monitorar e avaliar, semestralmente, a efetividade das ações e encaminhamentos da Ouvidoria	1) Melhorar a infraestrutura tecnológica da Ouvidoria (protocolo de ocorrências e de solução e relatórios)		Ouvidoria/ DTI			
Objetivo XIX – Fortalecer o compromisso com a transparência nos processos e atos institucionais						
6) Ampliar a transparência nos processos e atos institucionais	1) Divulgar as decisões colegiadas através das atas das reuniões;	Atas registradas no sistema de gerenciamento eletrônico de documentos	Colegiados	2016	2020	
	2) disponibilizar o resultado de licitações no portal da transparência da FURB;	Resultados disponíveis	PROAD/ DAM/ DTI	2016	2020	
	3) manter objetivos, metas e ações da DAM atualizados no Sharepoint.	Software atualizado	PROAD/ DAM/ EGP	2016	2020	
7) Estabelecer parcerias com os agentes (internos) de comunicação, informação e cultura.	1) Estabelecer parcerias com a Rádio e Televisão Educativa (RTE);		RTE e DIC	2016	2017	
	2) Estabelecer parcerias com a Edifurb, incentivando a criação e circulação de conhecimento;		PROPEX/Edifurb/DIC	2016	2017	
	3) Estabelecer parcerias com a agência experimental.		Agência Experimental	2016	2017	

Estas metas vieram do eixo cultura (por sugestão do fórum presencial 2016)

Fonte: Organizado pela COPERA-PDI

INCLUIR OBJETIVOS, METAS E AÇÕES ESTRATÉGICAS PARA O PDI 2016-2020.**Objetivo:**

Metas	Estratégias de ação	Indicador	Responsável pela ação	Prazo		Recursos
				Início	Fim	

