



UNIVERSIDADE FEDERAL DO SUL E SUDESTE DO PARÁ
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO - ASCOM

RELATÓRIO ANUAL DE ATIVIDADES ANO BASE-2021

Marabá-PA
2021

DIRIGENTES DA ADMINISTRAÇÃO SUPERIOR

Reitoria

Prof. Dr. Francisco Ribeiro da Costa

Vice-Reitoria

Profª Dra. Lucélia Cardoso Cavalcante Rabelo

PROEG - Pró-Reitoria de Ensino de Graduação

Pró-reitor: Prof. Dr. Denilson da Silva Costa

PROEX - Pró-Reitoria de Extensão e Assuntos Estudantis

Pró-reitor: Profa. Dra. Lucia Cristina Cavalcante Da Silva

PROPIT - Pró-Reitoria de Pós-Graduação, Pesquisa e Inovação Tecnológica

Pró-reitora: Prof.ª Dr.ª Gilmara Regina Lima Feio

PROAD - Pró-Reitoria de Administração e Infraestrutura

Pró-reitora: Marcele Juliane Menezes Castro

PROGEP - Pró-Reitoria de Desenvolvimento e Gestão de Pessoas

Pró-reitor: Marcel Ferreira Miranda

SEGE - Secretaria Geral dos Conselhos Superiores

Secretária Geral: Amanda Gomes Mota

SEPLAN - Secretaria de Planejamento e Desenvolvimento Institucional

Secretário: Manoel Ênio Almeida Aguiar

SINFRA - Secretaria de Infraestrutura

Secretário: Lucas França Rolim

Arquivo Central

Coordenadora: Josiene da Silva Queiroz Campos

ASCOM - Assessoria de Comunicação

Assessoras: Janine de Kássia Rocha Bargas

ARNI - Assessoria de Relações Nacionais e Internacionais

Assessora: Laís Menezes da Costa Sousa

AUDIN - Auditoria Interna

Auditora-Geral: Júlia Silva de Paulo

CBIU - Centro de Biblioteca Universitário

Diretor-Geral: Marcelo da Silva Gomes

CRCA - Centro de Registro e Controle Acadêmico

Diretor: Marcos Rogério de Souza Ladeira

CTIC - Centro de Tecnologia da Informação e Comunicação

Diretor: Diego Gomes

NAIA - Núcleo de Acessibilidade e Inclusão Acadêmica

Coordenadora: Lúcia Cristina Gomes dos Santos

Ouvidoria

Ouvidora-Geral: Josilene da Silva Tavares

DIRIGENTES DA UNIDADE

Assessoria de Comunicação

Janine de Kássia Rocha Bargas

Secretaria Administrativa

Dorys Liliana Rivarola de Costa de Oliveira

Coordenação de Produção Jornalística

Saulo Guilherme Rodrigues Alves

Departamento de Web e Redes Sociais

Charles Pitter da Silva Sarges

Departamento de Imprensa e Informação

Cynthia Mariah Barreto Correia

Departamento de Criação Publicitária

Patrício Alves Miranda da Rocha

Estagiários

Amanda Sena

Andreia Milhomem

Bolsistas de Iniciação Científica

Ana Lua Franco

Yago Parise

EQUIPE RESPONSÁVEL PELA ELABORAÇÃO DO RELATÓRIO

Coordenação e elaboração

Janine de Kássia Rocha Bargas

Coleta de dados de processos

Dorys Liliana Rivarola de Costa de Oliveira

Coleta de dados de monitoramento de mídia

Cynthia Mariah Barreto Correia

Coleta de dados jornalísticos e em mídias digitais e revisão

Saulo Guilherme Rodrigues Alves

Coleta de dados do Portal Unifesspa e produção de gráficos

Charles Pitter da Silva Sarges

Andreia Milhomem

Amanda Sena

Ana Lua Franco

Captura e coleta de dados audiovisuais

Patrício Alves Miranda da Rocha

Coleta de produções gráficas

Yago Parise

INTRODUÇÃO

O presente Relatório Anual de Atividades (RAA) apresenta dados relativos à produção da Assessoria de Comunicação (Ascom) da Universidade Federal do Sul e Sudeste do Pará (Unifesspa) no ano de 2021.

Tais dados devem subsidiar a avaliação da Unidade e da Instituição ao mesmo tempo em que orienta suas diretrizes futuras, servindo como subsídio para o firmamento de metas em seu Planejamento de Desenvolvimento Institucional (PDI).

Além disso, este Relatório é apresentado à Secretaria de Planejamento e Desenvolvimento Institucional (Seplan) da Unifesspa, por meio da sua Divisão de Informações Institucionais (Dinfi), quem sistematiza a prestação de contas anual de atividades da Unidade e da universidade para repasse aos outros setores da sociedade, assim como para os órgãos de controle. Trata-se do princípio da transparência e da *accountability*, fundamentais aos entes do Estado brasileiro.

O presente relatório também será diretamente disponibilizado em nossos canais de comunicação, de modo a servir à consulta pública.

De forma geral, objetivamos apresentar a produção e o compromisso institucional e social da Ascom, por meio de dados relativos à produção, bem como os indicadores fixados no PDI da Unifesspa, destacado os ganhos relativos a 2020, avaliando as dificuldades enfrentadas e analisando tais quesitos diante do contexto intra e extra institucional. Também é apresentada a série histórica de nossos indicadores de 2017 até 2021.

Além dos indicadores e das informações relativas à produção da Ascom, informações relativas à integridade e transparência constam neste relatório, configurando-se como uma inovação em relação aos relatórios dos anos anteriores.

Especificamente, buscamos: ressaltar o caráter integrado dos produtos comunicacionais desenvolvidos pela equipe a Ascom, em que estão envolvidos diversas linguagens jornalísticas (texto, fotografia, audiovisual e artes gráficas) e aquelas específicas do design gráfico e das tecnologias de informação e comunicação (TICs); sublinhar a promoção da transparência da gestão e das atividades acadêmicas desenvolvidas pela Unifesspa; manifestar a integração desta Ascom com outros setores de comunicação de outras Instituições Federais de Ensino Superior, bem como

entidades de fomento e instituições estaduais e municipais; ratificar o compromisso desta Ascom com a comunicação pública e a divulgação pública da ciência.

Em 2021, a Assessoria de Comunicação da Unifesspa concentrou esforços em otimizar a rotina de produção, no trabalho remoto utilizando a plataforma Trello para o gerenciamento das atividades. A prática da reunião de pauta, às segundas-feiras, foi mantida constantemente, visando à troca de experiências, ideias e orientações acerca do trabalho de produção semanal.

Objetivamente, alcançamos com amplo destaque os indicadores pelos quais somos responsáveis, a saber: o Índice de publicação positiva na mídia digital (sites e blogs), que chegou a 98,72%; e Homepage e redes sociais atualizadas - número de publicações/inserções, que registrou um aumento de 22,86% em relação a 2020, contabilizando de 4.832 inserções.

O incremento da força de trabalho também foi fundamental para o alcance de nossos objetivos, em que merecem destaque a chegada da servidora Cynthia Barreto, que assumiu o Departamento de Imprensa e Informação, de duas estagiárias não obrigatórias – Amanda Sena e Andreia Milhomem – e dos bolsistas de iniciação à pesquisa – Ana Lua Franco e Yago Parise.

A Ascom priorizou, portanto, uma melhor organização da rotina de trabalho e a elaboração de um maior quantitativo de produtos e sua respectiva divulgação para atingir seu objetivo estratégico.

Entre os principais riscos identificados ao longo do ano tivemos a ausência de profissional qualificado na área do design gráfico, que gerou sobrecarga de tarefas a um dos bolsistas de iniciação, que colaborou na elaboração desse tipo de material. Além disso, mesmo buscando mecanismos de gerenciamento da rotina de trabalho.

Como mecanismos implementados para garantir a legalidade, a economicidade, a eficiência, a eficácia e a legitimidade de atos, processos e procedimentos da Unidade, a gestão da Ascom buscou sempre socializar os objetivos, processos, demandas e resultados frente ao conjunto de setores com os quais a Ascom se relaciona, interna e externamente à Unifesspa.

1. Estrutura organizacional administrativa

1.1. Organograma

A Ascom é organizada de maneira horizontal, de modo a refletir a integração, em mesmo nível, das distintas naturezas das atividades desenvolvidas: administrativa, de tecnologia da informação e comunicação e mídias digitais, jornalística – produção de conteúdo e atendimento à imprensa – e de produção fotográfica e audiovisual.

Não estão contemplados neste organograma atual da Ascom funções consideradas fundamentais a uma assessoria de comunicação. São elas: a de designer, a de fotógrafo, e a de publicitário.

Tais ausências devem-se primordialmente ao déficit de provimento de vagas na unidade, decorrente do déficit de força de trabalho diagnosticado na Unifesspa. Segundo dados da Progep, atualmente, 309 vagas de técnicos administrativos em educação ainda precisam ser preenchidas para o quadro da Instituição, considerando a [lei de Criação de Unifesspa, de 5 de junho de 2013](#).

A partir das ações prioritárias e dos objetivos institucionais, definidos em conjunto com o Gabinete da Reitoria e com os demais setores que compõem a administração superior, a Assessoria de Comunicação gerencia, desenvolve e acompanha as ações e tarefas realizadas na unidade.

A Assessoria de Comunicação é a responsável, em última instância, pelo conteúdo jornalístico produzido pela Ascom e, da mesma forma, pelo atendimento à imprensa e pelo relacionamento com a comunidade interna e externa feito por meio dos canais de comunicação da Unifesspa. Também é atribuição da Assessoria de Comunicação a responsabilidade administrativa da unidade, no devido trato em processos e procedimentos internos com outros setores da administração superior e com as unidades e subunidades acadêmicas.

Em 2021, integrou-se às atividades rotineiras da Ascom o acompanhamento da agenda administrativa realizada pela Reitoria com parlamentares em Brasília – deputados e senadores – além das agendas junto ao Governo do Pará, em especial, no acompanhamento das ações com a Fapespa e com a Sectet e com a Prefeitura de Canaã dos Carajás .

A Secretaria Administrativa realiza as ações administrativas, tais como processos, comunicados institucionais e extra-institucionais, memorandos,

autorizações, compras da unidade e de outros setores da Unifesspa (atas de serviços gráficos, ata de equipamentos de áudio, vídeo e foto), além de auxiliar no registro e levantamento de dados de clipping da Ascom.

O Departamento de Web e Redes Sociais é o responsável por manter os canais digitais de comunicação da Ascom em pleno funcionamento, garantindo a atualização da estrutura do Portal Unifesspa, conforme solicitações variadas da instituição e da unidade. Também realiza, eventualmente, a criação de materiais gráficos, devido à indisponibilidade de profissional de Design.

A Coordenação de Produção Jornalística é responsável, juntamente com a Assessoria, pela elaboração de conteúdo jornalístico, bem como pela concepção de conteúdos voltados à veiculação em plataformas de mídias digitais (Facebook, Instagram, Twitter, Telegram, Whatsapp), pelo relacionamento com a imprensa, com a comunidade acadêmica e, eventualmente, com outros órgãos de outros setores da sociedade.

Ainda sobre o trabalho jornalístico, temos o Departamento de Imprensa e Informação, que é responsável pelo atendimento à imprensa, bem como pela produção de conteúdos específicos para o público externo e pelo relacionamento interinstitucional, sendo esta última articulado com a chefia da assessoria.

O Técnico de Laboratório de Telecine-Vídeo responde, atualmente, pelo Departamento de Criação Publicitária, que atua sobre as demandas de fotografia e audiovisual da Ascom. Atua, de maneira paliativa, em coberturas fotográficas, diante da indisponibilidade do cargo de Fotógrafo na unidade. São de responsabilidade do Técnico a captura, edição, manutenção e atualização dos canais de comunicação da Unifesspa em formato de vídeo, bem como a manutenção do banco de imagens e de vídeo que compõem a memória da Instituição.

Desde modo, o organograma abaixo apresenta o exato quantitativo da equipe e seus respectivos cargos, registrados em dezembro de 2021.

Figura 1 – Organograma da Ascom Unifesspa (Dez 2021)



Fonte: Elaboração própria. Ascom, 2021.

Ainda sobre a estrutura organizacional, em 2021, tivemos a participação de dois bolsistas, sendo um de iniciação científica e um de inovação tecnológica e inovação – bolsas Propif/Fapespa – , que desempenharam suas pesquisas dentro da rotina de trabalho da unidade. Trata-se dos projetos “Comunicação pública da ciência e combate à desinformação” (EDITAL PROPIT Nº 03/2021 PIBIC/FAPESPA), cuja bolsista é Ana Lua Franco, estudante do curso de Jornalismo, e do projeto “Ciência e cidadania: a comunicação científica e o desenvolvimento social” (EDITAL PROPIT Nº 04/2021 PIBITI/FAPESPA), que tem como bolsista Yago Parise, discente do curso de Engenharia Mecânica.

Os presentes projetos, coordenados pela assessora de comunicação e docente da Faculdade de Comunicação (Facom), Janine Bargas, justificam-se pela necessidade patente de aproximar a universidade dos demais setores da sociedade, bem como contribuir para a formação do discente de jornalismo e de outras áreas do conhecimento no que se refere à importância da divulgação científica e da comunicação pública.

Com essa iniciativa de produção de conhecimento em uma unidade administrativa, objetivamos promover a divulgação científica no âmbito da Unifesspa por meio da integração entre discentes e a Assessoria de Comunicação. Foram utilizadas técnicas de apuração e redação jornalística, bem como de design gráfico, para realizar os trabalhos de natureza técnica, tecnológica e científica, bem como metodologias qualitativas, como observação participante e levantamento de dados de mídias digitais.

1.2. GESTORES DA UNIDADE

Desde outubro de 2020, a Ascom passou a contar com a colaboração da professora da Faculdade de Comunicação, Janine Bargas que, inicialmente, substituiu a gestora anterior devido a licença médica. Em janeiro de 2021, a docente foi nomeada como assessora titular, conforme os dados do Quadro 1.

Quadro 1 – Assessoria de Comunicação

Nome / Sigla da Unidade/ Subunidade:		Assessoria de Comunicação / Ascom			
Nome	Janine de Kássia Rocha Bargas	CPF	930.957.242-68		
E-mail Institucional	janinebargas@unifesspa.edu.br				
Identificação da natureza da responsabilidade					
Nome do cargo ou função exercida		Assessora de Comunicação			
Ato de Designação		Ato de Exoneração		Período de gestão no exercício	
Nome e número	Data da publicação no DOU	Nome e número	Data da publicação no DOU	Inicial	Final
0593/2021	22/01/2021				

Os demais gestores da Ascom estão divididos conforme os quadros a seguir:

Quadro 2 – Secretaria Administrativa

Nome / Sigla da Unidade/ Subunidade:		Assessoria de Comunicação (Ascom) / Secretaria Administrativa			
Nome	Dorys Liliansa Rivarola de Costa de Oliveira	CPF	930.957.242-68		
E-mail Institucional	dorys@unifesspa.edu.br				
Identificação da natureza da responsabilidade					
Nome do cargo ou função exercida		Secretária Administrativa			

Ato de Designação		Ato de Exoneração		Período de gestão no exercício	
Nome e número	Data da publicação no DOU	Nome e número	Data da publicação no DOU	Inicial	Final
Portaria nº 0593/2021	22/01/2021				

Quadro 3 – Coordenadoria de Produção Jornalística

Nome / Sigla da Unidade/ Subunidade:		Assessoria de Comunicação (Ascom) / Coordenadoria de Produção Jornalística (CEPROJOR)			
Nome	Saulo Guilherme Rodrigues Alves	CPF	048.255.903-90		
E-mail Institucional	saulo.alves@unifesspa.edu.br				
Identificação da natureza da responsabilidade					
Nome do cargo ou função exercida	Coordenador de Produção Jornalística				
Ato de Designação		Ato de Exoneração		Período de gestão no exercício	
Nome e número	Data da publicação no DOU	Nome e número	Data da publicação no DOU	Inicial	Final
Portaria nº 1600/2019	25/10/2019				

Quadro 4 – Departamento De Web E Redes Sociais

Nome / Sigla da Unidade/ Subunidade:		Assessoria de Comunicação (Ascom) / Coordenadoria de Produção Jornalística (DEWEB)			
Nome	Charles Pitter da Silva Sarges	CPF	595.945.862-49		
E-mail Institucional	pitter@unifesspa.edu.br				
Identificação da natureza da responsabilidade					
Nome do cargo ou função exercida	Chefe do Departamento de Redes Sociais e Web				
Ato de Designação		Ato de Exoneração		Período de gestão no exercício	
Nome e número	Data da publicação no DOU	Nome e número	Data da publicação no DOU	Inicial	Final
Portaria nº 0346/2019	22/02/2019				

Quadro 5 – Departamento De Imprensa e Informação

Nome / Sigla da Unidade/ Subunidade:		Assessoria de Comunicação (Ascom) / Departamento de Imprensa e Informação (DEIMIN)			
Nome	Cynthia Maria Barreto Correia	CPF	004.330.062-69		
E-mail Institucional	cynthia_barreto@unifesspa.edu.br				
Identificação da natureza da responsabilidade					

Nome do cargo ou função exercida		Chefe do Departamento de Imprensa e Informação			
Ato de Designação		Ato de Exoneração		Período de gestão no exercício	
Nome e número	Data da publicação no DOU	Nome e número	Data da publicação no DOU	Inicial	Final
Portaria nº 0971/2021	17/08/2021				

Quadro 6 - Departamento de Criação Publicitária e seu Gestor

Nome / Sigla da Unidade/ Subunidade:		Assessoria de Comunicação (Ascom) / Coordenadoria de Produção Jornalística (DECPUB)			
Nome	Patricio Alves Miranda da Rocha		CPF	033.744.564-80	
E-mail Institucional	saulo.alves@unifesspa.edu.br				
Identificação da natureza da responsabilidade					
Nome do cargo ou função exercida		Chefe do Departamento de Criação Publicitária			
Ato de Designação		Ato de Exoneração		Período de gestão no exercício	
Nome e número	Data da publicação no DOU	Nome e número	Data da publicação no DOU	Inicial	Final
Portaria nº 1040/2021	03/09/2021				

2. ATUAÇÃO DA UNIDADE

São objetivos da Ascom:

I – Planejar e executar políticas de comunicação, bem como apoiar e avaliar as atividades de comunicação da Unifesspa;

II – Propor e desenvolver ações de relacionamento estratégico com os diversos públicos de interesse por meio de canais de comunicação social;

III - Apoiar as atividades de ensino, de pesquisa e de extensão da Unifesspa e da gestão administrativa, de acordo com suas competências e área de atuação;

IV - Gerir e operacionalizar os instrumentos de comunicação institucional que a Universidade necessita para se comunicar com os seus públicos;

IV - Avaliar os resultados obtidos a partir do planejado e operacionalização da comunicação institucional da Universidade;

V – Gerenciar a criação de ambientes comunicacionais da Unifesspa, a exemplo de sites institucionais e perfis em plataformas de mídias digitais;

- VI - Zelar pela imagem institucional nos espaços comunicacionais institucionais;
- VII – Fornecer orientações, quando solicitado, sobre a publicação/atualização de conteúdo para sites institucionais e perfis em plataformas de mídias digitais não geridas pelo setor;
- VIII – Formular padrões de uso de canais, produtos e serviços relacionados à comunicação institucional;
- IX – Fortalecer e zelar pela marca e pela imagem da Instituição em nível regional, estadual, nacional e internacional;
- X – Acompanhar a elaboração de conteúdo visual e informativo para ações e atividades administrativas e acadêmicas e nos sites institucionais e perfis em plataformas de mídias digitais não geridas pelo setor, salvo quando não houver condições estruturais ou de força de trabalho.
- XI – Zelar pelo acervo audiovisual e fotográfico produzido pelo setor;
- XII – Pesquisar e atualizar as técnicas de comunicação, considerando as novas tecnologias, rotinas de trabalho, funções e fenômenos comunicacionais.

2.1. Momentos de destaque em 2021

Destacamos, ainda, os principais momentos em que a Ascom teve papel fundamental no desenvolvimento institucional, a saber:

- Ações de informação, divulgação e ação institucional sobre a pandemia e participação na Comissão de Enfrentamento à COVID-19 (CEC), conforme a Portaria Nº 1522/2021;
- Ações de informação, divulgação e ação institucional sobre a pandemia e participação na Comissão de Enfrentamento à COVID-19 (CEC), conforme a portaria;
- Aniversário dos oito anos da Unifesspa e lançamento da campanha “Unifesspa Rumo aos 10 anos”;
- Calourada 2021 (Semana de Recepção e Acolhimento aos Calouros);
- Participação nas agendas institucionais em Brasília, com a presença em reuniões junto a parlamentares da bancada paraense na Câmara e no Senado Federal;

- Cobertura das inaugurações de obras;
- Lançamento de turmas, chamadas, eventos junto à Fapespa e à Sectet, especialmente no Programa Forma Pará;
- Acompanhamento e organização do “Fala, Unifesspa!”;
- Discussões e coberturas das reuniões dos conselhos superiores.

3. RESULTADOS E DESEMPENHO DA GESTÃO

É consenso entre os pesquisadores em comunicação que a internet ocupa hoje lugar central nos mais diversos âmbitos da vida social. Em 2020, com a emergência da pandemia do novo coronavírus, os ambientes digitais ocuparam como nunca o tempo e a atenção das pessoas.

Para além dos sites, plataformas de mídias digitais passaram se incorporar (BOYD, 2009; ELLISON; BOYD, 2013; HINE, 2015) em todos os setores e atividades humanas, determinando, muitas vezes, as maneiras pelas quais as pessoas se informam, se comunicam, se relacionam, consomem etc.

No que diz respeito especificamente a sites de redes sociais, tais como, Facebook, Twitter e YouTube, a espaços digitais pensados para a natureza da mobilidade e da ubiquidade (LEMOS, 2009; MANTOVANI; MOURA, 2012), como Instagram, e de aplicativos de mensagens instantâneas, como Whatsapp e Telegram, estamos falando do fenômeno da plataformização (MINTZ, 2019). Em termos específicos, a plataformização refere-se à aglutinação da propriedade de diferentes espaços digitais nas mãos de poucas empresas, que acabam por monopolizar as opções comunicacionais e os “espaços” da internet e, conseqüentemente, da vida social. É o caso do Facebook, proprietário do Instagram, do Whatsapp, além do próprio Facebook.

Disso decorre que, acompanhando as transformações sociais, a Ascom busca permanentemente estar atualizada sobre os comportamentos de sua audiência. A intensificação de ações e produtos em determinadas mídias digitais, em detrimento de outras, e outras medidas situacionais, levam em conta, portanto, a dinâmica de informação e comunicação contemporâneas.

A partir dessa reflexão, apresentamos nossos principais canais de comunicação com os outros setores da sociedade. Apontamos, por canal, aspectos considerados relevantes na produção de 2021, e os dados a eles correspondentes. Tal demonstração de resultados objetiva, mais do que enfatizar o papel de base e estratégico da comunicação organizacional para a Unifesspa, explicitar qualitativamente a natureza e os resultados de nossas atividades.

3.1. Portal Unifesspa

O Portal Unifesspa abriga (unifesspa.edu.br), além do conteúdo produzido pelos setores da Ascom, todos os sítios eletrônicos que funcionam no escopo da Instituição. São de responsabilidade da Ascom a estruturação de menus, banners rotativos, destaques, notícias, galeria de fotos, galeria de vídeos, agenda de eventos, Unifesspa na mídia e editais.

Em termos de conteúdo jornalístico, foram produzidas 494 matérias¹, que geraram uma média de 5.300 visualizações por artigo (considerando matérias jornalísticas, fotos, editais, agenda, Unifesspa na Mídia, ou seja, as seções da Home do portal de responsabilidade da Ascom). Também foram publicados no portal 70 fotos, na galeria de imagens. Vale ressaltar que, este ano, a Unifesspa implantou um site específico para editais, o que diminuiu a incidência do trabalho da Ascom no cumprimento desta função.

3.2. Site da Ascom

A Ascom está em processo de desenvolvimento do seu próprio site (<https://ascom.unifesspa.edu.br/>). Esta iniciativa vai ao encontro da ampliação dos canais de comunicação com a comunidade interna e externa à Unifesspa, uma vez que o espaço pretende ser elemento de transparência e catalisador de informações sobre a universidade e sobre a produção em comunicação.

¹ Contabilização realizada até 21 de dezembro de 2021.

No site da Ascom poderão ser encontrados facilmente os procedimentos de solicitação de nossos serviços de divulgação e cobertura de eventos, orientações quanto ao uso da marca da Unifesspa (este item já existe em nosso portal), quanto a transmissões online, documentos como relatórios, regimentos, portarias etc., relatórios de clipping e outros dados.

Tal iniciativa visa ainda tornar-se um repositório para pesquisas relacionadas à transparência pública, comunicação pública, comunicação científica, entre outras áreas.

A previsão para lançamento do site é abril de 2022.

3.3. Mídias digitais

3.3.1. Facebook

A [página da Unifesspa no Facebook](#) possui atualmente 20.814 seguidores, um aumento de 551 em relação a 2020, quando contabilizávamos 20.361 seguidores. O Total de curtidas na Página, foi de 19.618, em 2020, enquanto que, em 2021, recebemos 20.028 curtidas.

Em relação à produção de conteúdo no Facebook, apresentamos a síntese de dados na Tabela 1:

Tabela 1 - Dados Gerais da Página da Unifesspa no Facebook por categoria de conteúdo

	2020	2021	resultado	%	Obs
Posts	515	431	-84	-16,3	
Stories	73	783	710	972,6	
Curtidas/reações	0	16.296	16.296		*Sem dados do ano anterior
Comentários	0	987	987		*Sem dados do ano anterior
Compartilhamentos	0	2487	2.487		*Sem dados do ano anterior
Cliques nos links	0	21691	21.691		*Sem dados do ano anterior
Alcance* Contagem/gráfico padrão da Plataforma	306.29 1	210.680	-95.611	-31,2	O número de pessoas que viram o conteúdo da sua Página ou sobre sua Página, incluindo publicações, stories, anúncios, informações sociais das pessoas que interagem com sua Página, entre outros.
Alcance** Soma individual de cada postagem	306.29 1	594.703	288.412	94,2	O número de pessoas que viram o conteúdo da sua Página ou sobre sua Página, incluindo publicações, stories, anúncios, informações sociais das pessoas que interagem com sua Página, entre outros.

Fonte: Facebook.

De acordo com os dados coletados diretamente do Facebook, obtivemos, em termos globais, uma diminuição de 31,2% do alcance da página como um todo. Ao passo que, os conteúdos, se considerados isoladamente, praticamente dobraram de alcance (aumento de 94,2%), em relação a 2020.

Acreditamos que a variação para menos deve-se a um menor investimento de produção de conteúdo exclusiva para o Facebook, no contraste com o perfil oficial do Instagram, especificamente. Isso fez com que o Facebook servisse como plataforma replicadora do conteúdo pensado originalmente para Instagram.

O aumento do alcance nas postagens isoladas deve-se, particularmente, ao tipo de conteúdo produzido, que se configurou de forma menos institucional e mais como conteúdo útil à audiência.

Vale registrar que, em 2021, a página da Unifesspa no Facebook recebeu o selo de verificação, que confere maior confiabilidade à página e uma vinculação oficial à Unifesspa.

3.3.2. Instagram

O [perfil da Unifesspa no Instagram](#) sofreu uma mudança de identificação, em 2020. De @unifesspa_oficial o perfil passou a ser identificado como @unifesspa. Esta mudança representa um ganho na busca por crescimento de audiência, uma vez que a busca pelo nome da Unifesspa na plataforma tende a ser mais acessado com a nomenclatura atual.

Em 2021, o perfil da Unifesspa no Instagram alcançou 14.319 seguidores, um **aumento de 3.884 seguidores** em relação a 2020. Vale destacar o caráter orgânico (não patrocinado) de crescimento do perfil. A tabela 2 aponta a síntese de produção de conteúdo no Instagram.

Tabela 2 – Dados Gerais do Instagram por categoria de conteúdo

	2020	2021	Resultado	%
Posts	294	394	100	34,0
Curtidas	80.564	148.489	67.925	84,3

Comentários	2.934	3.795	861	29,3
Compartilhamentos	8.637	15.590	6.953	80,5
	800.35			
Alcance	9	1.433.170	632.811	79,1

Fonte: elaboração própria. Ascom, 2021.

Em termos de impacto sobre a audiência, a produção de conteúdo do Instagram surtiu os seguintes resultados apontados na Tabela 3, a seguir:

Alcance	Curtidas e reações	Comentários	Compartilhamentos
143.3170	148.489	3.795	15.590

Tabela 3 – Dados de impacto do perfil da Unifesspa no Instagram de conteúdo

Fonte: elaboração própria. Ascom, 2021.

3.3.3. Twitter

O Twitter da Unifesspa tem, atualmente, 2.047 seguidores, 378 a mais do que em 2020. O índice de engajamento é considerado alto, com 121.834 impressões no total do ano.

Tabela 5 – Quantitativo de dados do Twitter por mês

	tweets	impressões	visitas	novos seguidores
Janeiro	18	7576	969	40
Fevereiro	25	8905	785	25
Março	35	12500	1076	36
Abril	30	14500	1705	71
Maio	43	15800	1937	54
Junho	15	9260	1219	22
Julho	25	14000	1311	15
Agosto	35	9614	860	9
Setembro	23	6961	1195	16
Outubro	53	14400	2445	54
Novembro	16	3734	1085	32
Dezembro	20	3784	341	4

Fonte: elaboração própria. Ascom, 2021.

Em 2021, o número de publicações foi de 338, um aumento nominal de 143 posts, correspondente a 73,3% a mais do que 2020. Visitas e novos seguidores também registraram aumento de 106,6% e 0,8%, respectivamente.

Tabela 5 – Dados Gerais do Twitter por categoria de conteúdo

tweets	impressões	visitas	novos seguidores	
Total 2020	195	173.329	7236	375
Total 2021	338	121.034	14.928	378
Resultado	143	-52295	7692	3
%	73,3	-30,2	106,3	0,8

Fonte: elaboração própria. Ascom, 2021.

3.3.4. Youtube

Em 2020, o YouTube teve 60.767 visualizações; 9.757,8 horas de exibição; e 1.423 novos inscritos em 2021.

Visão geral	Quantidade
Visualizações	60.767
Tempo de exibição	9.757,8 horas
Inscritos	1.423
Impressões	692.923
Taxa de cliques de impressões	4,1%

Fonte: elaboração própria. Ascom, 2021.

Inscritos: "A diferença no total de inscritos, resultado da subtração do número de assinantes perdidos do número de assinantes novos para o período e região selecionados". (Fonte: YouTube)

O site informa que realizou melhoramentos na qualidade dos dados das fontes de ganho e perda de inscrições.

Impressões: "Quantas vezes as miniaturas do seu vídeo foram mostradas aos espectadores. Inclui apenas as impressões no YouTube, e não em sites ou aplicativos externos.

Desde 8 de março de 2021, os dados da métrica Impressões incluem miniaturas exibidas em TVs e consoles de jogos. Por isso, talvez você veja mudanças nas métricas registradas a partir dessa data". (Fonte: YouTube).

Taxa de cliques de impressões: "Visualizações por impressões mostradas. Serve para avaliar com que frequência os espectadores assistiram um vídeo depois de ver uma impressão.

(...)

Desde 8 de março de 2021, os dados da métrica Taxa de cliques de impressões incluem miniaturas exibidas em TVs e consoles de jogos. Por isso, talvez você veja mudanças nas métricas registradas a partir dessa data".

Alcance

Dados do Alcance	quantidade	comparação com o mesmo período de 2020 (%)
Impressões	692.923	-11%
Taxa de cliques de impressões	4,1%	+27%
Visualizações	60.767	-8%

Fonte: elaboração própria. Ascom, 2021.

Envolvimento

Dados do Envolvimento	quantidade	Comparação com o mesmo período de 2020 (%)
-----------------------	------------	--

Visualizações	60.767	-
Tempo de exibição	9.757,8 horas	-33%
Duração média da visualização	9:38	-27%
"Gostei" vs "não gostei"	98,9%	-
Compartilhamentos	1.785	-

Fonte: elaboração própria. Ascom, 2021.

Público

Dados do Público	quantidade	Comparação com o mesmo período de 2020 (%)
Tempo de exibição (horas)	9.758,1	●
Visualizações	60.767	●
Novos inscritos	1.423	- 42%

Fonte: elaboração própria. Ascom, 2021.

Em relação ao impacto do canal, as impressões, que representam quantas vezes as miniaturas do seu vídeo foram mostradas aos espectadores, inclui apenas as impressões no YouTube, e não em sites ou aplicativos externos, totalizaram 692.923, uma queda de 11%, em relação a 2020, quando também houve uma maior quantidade de transmissões. Ao passo que a taxa de clique teve um aumento de +27% em relação ao ano passado.

3.3.5. Telegram

O lançamento do canal oficial da Unifesspa no telegrama foi uma inovação da Ascom em 2020. Como dito anteriormente, buscamos estar sempre informados sobre o comportamento de nossos públicos. Nesse sentido, passamos emitir informações, fundamentalmente aquelas oriundas de notícias do portal, pelo Telegram. Trata-se de uma ação ainda em implantação, que vem sendo acompanhada e monitorada em função de sua relevância, desde 2020.

Atualmente, o canal possui 470 usuários inscritos. Embora a quantidade de conteúdo veiculado pelo canal tenha caído, pretendemos elaborar planejamento para otimizar a utilização do canal.

OVERVIEW	2020	2021	Resultado	%
Inscritos	417	470	53	13
Posts	27	12	-15	-56
Visualizações	13020	7871	-5149	-40
Média	482	656		

Fonte: elaboração própria. Ascom, 2021.

Pela qualidade do material disponível e pela grande audiência (número de visualizações), avaliaremos o uso desta mídia digital em 2022.

3.3.6. Podcast

Em 2021, lançamos conteúdo em um novo formato, o podcast. O “Sonora Unifesspa” nome dado ao nosso conteúdo, passou o ano de 2021 em fase de teste e alinhamento da rotina de produção de conteúdo.

Objetivamos, em 2022, consolidar as estratégias e os procedimentos para otimizar o produto e avaliar seu potencial de expansão.

3.3.7. Whatsapp

De forma semelhante ao Telegram, o Whatsapp, como aplicativo de mensagem instantânea, propicia uma forma de comunicação imediata.

Em 2021, observamos que o Whatsapp converteu-se em uma das principais vias de acesso a informações. Isso nos levou a algumas ações específicas nesta mídia digital:

- a) Manutenção de um Boletim de notícias Semanal. Para o público interno, o Boletim é enviado por meio de perfis individuais e grupos no Whatsapp, e por meio do endereço eletrônico todos@unifesspa.edu.br, toda sexta-feira, ao final do expediente, na forma de uma imagem acompanhada com as manchetes publicadas ao longo da respectiva semana no portal. Utilizamos links encurtados para melhor visualização e tais links remetem a audiência ao Portal Unifesspa.

Figura 2 – Arte do boletim de Notícias



Fonte: elaboração própria. Ascom, 2021.

Dessa maneira, além de prover informação de forma rápida e instantânea, potencialmente contribuímos para aumentar a visibilidade de nosso portal. Tal recurso também deve ser aperfeiçoado em 2021.

- b) Manutenção de um grupo específico para comunicação com as direções de institutos fora de sede, intitulado “Comunicação Fora de Sede”. Considerando que os caminhos institucionais entre os *campi* fora de sede e a sede da Unifesspa, em Marabá, buscamos estreitar o espaço para garantir interlocução direta e objetiva. Por este grupo são enviadas notícias consideradas relevantes para suas realidades específicas, bem como comunicados, notas e avisos. Além disso, o espaço possibilita o acionamento dos serviços da Ascom de forma ágil. Fazem parte deste grupo a Assessoria de Comunicação e os diretores e

diretores adjuntos dos *campi* de Rondon do Pará, Santana do Araguaia, São Félix do Xingu e Xinguara.

c) Manutenção de grupo no Whatsapp com as direções de Institutos de Marabá.

3.4. Outros conteúdos e serviços relevantes

Também devem ser considerados dados para avaliação da produção da unidade as artes produzidas para fins diversos (posts, materiais impressos, banners eletrônicos etc.), além de Atas de serviços gráficos e atendimento à imprensa e quatro entrevistas coletivas.

Em relação às artes produzidas, criamos 160 peças de design gráfico. No atendimento à imprensa, foram formalizados pelo e-mail ascom@unifesspa.edu.br – outro canal de comunicação com a comunidade interna e externa, por meio do qual solicitações são formalizadas – 168 atendimentos à imprensa. Desse número, vale destacar que representa apenas uma parcela de atendimentos – os formalizados – uma vez que, na maioria dos casos, atendimentos são feitos via Whatsapp ou por ligação telefônica. Estes não estão contabilizados aqui.

Atas de serviços gráficos também demandaram alto grau de dedicação de parte da equipe da Ascom. Em 2020, devido à pandemia, muitos empenhos de itens gráficos não foram utilizados e foram cancelados, por este motivo, em 2021, foi realizado um trabalho minucioso de acompanhamento junto aos setores requisitantes, o que resultou na redução de cancelamento de empenhos em relação ao ano anterior.

Um Manual de Solicitação de Serviços Gráficos também foi elaborado em conjunto com a Pró-reitoria de Administração (Proad) da Unifesspa. O Manual pretende dar maior fluidez à solicitação dos Serviços Gráficos, pois contém instruções detalhadas e formulários que facilitam o processo.

Tabela x – Serviços gráficos realizados

	SRP16/2019	SRP 18/2020	SRP 15/2021
ORDENS DE SERVIÇO		41	01
PROCESSOS - SOLICITAÇÃO DE EMPENHO (AUTORIZAÇÃO)	0	01	19

PROCESSOS DE SOLICITAÇÃO DE PAGAMENTO	01	13	01
SOLICITAÇÃO DE CANCELAMENTO DE EMPENHOS	01	02	----

Fonte: elaboração própria. Ascom, 2021

Uma dificuldade frequente que enfrentamos é a necessidade de treinamento nos setores para a realização das artes e aplicação da marca da Unifesspa e, principalmente, do cumprimento e do planejamento para a execução da ata de serviços gráficos. Disso decorre que, geralmente, as artes têm que ser devolvidas para correção e aplicação correta da identidade visual da universidade em materiais institucionais oficiais e uma sobrecarga de trabalho aos gestores que, em geral, têm pouco tempo para a efetivação dos serviços.

Com isso, consideramos que um melhor planejamento dos setores para solicitar os pedidos com antecedência é de fundamental importância para esta unidade, pois a maioria das empresas são de fora do estado do Pará, e o prazo de entrega dos pedidos é reduzido.

Ata de áudio, vídeo e foto

A partir de 22 de outubro, por meio da portaria 1302/2021, foram designados como gestores da ata de registro de preços n. 63 a 70 de 2021, os servidores da Ascom Patrício Alves Miranda da Rocha (titular) e Charles Pitter da Silva Sarges (suplente). A ata tem por objeto a "aquisição de materiais e equipamentos de áudio, vídeo e foto para atendimento das demandas das unidades administrativas e acadêmicas de todos os campi da Universidade Federal do Sul e Sudeste do Pará - Unifesspa".

Desde então, foram atendidos os seguintes pedidos de adesão, feitos por outras UASG:

Adesão à ata de reg. preços - áudio, vídeo e foto					
PROCESSO	ARP	EMPRESA	ITEM	DESCRIÇÃO	UASG SOLICITANTE

23479.0164 61/2021-16	68/20 21	Vídeo Mais Com. e Serv. de Áudio e Vídeo EIRELI	17	Filmadora digital full HD...	451294 - UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MONTES CLAROS/MG
23479.0162 77/2021-76	68/20 21	Vídeo Mais Com. e Serv. de Áudio e Vídeo EIRELI	17	Filmadora digital full HD...	158434 - INST.FED.DE EDUC.,CIENC.E TEC.DE GO/C.URUAÇU
23479.0164 69/2021-82	68/20 21	Vídeo Mais Com. e Serv. de Áudio e Vídeo EIRELI	17	Filmadora digital full HD...	158153 - INST.FED.DE EDUC.,CIENC.E TEC.DE GOIÁS

3.4.1 Hotsite Unifesspa Rumo aos 10 anos

Considerando o período de amadurecimento da Unifesspa, que em 2021, completou oito anos, e as avaliações da gestão superior por meio da CAS, a Ascom desenvolveu uma campanha especial para o aniversário da instituição denominada Unifesspa Rumo aos 10 anos.

Trata-se de uma espécie de contagem regressiva para os 10 anos da Universidade, que marcará a primeira década de atuação autônoma, após o desmembramento da UFPA.

Para difundir a campanha, um hotsite foi criado no endereço <https://unifesspa.edu.br/rumoaos10anos/>. Nele é possível conferir toda a programação institucional e acadêmica alusiva aos anos comemorativos da campanha, a identidade visual a ser utilizada nas peças institucionais, registros fotográficos, vídeos, notícias e a história da Unifesspa. É possível conferir os detalhes na Imagem X, a seguir:

Imagem X – Layout do hotsite Unifesspa Rumo aos 10 anos



Fonte: elaboração própria. Ascom, 2021.

A campanha conta com uma identidade visual específica, materializada na Imagem X, a seguir:



Fonte: elaboração própria. Ascom, 2021.

3.4.2 Hotsite Calourada 2021

Para a semana de recepção e acolhimento dos calouros da Unifesspa, uma campanha específica, bem como uma identidade visual própria foram criadas. São parte da campanha o hotsite, com endereço <https://calouro.unifesspa.edu.br/>, representado pela imagem X, a identidade visual, os vídeos editados e inseridos no hotsite.

Figura x – Layout do Hotsite da Calourada 2021



Fonte: elaboração própria. Ascom, 2021.

A Ascom também coordenou a subcomissão de divulgação da Calourada 2021, ficando responsável pela condução dos trabalhos junto a servidores da unidade e de outras unidades envolvidas na organização do evento.

3.4.3 Guia de Redação e Estilo

Um novo produto de uso institucional lançado pela Ascom foi o [Guia de Redação e Estilo da Unifesspa](#). O Guia contém orientações e padrões a serem adotados nos textos e materiais gráficos produzidos pela Ascom. Apesar de tratar, prioritariamente, da escrita jornalística, a publicação contém diretrizes que podem ser igualmente seguidas por demais setores da universidade e aos públicos externos a ela.



Fonte: elaboração própria. Ascom, 2021.

As dicas sugeridas podem ajudar, por exemplo, em textos produzidos para sites ou mídias digitais, elaborados por unidades acadêmicas ou administrativas que, de maneira geral, almejem se comunicar de forma clara e objetiva com o público interno e externo da Unifesspa.

Com orientações práticas relacionadas à ortografia, gramática, uso de siglas, data e horas, entre outros aspectos, o Guia pretende contribuir para dirimir dúvidas frequentes que podem surgir durante a redação de textos e elaboração de outros

materiais. Assim, as orientações apresentadas visam contribuir para consolidação de um estilo de escrita correta e padronizada, evitando também erros gramaticais e de semântica.

Para elaboração do material, foram consultados manuais de redação, publicados por grandes veículos de comunicação ou provenientes de instituições públicas, além da ponderação interna da equipe do setor.

3.4.4 Plataforma de Transmissões

Mesmo sem orçamento específico destinado à Ascom, a gestão da unidade articulou, junto à administração superior, a compra de licenças para a plataforma de transmissões ao vivo Streamyard.

A plataforma, de fácil utilização, permite a realização e lives em canais e páginas de plataformas de redes sociais, com recursos de transmissão específicos, que admitem a personalização do conteúdo entregue.

Foram adquiridas cinco licenças, distribuídas entre a Ascom, as três pró-reitorias finalísticas e uma sobressalente. Dessa forma, é possível que unidades acadêmicas e administrativas, por meio da gestão de cada licença, consigam realizar eventos institucionais com o uso da marca da universidade ou da sua unidade ou do seu evento, conferindo maior profissionalismo e qualidade às transmissões.

3.4.5 Regimento da Ascom

A sistematização das normas de funcionamento, das finalidades e objetivos da Assessoria de Comunicação da Unifesspa foi realizada com o protocolo da minuta de Regimento da Unidade (Processo 23479.008398/2021-44), que se encontra prestes a ser apreciado pelo Conselho Superior Administrativo (Consad) da Unifesspa.

Segundo o documento, “A Ascom é órgão técnico de consultoria, assessoramento, planejamento, coordenação, execução, acompanhamento, controle e avaliação dos assuntos pertinentes à comunicação institucional para os públicos internos e externos da Unifesspa”.

Trata-se de mais uma conquista da Ascom, que com a norma, consolida sua atuação institucional historicamente configurada e contribui para o amadurecimento da universidade.

3.4.6 Curso “Desenvolvendo sua Marca nas Redes Sociais”

Em 2021, a Ascom promoveu, a partir da chamada da Pró-Reitoria de Desenvolvimento e Gestão de Pessoas (Progep), o Curso “Desenvolvendo sua marca nas Redes Sociais”, ministrado pelo publicitário Petterson Farias.

Esta foi a primeira capacitação específica na área de comunicação, com ênfase em mídias digitais, promovida e voltada à Ascom. Outras unidades, com afinidades e ações desenvolvidas em comunicação também participaram da formação.

O curso veio ao encontro do objetivo estratégico “Dinamizar a comunicação interna e externa das atividades e conquistas acadêmicas e administrativas” por meio das plataformas de mídias digitais, que conforme argumentado anteriormente, merecem atenção específica na gestão das ações de comunicação por se conformarem, hoje, como os principais espaços de interlocução e de difusão de informações.

4. RISCOS PARA A INTEGRIDADE INSTITUCIONAL

4.1. monitoramento dos riscos para a integridade

Ver nas planilhas: Planos de Ação, Nível de Confiança e Nível do Risco Residual.

- Atualizar o status dos Planos de Ação previstos (colunas K e L de todas as abas)
- Reavaliar o nível de confiança dos controles que atuam nas causas e na redução do impacto do risco (colunas N e P de todas as abas);
- A partir do Nível do Risco Residual, traçar um plano de ação e/ou plano de contingência para reduzi-lo até o nível de tolerância a riscos da instituição.

4.2. Registro de Incidentes

Em 2021, a Ascom não registrou incidentes relativas à integridade Institucional na Unidade, conforme planilha em anexo)

4.3. Campanhas de Integridade

Sob orientação da Divisão de Gestão da Integridade da Unifesspa, a Assessoria de Comunicação (Ascom) divulgou conteúdos para conscientizar os servidores, discentes e público externo à Unifesspa sobre os valores da instituição e riscos para a integridade institucional.

Algumas notícias sobre integridade poderão ser vistas nos itens a seguir:

[Reunião do Comitê de Governança, Riscos e Controles aprova Relatório Anual de Integridade da Unifesspa](#)

[Assédio Moral e Sexual - Entenda a diferença e saiba como combater e denunciar](#)

[#INTEGRIDADE SOMOS TODOS NÓS: Unifesspa se une em campanha contra o assédio moral e sexual](#)

5. RESULTADOS E DESEMPENHO DA GESTÃO

Os resultados da gestão estão restritos, neste relatório aos conteúdos que fazem referência direta aos indicadores estratégicos. Assim, são apresentados e analisados nas seções a seguir dados referentes a inserções na mídia e produção no portal e em redes sociais.

5.1. Monitoramento de Mídia - Clipping

No ano de 2021, foram contabilizados 168 atendimentos à imprensa por meio de e-mail institucional e via Whatsapp. Vale destacar que este número representa uma parcela dos atendimentos – os formalizados – uma vez que, existe casos de atendimentos que são feitos por ligações telefônicas e por via direta das fontes. Estes não estão contabilizados aqui. Do quantitativo de atendimentos contabilizados, houve um aumento de 85,8% em relação a 2020.

Este ano, a Assessoria de Comunicação da Unifesspa emplacou **o total de 941 inserções na mídia local, regional e nacional**, um **aumento de 2%** na comparação com o ano de 2020.

No que diz respeito ao Indicador “Índice de publicação positiva na mídia”, houve um **resultado positivo**, com alcance do índice ($\geq 90\%$), que chegou a **98,72%**, considerando os 94,6% de publicações positivas mais os 3,7% de publicações

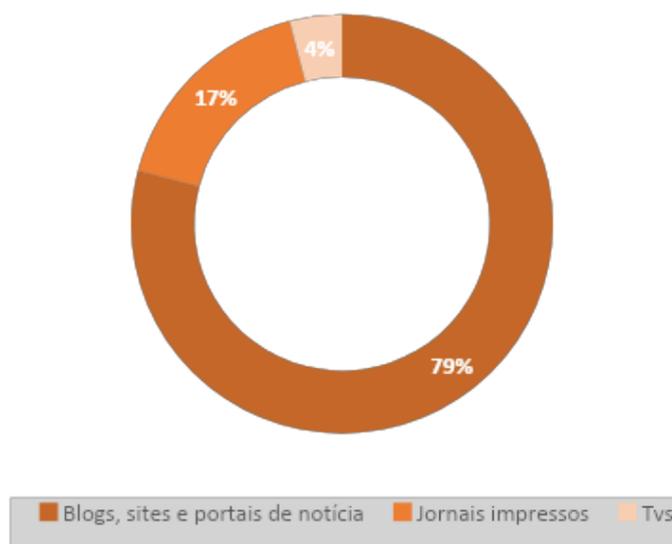
consideradas neutras. Do total de publicações em veículos de comunicação, apenas 1,7% foram negativas.

<i>Total de mídia espontânea</i>	Positivas	Negativas	Neutras	Total
TV	37			37
Rádio				
Portais de notícias e blogs	687	12	39	745
Jornal Impresso	159			159
			Total	941

Dos dados apresentados, referentes às inserções em veículos de comunicação, identificados neste levantamento, 79,1% foram de mídias espontâneas publicadas em blogs, sites e portais de notícias. As inserções em jornais impressos representaram 16,9% e 4% foram de inserções em TVs.

8

Inserções por tipo de mídia



5.2. Publicações no portal oficial e nas plataformas de mídias digitais

No que se refere ao Indicador “Homepage e redes sociais atualizadas – número de publicações/inserções”, observamos um incremento de 22,77% em relação ao ano

de 2020. Em termos nominais, a Ascom produziu e publicou 4.832 materiais no portal e nas plataformas de mídias digitais, como é possível observar na Tabela 5, até 21 de dezembro de 2021.

Vale ressaltar que não estão contabilizados nesta soma as imagens de

Tabela 5 – Publicação em portal e redes sociais em 21 de dezembro de 2021

<i>Categorias</i>	<i>Total</i>
Portal matérias	494
Portal Galeria de Imagens	0
Facebook post	431
Facebook fotos de álbuns	0
Facebook stories	783
Instagram post	394
Instagram lives	0
Instagram reels	13
Instagram Stories	2223
Instagram IGTV	35
YouTube vídeos	63
YouTube Transmissões ao vivo	40
Twitter	338
Telegram	12
Podcast	6
Total de publicações	4.832

Fonte: elaboração própria. Ascom, 2021.

5.3. APRESENTAÇÃO DOS INDICADORES DE DESEMPENHO 2021

Objetivos estratégicos	Indicador	Metodologia de apuração / Fórmula de apuração	Resultado 2020	Metas 2021	Resultado 2021
Dinamizar a comunicação interna e externa das atividades e conquistas acadêmicas e administrativas.	Índice de publicação positiva na mídia digital (sites e blogs)	$\frac{\text{n.º notícias positivas e neutras} \times 100}{\text{Total de notícias veiculadas}}$	O índice de publicação positiva na mídia foi de 94,26%	Alcançar índice $\geq 90\%$ Índice alcançado	O índice de publicação positiva na mídia foi de 98,72% Do total de 941 notícias veiculadas na mídia, 929

foram classificadas como positivas ou neutras e apenas 12 foram classificadas como negativas.

Homepage e redes sociais atualizadas – número de publicações/ inserções	Total das publicações / inserções divulgadas pela Assessoria de Comunicação Institucional da Unifesspa sobre a Unifesspa em sua homepage e veiculadas nas redes sociais, incluindo as réplicas (o mesmo tema poderá ser contabilizado pela quantidade de publicações/replicações).	Foram geradas 4.169 publicações / inserções na homepage e em redes sociais em 2019	Incrementar em 5% o número de publicações/ inserções veiculadas na homepage e em redes sociais em 2020	Índice alcançado
				2021: 4.832 Aumento de 22,86% em relação a 2020.

Fonte: elaboração própria. Ascom, 2021.

5.4. MEMÓRIA DO CÁLCULO E ANÁLISE DOS INDICADORES DE DESEMPENHO

Indicador	Fórmula de apuração	Memória do Cálculo
Índice de publicação positiva na mídia digital (sites e blogs)	$\frac{\text{n.º notícias positivas e neutras} \times 100}{\text{Total de notícias veiculadas}}$	$\frac{929 \times 100}{941} = 98,72\%$
Homepage e redes sociais atualizadas - número de publicações/ inserções	Total das publicações / inserções divulgadas pela Assessoria de Comunicação Institucional da Unifesspa sobre a Unifesspa em sua homepage e veiculadas nas redes sociais, incluindo as réplicas (o mesmo tema poderá ser contabilizado pela quantidade de publicações/replicações).	2020 - 3.727 publicações Redução de 10,6% no número de publicações em relação a 2019. 2021 – 4.832 Aumento de 22,86% em relação a 2020.

Fonte: elaboração própria. Ascom, 2021.

5.5. Série Histórica

A seguir, demonstramos os resultados obtidos no interstício de 2017 a 2021:

Objetivos Estratégicos	Indicador	SÉRIE HISTÓRICA				
		2017	2018	2019	2020	2021
Dinamizar a comunicação interna e externa das atividades e conquistas acadêmicas e administrativas.	Índice de publicação positiva na mídia digital (sites e blogs)	56,4%	95,5%	95,5%	94,26%	98,72%
	Homepage e redes sociais atualizadas - número de publicações/inserções	3.795	6.555	4.169	3.727	4.832

Fonte: elaboração própria. Ascom, 2021.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os dados coletados pela equipe da Ascom para a produção deste RAA dão conta de demonstrar, quantitativamente, a produção da unidade em relação ao objetivo estratégico por ela responsável.

Tais indicadores, no entanto, não conseguem captar na sua totalidade, qualitativamente, a capacidade de dinamização da comunicação entre a Unifesspa e seus públicos, pois não contemplam dados sobre alcance e engajamento, por exemplo, fundamentais à demonstração da qualidade do trabalho desenvolvido.

De modo adicional, vale ressaltar, também, a necessidade de aprimoramento das rotinas e da qualidade técnica dos trabalhos desenvolvidos, que só serão possibilitados pelo provimento de vagas de profissionais da comunicação, tais como designer, jornalista e fotógrafo.

Assim, a despeito dos desafios, os números e relatos apresentados neste relatório demonstram um aumento considerável de produtividade da unidade, que pode ser atribuído: à chegada de uma profissional do jornalismo, à colaboração de dois bolsistas de pesquisa na rotina de trabalho, à colaboração de duas estagiárias não

obrigatórias e à organização do trabalho remoto em torno da rotina e à utilização de uma plataforma de gerenciamento de tarefas (Trello). Acrescenta-se, ainda, a reorganização das atividades a partir da apropriação da nova chefa de todos os processos da Unidade e a capacitação específica, realizada pelos servidores.

Acredita-se que, com o retorno das atividades presenciais, os indicadores apresentados aqui continuem aumentando, uma vez que os processos próprios de um setor de comunicação integrada, como é a Ascom, tendem a ser mais fluidos e eficazes com a interação presencial dos servidores e colaboradores. Assim como, pautas presenciais e suas respectivas coberturas e o atendimento à imprensa devem acompanhar o mesmo fluxo.

REFERÊNCIAS

BOYD, D. A Response to Christine Hine. In: MARKHAM, A.; BAYM, N. (Eds.). **Internet Inquiry: Conversations About Method**. 2455 Teller Road, Thousand Oaks California 91320. United States: SAGE Publications, Inc., 2009. p. 26–32.

ELLISON, N.; BOYD, D. Sociality through Social Network Sites. In: DUTTON, W. (Ed.). **The Oxford Handbook of Internet Studies**. [s.l.] Oxford University Press, 2013. p. 151–172.

HINE, C. **Ethnography for the Internet: embedded, embodied and everyday**. London; New York: Bloomsbury Academic, An imprint of Bloomsbury Publishing Plc, 2015.

LEMOS, A. Cultura da Mobilidade. **Revista FAMECOS**, v. 16, n. 40, p. 28–35, 2009.

MANTOVANI, C. M. C. A.; MOURA, M. A. Informação, interação e mobilidade; Información, interacción y movilidad. **Informação & Informação**, v. 17, n. 2, 3 dez. 2012.

MINTZ, A. G. Mídia e plataforma. **Novos Olhares**, v. 8, n. 2, p. 98–109, 6 dez. 2019.