

RELATÓRIO DE ATIVIDADES

2023



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

RELATÓRIO ANUAL DE ATIVIDADES ANO BASE-
2023

Marabá-PA
2023

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: Raimundo Nonato Santos da Silva

PROGEP - Pró-Reitoria de Desenvolvimento e Gestão de Pessoas

Pró-reitor: Juliana Sales

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: Leandro de Oliveira Ferreira

Arquivo Central

Coordenadora: Josiene da Silva Queiroz Campos

ASCOM - Assessoria de Comunicação

Assessoras: Dom AC Condeixa de Araujo

ARNI - Assessoria de Relações Nacionais e Internacionais

Assessora: Diogenes Henrique de Siqueira Silva

AUDIN - Auditoria Interna

Auditores-Gerais: José Arimatéia Brandão

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

Diretora: Zenaide Carvalho da Silva

NAIA - Núcleo de Acessibilidade e Inclusão Acadêmica

Coordenadora: Lúcia Cristina Gomes dos Santos

Ouvidoria

Ouvidora-Geral: Khandida Coelho Vichmeyer Paula

DIRIGENTES DA UNIDADE**Assessoria de Comunicação**

Dom A.C. Condeixa de Araujo

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 – janeiro a agosto de 2023

Andreia Milhomem – janeiro e fevereiro de 2023

Antônio Luiz Sousa Filho – de agosto até a presente data

Mirella Carvalho – de outubro até presente data

Bolsista de Iniciação Científica

Pedro Henrique Oliveira – (Pibic) – até agosto de 2023

Ingrid Carolinne Oliveira Da Silva (Pibic) – até agosto de 2023

Leonardo dos Santos Pontes (Pibic) – até agosto de 2023

EQUIPE RESPONSÁVEL PELA ELABORAÇÃO DO RELATÓRIO

Coordenação e elaboração

Dom AC Condeixa de Araujo

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

Saulo Guilherme Rodrigues Alves

Coleta de dados do Portal Unifesspa e produção de gráficos

Saulo Guilherme Rodrigues Alves

Captura e coleta de dados audiovisuais

Patrício Alves Miranda da Rocha

Capa

Dom Condeixa de Araujo

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 2023.

Tais dados devem fundamentar a avaliação da Unidade e da Instituição ao mesmo tempo em que orienta suas diretrizes futuras, servindo como subsídio para o firmamento de metas no Planejamento de Desenvolvimento Institucional (PDI) da Unifesspa.

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 direta.

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, destacando os dados relativos a 2023, avaliando as dificuldades enfrentadas e analisando tais quesitos diante do contexto intra e extra institucional. Chamamos a atenção para quatro fatores em especial que, de certo, impactaram sobre os resultados apresentados:

- a) A troca de gestão da Assessoria de Comunicação(ASCOM) no meio do ano. A professora Janine Bargas que esteve à frente do setor de 2020 a 2023, foi cedida à Universidade Federal de Ciências da Saúde de Porto Alegre(UFCSPA) e o professor Dom Condeixa, assumiu em agosto;
- b) A falta de recurso para o clipping que aponta os resultados das notícias sobre a Unifesspa na imprensa da cidade, na região e no país;
- c) Não existe entre os membros da equipe, um design para desenvolver as peças necessárias para as mídias sociais, campanhas internas etc. A artes foram feitas pelos estagiários e membros da equipe, usando o Canvas. É importante contar com uma equipe que possa atender as várias necessidades de uma Assessoria de Comunicação;
- d) O fato da Assessoria de Comunicação não ter uma rubrica e com isso, não ter recursos para seu planejamento e ações.

Além dos indicadores relativos à produção da Ascom, informações concernentes à integridade e transparência, bem como estratégias de comunicação interna e mais detalhes sobre campanhas e parcerias interinstitucionais constam neste relatório. Trata-se de 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 etc.) 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 (IFES), principalmente por meio do Colégio de Gestores de Comunicação (Cogecom) da Associação Brasileira de Dirigentes das Instituições Federais de Ensino Superior (Andifes), bem como entidades de fomento e representantes de gestões estaduais e municipais; ratificar o compromisso desta Ascom com a comunicação pública e a divulgação pública da ciência, do ensino e da extensão universitária.

Em 2023, a Assessoria de Comunicação concentrou esforços na retomada do trabalho presencial com toda sua dinâmica de produção técnica e de gestão de pessoas e na ampliação da atuação da Unifesspa, por meio de ações de comunicação, em espaços de relações interinstitucionais. Entretanto, ainda encontramos dificuldades em função do cortes de verba das universidades públicas e o orçamento do governo, que apesar de ser um novo governo, ainda estava sob o orçamento do governo anterior.

Para isso, este relatório está dividido nas seguintes seções: na primeira, fazemos a apresentação da estrutura organizacional, com detalhamento do organograma e da rotina de trabalho;

1. Estrutura organizacional administrativa

1.1. Organograma

Embora formalmente hierarquizada por meio dos cargos, a rotina de trabalho da Ascom é organizada de maneira horizontal, seguindo os princípios da comunicação integrada, de modo a refletir em mesmo nível, as 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, a de publicitário e a de relações públicas.

Tais ausências devem-se primordialmente ao déficit de provimento de vagas na unidade e na Unifesspa. Segundo dados da Progep, atualmente, 309 vagas de técnicos administrativos em educação ainda precisam ser preenchidas para o quadro da Instituição, considerando o [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 Ascom gerencia, desenvolve e acompanha as ações e tarefas realizadas em toda a universidade, priorizando a comunicação institucional, dos atos de gestão, e a produção de conteúdo informativo sobre a vida universitária.

A Ascom é a responsável, em última instância, pelo conteúdo jornalístico divulgado

nos canais institucionais da Unifesspa e, da mesma forma, pelo atendimento à imprensa e pelo relacionamento com a comunidade interna e externa, feito por meio dos canais de comunicação disponíveis, com especial atenção para os perfis em plataformas de mídias digitais. Em 2022, era atribuição da Assessoria de Comunicação a gestão da Ata de Serviços gráficos da Unidade, mas, em 2023, já passou a ser atribuição do setor de Protocolo, ainda assim há uma sobrecarga de trabalho da coordenação administrativa. Como ação de rotina, a Ascom faz parte de algumas comissões para a organização de evento, tais como a Calourada, a Unifesspa na Praça entre outras.

No caso do evento dos 10 anos da Unifesspa, a Ascom, em conjunto com o Gabinete e a Administração Superior, participou da comissão que criou a programação, os eventos e as ações comemorativas. O selo comemorativo, as artes para as redes sociais, os demais materiais, os vídeos institucionais e as transmissões para o Youtube, foram feitos por uma agência contratada, a Due Produções. O material produzido como fotografias, vídeos, cards, registros da web, fazem parte da memória da Unifesspa e estão guardados na drive da ASCOM.

Em 2023, a professora Janine Bargas, de janeiro e julho, integrou às atividades rotineiras da Assessora de Comunicação à atuação efetiva como coordenação da Regional Norte do Cogecom/Andifes, em conjunto com o gestor de comunicação da Universidade Federal de Roraima (UFRR). Esta coordenação, embora formalizada ainda em 2021, passou a ocorrer de maneira efetiva, com reuniões, ações conjuntas, viagens, eventos e campanhas, incorporada à gestão da assessora de comunicação – profa. Janine Bargas – em 2022. Com a saída da professora Janine, o professor Dom passou a representar a Unifesspa no Congecom, mas, não a coordenar a Regional Norte do Congecom/Andifes.

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, além de auxiliar no registro e levantamento de dados de clipping da Ascom. Ações de comunicação interna, como o encaminhamento de comunicado aos e-mails institucionais também foram de responsabilidade desta sub-unidade em 2023.

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. Assim como em 2022, em 2023, o Departamento também desenvolveu o hotsite da Calourada, atuou nas atualizações relativas à Transparência, solicitada pelos órgãos de controle, como o Tribunal de Contas da União (TCU), na home do portal institucional. Este Departamento 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, com destaque para o portal institucional e os sites e hotsites institucionais, bem como pela concepção de conteúdos voltados à veiculação em plataformas de mídias digitais (Facebook, Instagram, Twitter,

Telegram, Whatsapp), campanhas e pelo relacionamento 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 direto à imprensa, seja em demandas induzidas pela Ascom, como sugestões de pautas e conteúdos, entrevistas coletivas ou notas oficiais, seja como setor demandado pela imprensa (mídia espontânea), que busca a Unifesspa como fonte.

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 2023.

Figura 1 – Organograma da Ascom Unifesspa (de Dez 2022 a Ago 2023)



Fonte: Elaboração. Ascom, 2022.

Ainda sobre a estrutura organizacional, até julho de 2023, tivemos a participação de dois bolsistas, sendo um de iniciação científica, que desempenhou suas pesquisas dentro da rotina de trabalho da unidade. Trata-se dos projetos “Comunicação pública da ciência e combate à desinformação”, cujo bolsista é Pedro Henrique de Oliveira, estudante do curso de Artes Visuais. Na rotina, o bolsista atuou presencialmente nas ações de produção gráfica, fotográfica e de audiovisual. A bolsista do Programa de Bolsas de Extensão (Pibex) – projeto “Núcleo de Assessoria de Imprensa (NAI)” – , Ana Lua Franco, estudante do curso de

Jornalismo, atuou remotamente, principalmente na produção de textos jornalísticos e coberturas em Rondon do Pará e no Instituto de Ciências Sociais Aplicadas.

A inserção de uma bolsistas acadêmicos, sob orientação da profa. Janine Bargas, tem colaborado para aproximar alunos de diferentes áreas do conhecimento da Ascom, bem como incrementar, do ponto de vista científico, as atividades da unidade, na medida em que integra servidores e discentes em projetos de pesquisa e extensão, gerando produção de conhecimento sobre o trabalho realizado. Essa participação acadêmica já ocorre desde 2020.

Os projetos de Iniciação Científica e de Extensão justificam-se pela necessidade patente de aproximar a universidade dos demais setores da sociedade e pelo reforço da capacidade de atendimento na unidade. Os projetos também contribuem 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, funções da Ascom.

Uma das estagiárias administrativas, Amanda Sena, estudante de Letras – Inglês, atua na produção de textos e é diretamente supervisionada pela Coordenadoria de Produção Jornalística. Com a saída da Amanda, em agosto de 2023, a vaga foi ocupada pela aluna de jornalismo Mirella Carvalho. O outro bolsista administrativa, Antônio Luiz Souza Filho, discente de Jornalismo, trabalha com o gerenciamento de mídias digitais e do módulo [Unifesspa na Mídia](#) do Portal Unifesspa, sendo supervisionada pelo Departamento de Web e Redes Sociais e pela assessora de comunicação.

1.2. GESTORES DA UNIDADE

Desde agosto de 2023, a Ascom conta com a colaboração do professor da Faculdade de Comunicação, Dom Condeixa, que veio em substituição da professora Janine Bargas, cedida para a UFCS. Atualmente, a gestão da unidade está conforme os dados do Quadro 1.

Quadro 1 – Assessoria de Comunicação

Nome / Sigla da Unidade/ Subunidade:		Assessoria de Comunicação / Ascom			
Nome	Dom Condeixa de Araujo		CPF	903.493.777-15	
E-mail Institucional	acondeixas@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

--	--	--	--	--	--

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 Liliana 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	
Portaria nº 0346/2019	22/02/2019	Nome e número	Data da publicação no DOU	Inicial	Fina

Quadro 5 – Departamento De Imprensa e Informação

Nome / Sigla da Unidade/ Subunidade:		Assessoria de Comunicação (Ascom) / Departamento de Imprensa e Informação (DEIMIN)			
Nome	Cynthia Mariah 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

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	patriciorocha@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:

1. Planejar e executar políticas de comunicação, bem como apoiar e avaliar as atividades de comunicação da Unifesspa;
2. Propor e desenvolver ações de relacionamento estratégico com os diversos públicos de interesse por meio de canais de comunicação social;
3. 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;
4. Gerir e operacionalizar os instrumentos de comunicação institucional que a Universidade necessita para se comunicar com os seus públicos;
5. Avaliar os resultados obtidos a partir do planejado e operacionalização da comunicação institucional da Universidade;
6. Gerenciar a criação de ambientes comunicacionais da Unifesspa, a exemplo de sites institucionais e perfis em plataformas de mídias digitais;
7. Zelar pela imagem institucional nos espaços comunicacionais institucionais;
8. Fornecer orientações, quando solicitado, sobre a publicação/atualização de conteúdo para sites institucionais e perfis em plataformas de mídias digitais não geridas pelo setor;
9. Formular padrões de uso de canais, produtos e serviços relacionados à comunicação institucional;
10. Fortalecer e zelar pela marca e pela imagem da Instituição em nível regional, estadual, nacional e internacional;
11. 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.
12. Zelar pelo acervo audiovisual e fotográfico produzido pelo setor;
13. Pesquisar e atualizar as técnicas de comunicação, considerando as novas tecnologias, rotinas de trabalho, funções e fenômenos comunicacionais.

A curto prazo, a estrutura da Ascom e as ações de governança da universidade

possibilitam a realização das atividades de forma regular, com capacidade relativamente satisfatória de atendimento da comunidade e alta capacidade de atendimento de ações da gestão. Enquadram-se nessas ações de curto prazo tarefas como atualização dos canais oficiais de comunicação institucional (portal, sites, perfis em mídias digitais, e-mail institucional); divulgação e cobertura de atividades como ações de apoio às atividades de ensino, pesquisa e extensão; promoção de visibilidade pública das ações da Unifesspa aos demais setores da sociedade por meio do relacionamento com a imprensa.

Ações de médio prazo, como avaliação de ações, proposição planejada de atuação estratégica da coordenadoria e dos departamentos, gerenciamento de dados de plataformas de mídias digitais e mapeamento de crises, são fortemente impactadas pela limitação de recursos humanos, diante da quantidade e complexidade de demandas já consolidadas e novas demandas da Unidade.

Nossa principal ação de médio prazo, conforme estabelecida no PDI, é a elaboração da Política de Comunicação da Unifesspa a ser entregue em 2024. Atualmente, em construção, ela não depende apenas na área da comunicação, como também de outros atores.

2.1. Ações de destaque em 2023

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

1. Aniversário dos 10 anos da Unifesspa – organização, divulgação e no Youtube; -
2. Calourada 2023 (Semana de Recepção e Acolhimento aos Calouros), com participação na comissão de organização, criação da identidade visual, secretaria dos materiais gráficos, [criação e alimentação de hotsite](#), na montagem e [transmissão de todas as mesas do evento no YouTube](#) e avaliação junto à Proeg e ao Gabinete da Reitoria;
3. Organização, junto à Chefia de Gabinete, e cobertura das inaugurações de obras: Prédio Multiuso(campus III - Marabá), Espaço de Convivência de Xinguara e de Santana do Araguaia;
4. Lançamento de turmas, chamadas, eventos junto à Fapespa e à Sectet, especialmente no Programa Forma Pará;
5. Acompanhamento e organização do “Fala, Unifesspa!”;
6. Coberturas das reuniões dos conselhos superiores;
7. Eventos institucionais e acadêmicos no Polo de Ensino, Pesquisa, Extensão e Inovação Tecnológica (Pepeti) em Canaã dos Carajás;
8. Composição da Comissão de Dados Abertos da Unifesspa;
9. Composição da Comissão para realização dos 10 anos da Unifesspa;

10. Realização do minicurso “Noções básicas de design e Uso da marca da Unifesspa”
11. Realização do minicurso “Uso de Equipamentos de Vídeoconferência e transmissões online”
12. Organização, divulgação e cobertura da [Feira das Profissões 2023;](#)
13. Organização, divulgação e cobertura da [Unifesspa na Praça;](#)
14. Campanha SISU 2023;
15. Coluna Quinzenal em O Liberal Marabá;
16. Coluna no Jornal Correio de Carajás(ComCIência).

Entre essas ações da unidade e a relação com outros setores da sociedade, cabe informar que todas foram realizadas dentro dos custos previstos para a Unidade em 2023, à exceção de diárias e passagens emitidas para as viagens em missão, cujos valores foram utilizados em conformidade com as ações do Gabinete da Reitoria.

Destacam-se, principalmente, dentro das ações relativas à divulgação da Feira das Profissões 2023, da Campanha do SiSU 2023, a parceria com veículos de comunicação regionais (principalmente, Grupo RBA e Grupo Correio, além de rádios comerciais e comunitárias nas cidades onde possuímos campi). Por meio dessas parcerias, foi possível veicular sem ônus, VT e spot nas TVs e rádios desses veículos. Sem essas colaborações interinstitucionais, o material se configuraria como propaganda institucional, gerando altos custos para a comunicação institucional da Unifesspa.

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 (LEMONS, 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 2023, e os dados a eles correspondentes. Tal demonstração de resultados objetiva, mais do que enfatizar o papel de base e estratégico da comunicação organizacional e pública para a Unifesspa, explicitar quantitativa e qualitativamente a natureza e os resultados de nossas atividades.

3.1. Portal Unifesspa

O Portal Unifesspa abriga (www.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 466 matérias que geraram 123.028 acessos (considerando apenas materiais jornalísticos: notas, matérias). Não estão contabilizados aqui os conteúdos produzidos para o hotsite da Calourada 2023, considerado de conteúdo sazonal.

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.

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.

O site da Ascom será considerado um canal de comunicação tanto interna quanto externa, uma vez que ofertará funcionalidades para ambos os públicos da instituição.

Prevíamos a melhoria de nosso site no ano de 2022, com o relançamento do canal. No entanto, devido a novas demandas e ao ajustamento interno de rotina no retorno ao trabalho presencial, a unidade não conseguiu avançar neste aspecto em 2023.

Foi incorporada, no entanto, a agenda da gestora, em atendimento às normas de transparência ativa. A previsão para lançamento do novo site, com novas funcionalidades, é junho de 2024.

Portal "unifesspa.edu.br"		
	Publicações	Acessos
1º Trimestre	125	52.616
2º Trimestre	137	25.520
3º Trimestre	124	25.527
4º Trimestre	80	19.365
TOTAL	466	123.028

3.3. Mídias digitais

Considerando as plataformas de mídias digitais como espaços ocupados pela sociedade contemporânea, faz parte do desafio das instituições públicas marcar presença nesses espaços e desenvolver a comunicação pública, como um direito constitucional, também nas redes.

Trata-se de um desafio porque as atualizações das plataformas, seja em seus recursos, *affordances* e interfaces, seja nos metadados exigem habilidades e competências específicas dos administradores, nem sempre adquiridas ou acompanhadas pela administração pública.

O processo de manutenção, atualização e uso estratégico desses espaços de forma plena e eficaz pressupõe uma atualização constante dos administradores das páginas, dedicação exclusiva, conhecimentos sobre linguagens, recursos entre outros aspectos específicos. Caso contrário, o uso das plataformas pode ser até contraproducente e promover crises institucionais e de imagem.

No caso dos perfis da Unifesspa, consideramos que fazemos um uso satisfatório, mas ainda muito intuitivo e manual das plataformas. Conhecimentos em SEO, design gráfico e a presença de um social media na equipe são alguns dos elementos considerados como necessários ao melhor uso desses canais.

A partir do curso “Desenvolvendo minha marca nas redes sociais”, feito pela equipe da Ascom em 2021, com o publicitário Petterson Farias, desenvolvemos como parte de nossa estratégia de produção de conteúdo para as mídias digitais as editorias, que são agrupamentos de conteúdos pensados em conformidade com a missão de conteúdo, contexto situacional da instituição e missão, visão e valores. São elas:

Unifesspa na Mídia (notícias sobre a universidade que repercutiram na mídia)

- Oportunidades (factuais de editais, seleções de pessoal, bolsas, assistência estudantil)
- Cultural (eventos culturais internos e externos, costumes e hábitos, dicas de filmes e livros)
- Anota aí/Dica do Dia (Playlist de estudo, organização de tempo, ABNT, projetos)
- Pra se Inspirar (histórias de vida, egressos, premiação, personalidades históricas importantes)
- Além dos muros (projetos de extensão, pesquisa, como a Unifesspa está na vida das pessoas)
- Memória/#TBT (homenagens a pessoas, recordação de momentos históricos, sonhos que viraram realidade).
- Vivência (dia a dia da universidade, momentos em prédios e espaços, ônibus, fila do R.U)
- Agenda (congressos, feiras, exposições, campanhas, datas importantes da Unifesspa e dos municípios, característica de serviço, mais factual)
- Sobre a Unifesspa (informações básicas, políticas e programas institucionais, localização, história, obras, orçamento)
- É Tendência (ordem do dia, memes, campanhas, os virais)
- Momento Atleta (eventos esportivos oficiais e não oficiais)
- Tapa do dia (frases com caráter de humor/ironia sobre temas da universidade)

Dentro de nossas possibilidades de gerenciamento, apresentamos os dados nas seções seguintes, por plataforma.

3.3.1. Facebook

A [página da Unifesspa no Facebook](#) em 2022 atingiu 21.336 seguidores, um aumento nominal de 522 seguidores em relação a 2021, quando contabilizávamos 20.814. Em 2023, não houve ganho de seguidores, uma vez que houve um maior investimento na conta do Instagram. O Total de curtidas na Página em 2023 foi de 21 mil, em 2022 foi de 20.358, enquanto que em 2021, recebemos 20.028 curtidas.

Em relação à produção de conteúdo no Facebook no ano de 2022, apresentamos a síntese de dados na Tabela 1:

Tabela 1 – Dados da produção de conteúdo no Facebook da Unifesspa em 2023

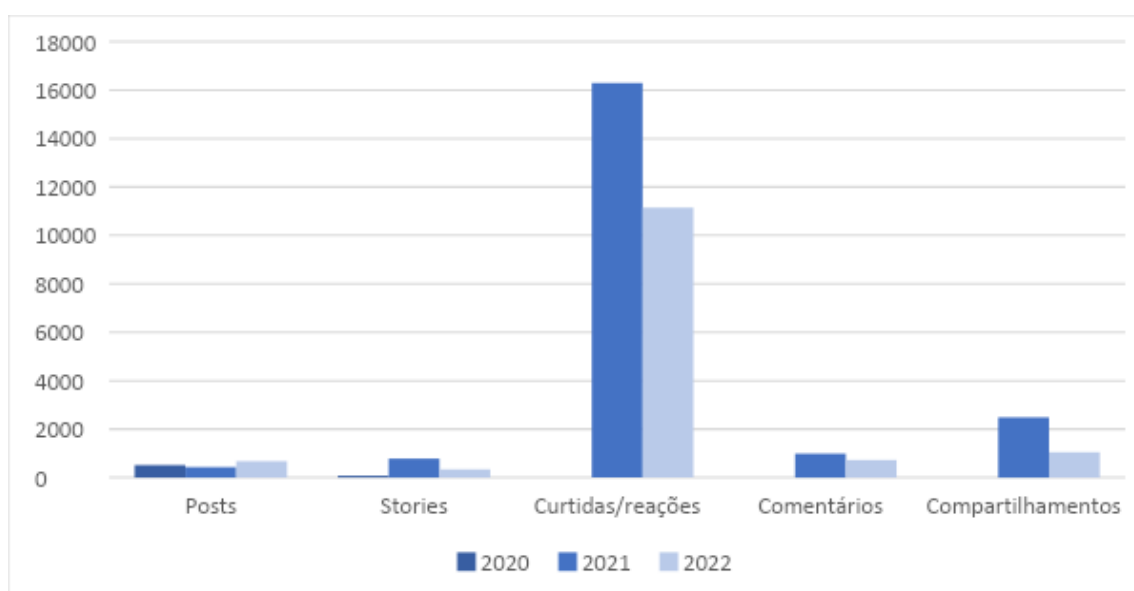
Facebook						
		Publicações	Alcance	Reações	Comentários	Compartilhamentos
1º Trimestre	Feed	118	138.005	2.176	196	162
	Stories	177				

2º Trimestre	Feed	82	75.227	1.322	97	98
	Stories	86				
3º Trimestre	Feed	57	55.431	934	30	77
	Stories	42				
4º Trimestre	Feed	79	66.344	937	35	119
	Stories	65	3.784			
TOTAL		706	338.791	5.369	358	456

Fonte: Facebook.

No Gráfico 1, a seguir, é possível acompanhar a evolução dos dados relativos não apenas aos posts e *stories* e seus compartilhamentos, como nos é solicitado contabilizar em nosso indicador do Planejamento Institucional, mas também outras variáveis.

Gráfico 1 - Evolução da produção de conteúdo no Facebook da Unifesspa de 2020 a 2022



Fonte: Ascom.

Embora os números nominais de 2022 possam ser considerados significativos do ponto de vista do quantitativo de produções e compartilhamentos no Facebook, o Gráfico 1 mostra uma progressiva diminuição desta plataforma pela Ascom. Essa redução da atenção ao Facebook acompanha a tendência geral de uso de redes sociais dos nossos públicos, que têm ocupado, principalmente, Instagram e TikTok.

A constatação dessa afirmação advém da observância dos dados de interação e engajamento no Facebook, substantivamente menores que no Instagram, por exemplo. Ao mesmo tempo, mantemos perfil na plataforma por considerar que nichos de nossa audiência ainda utilizam fortemente o Facebook, especialmente membros da comunidade acadêmica ligados a grupos rurais e territórios tradicionais e com faixa etária mais elevada.

Hoje, a linha editorial utilizada para os conteúdos do Facebook é parecida com a do Instagram, sendo feitas postagens nativas nesta plataforma, ou seja, criada em sua interface ou compartilhadas diretamente do Instagram, considerando a interligação entre as contas. São priorizadas, no entanto, as notícias.

3.3.2. Instagram

O [perfil da Unifesspa no Instagram](#) chegou, e ultrapassou, um marco importante no ano de 2022: a marca de mais de 20 mil seguidores orgânicos, isto é, sem utilizar de estratégias comerciais e financeiras para angariar novos seguidores.

Essa marca representa um ganho quantitativo, mas, principalmente, qualitativo, uma vez que a quantidade de seguidores demonstra o avanço da comunicação pública, por meio da entrega de conteúdo na plataforma do Instagram. Hoje, o perfil no Instagram é a mídia digital de linha de frente da comunicação institucional da Unifesspa.

Em 2023, o perfil do Instagram atingiu os 25 mil seguidores. Apresentando um crescimento de 4.500 seguidores. Em 2022, o perfil alcançou, precisamente, 20.500 seguidores, um aumento de 6.181, quase o dobro do que o aumento registrado de 2020 para 2021 (3.884 seguidores).

Tabela 2 – Dados da produção de conteúdo no Instagram da Unifesspa em 2023

Instagram						
		Publicações	Alcance	Reações	Comentários	Compartilhamentos
1º Trimestre	Feed	111	653.568	63.475	1.532	5.646
	Stories	759	1.298.569			
2º Trimestre	Feed	99	591.507	53.543	2.026	5.882
	Stories	548	883.792			
3º Trimestre	Feed	65	254.394	20.125	458	1.869
	Stories	465	614.553			
4º Trimestre	Feed	48	214.856	18.134	345	2.208
	Stories	308	408.189			
TOTAL		2.403	4.919.428	155.277	4.361	15.605

Fonte: elaboração própria. Ascom, 2023.

Pela Tabela 2, é possível observar a saliência dos dados de alcance de nossa conta institucional. Isso significa dizer que o total de usuários que alcançamos com nossas publicações, no feed e nos Stories, e nos compartilhamentos, chegou a 15.605 em 2023.

Esse dado revela um grande salto na comunicação institucional desenvolvida pela Ascom em termos de entrega de conteúdo a todos os nossos públicos diretos e aos demais setores sociais. A setorização do conteúdo em editorias, que potencializa o consumo de

informações institucionais pelas nossas audiências, contribui para o aumento considerável desses dados de alcance e engajamento.

Vale ressaltar que, mais do que “caçar likes”, engajamento de usuários significa ampliação das informações, da comunicação institucional da Unifesspa, para os setores sociais como um todo. Significa, portanto, um passo importante e fundamental no alcance de nossos objetivos, dos indicadores de desempenho, fazendo chegar aos públicos interessados, informações sobre gestão, ensino, pesquisa, extensão, assistência estudantil etc.

3.3.3. Twitter

O Twitter da Unifesspa tem, atualmente, 2.423 seguidores, 11 seguidores a mais do que em 2022, quando tinha 2.414 seguidores, 118 a mais que em 2022. Em 2023, foram feitos 212 posts, com 37.162 impressões, que é o número de usuários que visualizam os posts. O crescimento irrelevante, aponta para a necessidade de termos na ASCOM um profissional que possa cuidar das redes não só na criação dos posts como também na construção de uma estratégia. Os dados completos do ano podem ser conferidos na tabela 5.

Tabela 3 – Dados da produção de conteúdo no Twitter da Unifesspa em 2023

Twitter			
	Publicações	Impressões	Novos seguidores
1º Trimestre	60	13.030	67
2º Trimestre	47	10.693	26
3º Trimestre	47	7.857	21
4º Trimestre	58	5.582	4
TOTAL	212	37.162	118

Fonte: elaboração própria. Ascom, 2023.

O caso do Twitter ainda é desafiador para a Ascom Unifesspa. Uma vez que não dispomos de um profissional social media, o trabalho no Twitter está atualmente restrito a repostagens de conteúdos pensados para o Instagram. Isso se deve à natureza dinâmica da rede, que requer, praticamente, atenção exclusiva do administrador. Aqui, o uso do perfil é considerado tímido em relação ao seu potencial para a comunicação pública.

3.3.4. Youtube

Em 2022, o canal do YouTube da Unifesspa registrou a marca de 5.470 inscritos, número considerado elevado para um canal que se pretende como um repositório de conteúdos audiovisuais.

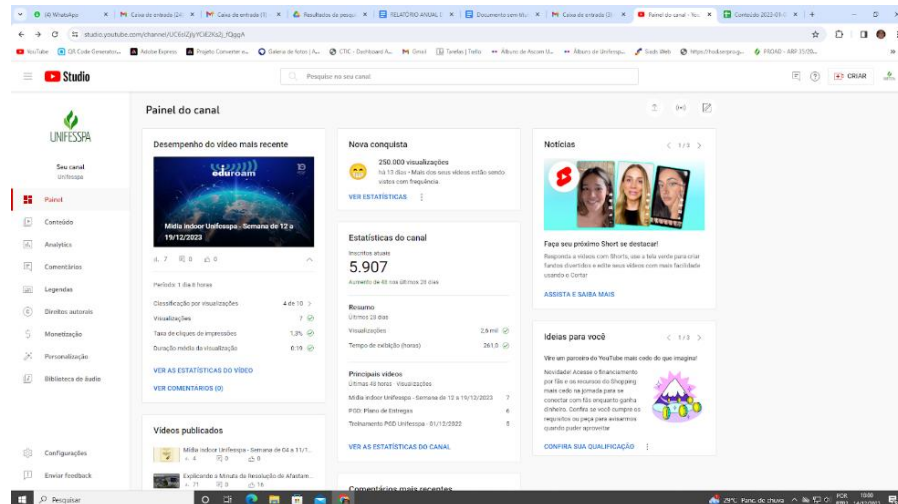
Tabela 4 – Dados do Canal da Unifesspa no YouTube em 2023

	2021	2022	2023
Novos inscritos	1.422	747	440
Compartilhamentos	1.785	1.494	785
"gostei" vs "não gostei"	98,90%	99,10%	99,4%
Visualizações	60.855	40.735	28.693
Duração média da visualização (min)	09:37	08:32	06:38
Tempo de exibição (horas)	9.761,20	5.799,80	3.178,9
Impressões	694.365	521.302	435.666
Taxa de cliques de impressões (%)	4,10%	3,9%	3,1%

Fonte: elaboração própria. Ascom, 2023.

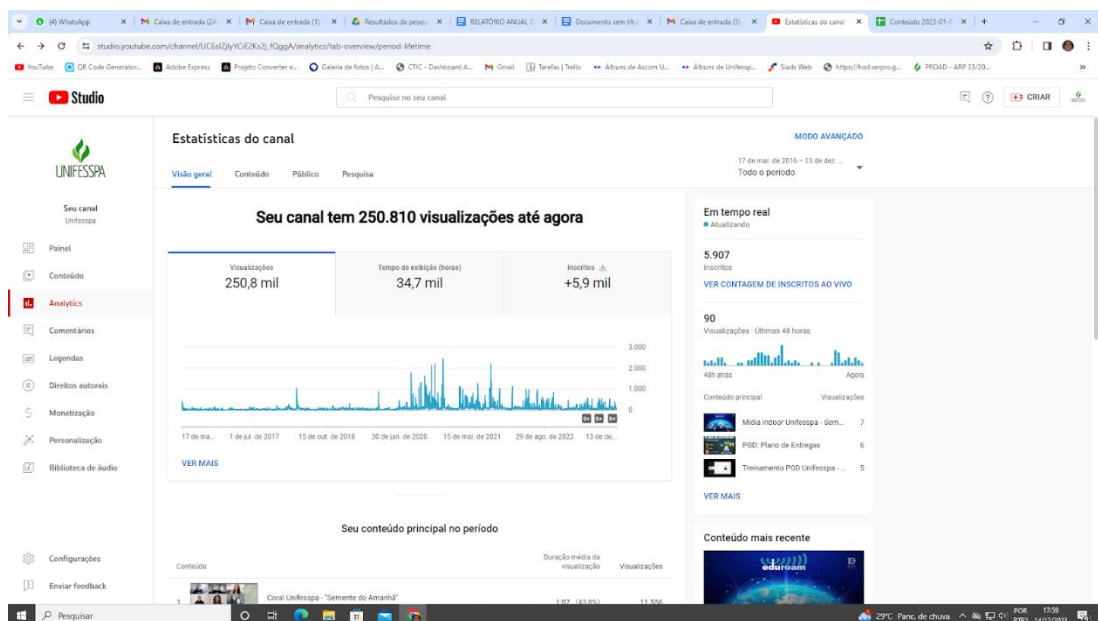
Outros dados estatísticos:

Em 01 de dezembro de 2023, o canal oficial da Unifesspa no YouTube atingiu a marca de 250.000 visualizações desde sua criação:

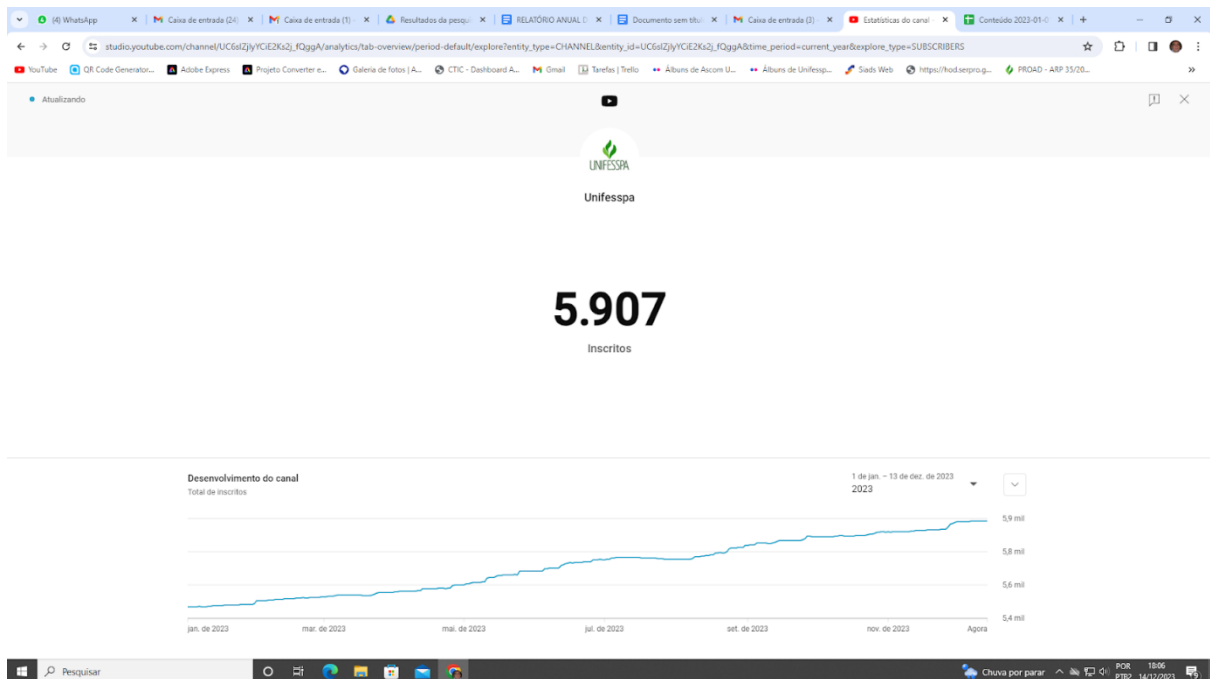


Fonte: YouTube Studio, em 14/12/2023

Atualmente, o canal soma 250.800 visualizações aproximadamente, até 14/12/2023.



Número de inscritos no canal na atualidade: 5.907.



Foram realizadas 58 transmissões ao vivo pelo canal oficial da Unifesspa no YouTube, em 2023.

Mídia Indoor

- 37 Mídia Indoor produzidos de 01 de janeiro até 14 de dezembro de 2023.
- Produção semanal.

O Mídia Indoor é uma mídia que, cada vez mais, vem ganhando a atenção da ASCOM. Com atualizações semanais e, através das televisões instaladas nos campi, é criado uma espécie de Boletim Semanal divulgando o que vai acontecer na Unifesspa,

Transmissões de eventos

Em 2023, foram feitas 58 transmissões ao vivo pelo Canal do Youtube. De forma geral, em relação a 2021, os números de alcance e impacto sobre a audiência no Youtube caíram substantivamente. Nossa hipótese é a de que a retomada das atividades presenciais, com o arrefecimento da pandemia da COVID-19 e, portanto, provocou uma menor conexão dos nossos usuários ao canal.

Esse número se contrapõe, no entanto, ao investimento feito em eventos híbridos, que demandaram forte atuação da Ascom na montagem, treinamento de equipes e execução de transmissões.

Destacamos, nesse sentido, a necessidade de reavaliação institucional da estratégia de eventos híbridos diante da incipiente estrutura da universidade, que, embora tenha

adquirido equipamentos de videoconferência, não dispõe de profissionais para a execução das funções relativas às transmissões nem à manutenção dos materiais.

3.3.5. Telegram

O lançamento do canal oficial da Unifesspa no telegram 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, se mantendo com o mesmo número de inscritos de 2022. O conteúdo veiculado pelo canal tenha caído em 2022 em 2023, não tenha sido trabalhado, pretendemos elaborar planejamento para otimizar a utilização do canal em 2024.

3.3.6. Podcast

Em 2021, foi lançado 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. No ano de 2022, no entanto, não houve espaço para maior desenvolvimento do produto. Embora tenha sido planejado para 2023, a consolidação das estratégias e dos procedimentos para otimizar o produto e avaliar seu potencial de expansão, isto não ocorreu. Planejamos em 2024, retomar o projeto para consolidá-lo como mais um meio de comunicação da Unifesspa com seus públicos de interesse.

3.3.7. Whatsapp

De forma semelhante ao Telegram, o Whatsapp, como aplicativo de mensagem instantânea, propicia uma forma de comunicação imediata. Ainda em 2021, observamos que o Whatsapp converteu-se em uma das principais vias de acesso a informações, mas, em 2023, não foi trabalhado de uma forma mais ampla. A intenção para 2024, é ampliar o contato entre a Unifesspa e os seus públicos, através do Whatsapp. Objetivamos enviar, além do Boletim de Notícias, atualmente, enviado por email em duas versões: em áudio (produzido pelos alunos de jornalismo) e enviar através de links, tornando as informações mais acessíveis a toda Comunidade Acadêmica.

3.3.8. Boletim Semanal

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 3 – Arte do boletim de Notícias



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 2024. Como já dito acima, a ideia é produzir uma versão do Boletim em áudio para circular nos whatsapp, assim como também enviar sua versão com os links. Como atualmente, é enviado por email, acreditamos que, se for enviado, em áudio e uma versão pocket, via whatsapp, poderá chegar a mais pessoas da Comunidade Acadêmica.

Boletins enviados por e-mail	
	Lista "todos"
1º Trimestre	13
2º Trimestre	12
3º Trimestre	13
4º Trimestre	9
TOTAL	47

- a) 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 Xinguaçu.

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

3.3.9. Emails enviados à Comunidade Acadêmica:

E-mails enviados à comunidade acadêmica				
	Lista "todos"	Lista "docentes"	Lista "técnicos"	Lista "alunos"
1º Trimestre	51	3	2	2
2º Trimestre	56	2	1	4
3º Trimestre	42	8	7	1
4º Trimestre	12	4	1	0
TOTAL	196			

3.4. Outros serviços relevantes

Também devem ser considerados dados para avaliação da produção dos trabalhos realizados na gestão da Ata de Serviços Gráficos junto à Pró-reitoria de Administração (Proad) da Unifesspa.

Na ARP 051/2021 e na 062/2021 [Pregão 15/2021] - Contratação de serviços gráficos, foram emitidas 62 ordens de serviços; encaminhados 13 processos de solicitação de empenho; instruídos 25 processos de solicitação de pagamento (13 processos – SRP 15/2021 e 12 processos SRP 18/2020); e enviados 250 e-mails a fornecedores e setores requisitantes.

Uma dificuldade que frequente 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.

Como uma forma de dirimir essa dificuldade, foi oferecido um minicurso para toda a comunidade da Unifesspa sobre o uso da marca e noções básicas de design gráfico. No entanto, poucos servidores, participaram da formação. O que demandará uma nova forma de abordagem junto aos setores.

No fim do ano, devido ao acúmulo de atividades na Ascom e ao tempo de

gerenciamento da ata, a gestão da unidade solicitou ao Gabinete da Reitoria, com o apoio da Proad, a reconfiguração da administração dos serviços gráficos na universidade. Dessa forma, já em 2023, a gestão administrativa da ata passará ao setor de Protocolo, ficando a Ascom com a fiscalização técnica dos materiais (aplicação da marca, parâmetros etc.).

3.4.1. Ata de áudio, vídeo e foto

Desde 22 de outubro de 2021, por meio da portaria 1302/2021, estão designados como gestores da Ata de Áudio, Vídeo e Foto da Unifesspa 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".

A Ascom faz a gestão da ata de aquisições de material de áudio, vídeo e foto. Esta gestão consiste em dar suporte técnico à Divisão de Almoxarifado e Patrimônio (DIALP) da Proad, conferindo os materiais que são adquiridos pela Unifesspa no momento em que eles chegam à instituição, atestar o recebimento em processo caso esteja tudo ok, aprovar ou não a adesão de outras instituições à ata da Unifesspa, tratar com a empresa fornecedora sobre problemas relacionados aos itens adquiridos, substituições de itens defeituosos, ou quaisquer outros problemas de fornecimento que possam surgir durante a vigência da ata.

As atas têm vigência (duração) de 1 ano, contados a partir do ato de sua assinatura. Como a vigência da ata de 2022 foi até o mês de outubro, no final de setembro de 2023 foi iniciada a vigência da ata de registro de preços de 2023.

CONTROLE DE GESTÃO DE ATAS DE REGISTRO DE PREÇOS 64 A 79/2022 (Gestão: ASCOM)									
Nº DO PROCESSO	ARP	DESCRIÇÃO DA DEMANDA / OCORRÊNCIA	EMPRESA	ITEM	DESCRIÇÃO	SALDO P/ ADESAO	QTD. SOLICITADA	SITUAÇÃO	DATA
		Atesto de N.F. (suplente) Charles Pittor			Televisores			Atestado feito	jan/2023
		Atesto de N.F. (suplente) Charles Pittor			Triplês			Atestado feito	jan/2023
		Atesto de N.F.	Cleber Nascimento da Rosa		Mc Shure MV7			Atestado feito	02/02/2023
23479.001377/2023-60		Atesto de N.F.	Anderson		Amp. de áudio Behringer			Atestado feito	02/02/2023
23479.001394/2023-05		Atesto de N.F.	Espectro Digital		Triplê MK 250 Multitrack			Atestado feito	02/02/2023
23479.001400/2023-16		Atesto de N.F.	CLEBER NASCIMENTO DA ROSA		Triplê para Teleprompter			Atestado feito	17/02/2023
23479.002471/2023-36		Solicitação de Adesão às Atas - FUNDO ESTADUAL DE INÍMPER TECNOLOGIAS COMERCIO L	118		Tela de projeção	8	1	aprovada	28/02/2023
23479.002676/2023-11		Conferência e atesto de material	VINICIUS CHAVES DOS SANTOS		Aparelho de som/ Mic. Lapela			Atestado feito	04/03/2023
23479.003607/2023-25	64/2022	Conferência e atesto de material			Iluminação 4k			Atestado feito	12/03/2023
23479.004019/2023-17	70/2022	Solicitação de Adesão à ARP - GRUPO DE ARTILHARIA ISALTEC			Microfones com fio		8	2 aprovada	22/03/2023
23479.005426/2023-96	72/2022	Atesto de N.F.	Gabriela São Bernardo		Projektor Multimídia			Atestado feito	19/04/2023
		Adesão à ARP	WM Solutions		Fone de Ouvido			aprovada	23/06/2023
			MASH REPRESENTANTES COMERCIAIS E AGENTES DO COMERCIO DE MERCADORIAS ERELI						
23479.013054/2023-19	68/2022	Atesto de Nota Fiscal			Gravador de voz			Atestado feito	18/07/2023
23479.015460/2023-16	65/2022	Atesto de Nota Fiscal			Televisor			Atestado feito	31/07/2023
23479.016058/2023-59		Atesto de Nota Fiscal	NOTA DE EMPENHO 2023NE000308		Caixa de som amplificada			Atestado feito	31/07/2023
23479.016055/2023-51		Atesto de Nota Fiscal			Projektor Multimídia			Atestado feito	10/08/2023
23479.016822/2023-96		Solicitação de adesão à ARP - BASE ADMINISTRATIVA VINICIUS CHAVES DOS SANTOS		30	Microfone de lapela			aprovada	29/08/2023
23479.017277/2023-55	64/2022	Solicitação de substituição de item televisor	Candango Atacarejo					SUGST. INFOR	08/11/2023
	74/2022	substituição de item 05 - caixa de som	ISALTEC		8 caixa de som acústica amplificada			Substituição aprovada	21/11/2023
	35/2023	Solicitação de substituição de item televisor	Candango Atacarejo					SUBST. INFOR	08/11/2023
E-mail	74/2022	Atesto de Nota Fiscal			Triplês			Atestado feito	11/12/2023
23479.023961/2023-76		Solicitação de adesão à ARP	TRC Comércio e Serviços Ltda	25	Filmadora 4K UHD Camcorder	6	1	Aprovada	29/11/2023
23479.023242/2023-55	40/2023	Substituição do item 05 - Projektor (NEGADA)	B3M Data	5	Projektor Multimídia			Negada	01/12/2023
E-mail	58/2023	Solicitação de adesão à ARP	R. JUAREZ DE ALMEIDA	2			1	Aprovada	01/12/2023
23479.023349/2023-32	38/2023	Solicitação de adesão à ARP	HS-CPO TECNOLOGIA LTDA	12	Gravador de áudio	36	17	Aprovada	01/12/2023
23479.023346/2023-60	46/2023	Atesto de Notas Fiscais			Smart TV Led 50 pol			Atestado feito	12/12/2023
23479.023933/2023-59		Atesto de Notas Fiscais	Aliva Licitações		TV LED 75 pol TCL			Atestado feito	12/12/2023
23479.024136/2023-99		Solicitação de adesão à ARP	B3M Data	5	Projektor Multimídia	203	30	Aprovada	12/12/2023
23479.024203/2023-75									

Atendimentos da Ata de Áudio, Vídeo e Foto em 2023.

3.4.2. Cobertura fotográfica e audiovisual:

Durante o ano foram realizadas diversas coberturas fotográficas pela equipe da Ascom, listadas na tabela abaixo, todas localizadas no HD compartilhado da Ascom (exceto as coberturas feitas pela empresa prestadora de serviços de comunicação):

	Pauta	Data
01	Posse novo auditor Audin	10/01/2023
02	Formatura IEDAR	08/02/2023
03	Reunião Reitoria Fecampo	08/02/2023
04	Lançamento do livro sobre Racismo Linguístico	16/02/2023

05	Projeto Arte na Escola - FAV	02/03/2023
06	Evento Agronomia	03/03/2023
07	Dia da Mulher	08/03/2023
08	Visita estudantes - Unifesspa de Portas Abertas	09/03/2023
09	Bazar Marabichos	10/03/2023
10	Ciclo de Palestras da Proad	21/03/2023
11	Fórum Paequi e Paind	27/03/2023
12	Univesspa de Portas Abertas	12/04/2023
13	Entrega simbólica dos carros da Unifesspa	04/04/2023
14	Servidores terceirizados - Fotos	26/04/2023
15	Calourada IESB	02/05/2023
16	Recepção de calouros estrangeiros	05/05/2023
17	Dia das mães DSQV	11/05/2023
18	Encerramento Calourada 2023	12/05/2023
19	Apresentação dos dados do PGD	01/06/2023
20	Aniversário Unifesspa - Fotos Ascom	05/06/2023
21	Visita institutos fora de sede para aniversário	05/06/2023
22	Feria dos povos do campo - Unifesspa	07/06/2023
23	Ações de saúde - Unifesspa 10 anos	16/06/2023
24	Entrega de brindes - prédio administrativo	16/06/2023
25	Evento Sinfra Terceirizados	16/06/2023
26	Reunião gabinete - Convênio indígenas	20/06/2023
27	Posse diretores ICE	21/06/2023
28	Sessão solene - Câmara dos Deputados - Brasília	26/06/2023
29	10 anos Unifesspa - São Félix do Xingu	29/06/2023

30	Seminário Fecampo	03/07/2023
31	Colação de grau - IGE	10/07/2023
32	Reunião integridade Seplan Gabinete	14/08/2023
33	Ação de segurança no trabalho - DSQV	27/07/2023
34	Ação das carteirinhas Interpass	30/07/2023
35	Exposição dinossauros - Bloco Central	07/08/2023
36	Protesto indígenas e quilombolas	09/08/2023
37	Dia dos pais - café da manhã	11/08/2023
38	Evento AUDIN TCU	24/08/2023
39	Evento AUDIN TCU 2º dia	25/08/2023
40	Evento linguística Xikrin	25/08/2023
41	Unifesspa de Portas Abertas	25/08/2023
42	Inauguração prédio Multiuso	31/08/2023
43	Unifesspa de Portas Abertas	01/09/2023
44	Fórum de Graduação	05/09/2023
45	Encontro de internacionalização	19/09/2023
46	Enc. Internacionalização - Manhã	12/09/2023
47	Enc. Internacionalização - Tarde	12/09/2023
48	Enc. Internacionalização - Manhã Palestra	13/09/2023
49	Reunião Gabinete Reitoria - PEPETI	13/09/2023
50	Unifesspa de Portas Abertas	21/09/2023
51	Inauguração do prédio de convivência - Xinguara	22/09/2023
52	Abertura VI Enc. Saúde Mental	26/09/2023
53	Xadrez no Campus	26/09/2023
54	Yoga no Campus	27/09/2023

55	Campeonato de Xadrez	28/09/2023
56	Lançamento do livro - Luta, Labuta e Luto	29/09/2023
57	Reunião Relatório Ascom Seplan Audin	02/10/2023
58	Feira das Profissões	06/10/2023
59	Formatura IESB	10/10/2023
60	Visita Canaã dos Carajás	18/10/2023
61	Censo Unifesspa	20/10/2023
62	Vivência - Unidade 3	20/10/2023
63	Abertura JEPE	23/10/2023
64	Fala Unifesspa ICE	24/10/2023
65	Encerramento JEPE	27/10/2023
66	Lançamento cartilha saúde da mulher	27/10/2023
67	Simpósio de Química	14/11/2023
68	Visita estudantes ASCOM	09/11/2023
69	Formatura ILLA	10/11/2023
70	Seminário Agricultura Familiar	14/11/2023
71	Posse novos servidores	17/11/2023
72	Reunião Nuade - Reitoria	17/11/2023
73	Defesa TCC - Aluno cego ILLA	24/11/2023
74	Seminário Diversidades Amazônicas	27/11/2023
75	Inauguração Centro Vivência - Santana do Araguaia	01/12/2023
76	Defesa de memorial - Profa Hildete	08/12/2023
77	Exposição Invertebrados - Bloco Central	11/12/2023
78	Troca de sementes - Feira dos Povos do Campo	13/12/2023

Fonte: elaboração própria. Ascom, 2023.

3.4.3. Identidade Visual e hotsite Calourada 2023

Marca da Calourada

Um dos eventos mais importantes da Unifesspa certamente é a semana de acolhimento dos calouros, a Calourada. Neste evento, a Ascom participa não somente das ações práticas específicas da comunicação, como também da organização como um todo, por meio da Comissão Organizadora, desde a elaboração do tema, a definição da programação, a mobilização de recursos humanos e financeiros etc.

Especificamente, cabe à Ascom a elaboração da identidade visual (marca) do evento e das ações de cobertura, divulgação e transmissão. Em 2023, optou-se por uma maior autonomia dos campi, principalmente os fora de sede. Cada um dos campi, produziu o Acolhimento aos alunos. Entretanto, houve uma programação unificada entre todos os campi, transmitidos ao vivo pelo nosso canal no YouTube, com a participação do Reitor e da administração superior.

No que diz respeito a marca, este ano, por conta dos 10 anos da Unifesspa, não houve uma marca específica da Calourada, principalmente, porque não dispomos de designer gráfico ou agência de propaganda para desenvolver a marca. Por este motivo, a a Ascom apenas nas artes de divulgação:

Figura 5 – Marca da Calourada Unifesspa 2023



A o kit calouro (camisa, caderno, canetas e *squeezers*), foi criado usando a logomarca dos 10 anos. A camiseta teve uma proposta como se fosse um verbete de dicionário.

Hotsite Calourada 2023

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 6 – Layout do Hotsite da Calourada 2023



AGENDA



ONDE ESTAMOS



DATA



GUIA DO
CALOURO



FEED



ASSISTÊNCIA
ESTUDANTIL



POR DENTRO
DA UNIFESSPA



NOTÍCIAS

A Ascom também coordenou a subcomissão de divulgação da Calourada 2023, ficando responsável pela condução dos trabalhos junto a servidores da unidade e de outras unidades envolvidas na organização do evento, desde a elaboração da marca até a avaliação do evento junto a administração superior.

3.4.4. Plataforma de Transmissões

Mesmo com o orçamento recolhido, devido aos bloqueios e contingenciamentos, 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.

Além do processo de compra da licença, a Ascom foi demandada, pelos diferentes setores da universidade, para participar da montagem, treinamento e operacionalização de transmissões ao vivo. Esta se configurou como uma nova demanda de atendimento da equipe, necessitando, sobretudo, do trabalho do Departamento de Criação Publicitária e da gestão o atendimento a essas solicitações.

4. RISCOS PARA A INTEGRIDADE INSTITUCIONAL

4.1. Monitoramento dos riscos para a integridade

Conflito de Interesses: Nível baixo (1)

Pressão interna ou externa: nível leve (3)

Ausência de transparência: nível baixo

(1)

Utilização de Recursos Públicos em favor de interesses privados: nível baixo (1)

4.2. Registro de Incidentes

Em 2023, a Ascom não registrou incidentes relativas à integridade Institucional na Unidade.

4.3. Campanhas de Integridade

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

No entanto, as campanhas de integridade são direcionadas, prioritariamente, ao público interno da Unifesspa. A divulgação dos conteúdos ocorre, de forma ordinária, sempre que a Unidade é solicitada, via e-mails institucionais e, eventualmente, nos *stories* de nossas mídias digitais.

A depender do tema, o conteúdo também vira notícia no portal Unifesspa, como na notícia [Assédio Moral e Sexual - Entenda a diferença e saiba como combater e denunciar](#), feita em 2022.

5. RESULTADOS E DESEMPENHO

Os resultados e desempenho da Unidade estão restritos, nesta seção, aos conteúdos que fazem referência direta aos indicadores estratégicos (78 e 79 do PDI). Assim, são apresentados, objetivamente, nas seções a seguir, dados referentes a inserções na mídia e produção no portal e em redes sociais referentes ao ano de 2023.

Em 2022, os indicadores passaram a ser monitorados a cada trimestre, conforme é possível acompanhar nas respectivas planilhas de [Monitoramento Trimestral dos Indicadores](#).

5.1. Monitoramento de Mídia – Clipping

No primeiro trimestre de 2023 foram publicadas 340 matérias sobre a Universidade Federal do Sul e Sudeste do Pará (Unifesspa), sendo destas 331 consideradas positivas, 2. O total de notícias publicadas no último semestre (outubro, novembro e dezembro) de 2023 foram 199. Destas 186 foram positivas, 05 negativas e 08 neutras. No acúmulo com os bimestres anteriores foram contabilizadas 1138 notícias. Sendo 1114 positivas ou neutras. O total de notícias negativas foram 24. Em porcentagem a contabilização das publicações de notícias sobre a Unifesspa na imprensa, ao longo do ano de 2023, fica distribuída da seguinte forma:

- Positivas e neutras = 97,8%
- Negativas = 2,2%

Os dados apresentados acima demonstram dois prontos principais: a consolidação do relacionamento com a imprensa regional e, por outro lado, a dificuldade da Ascom Unifesspa de emplacar conteúdos na mídia nacional e internacional.

Esse desafio reside, principalmente, nas desigualdades de acesso aos centros de produção de notícia, notadamente, os eixos do Sul e Sudeste do país. A distância a ser percorrida pela Ascom da Unifesspa até chegar a uma redação nacional é muito maior do que a que instituições já localizadas nesses eixos seja pela proximidade geográfica em si, seja pela rede de contatos previamente estabelecida.

A presença da Unifesspa na mídia regional reproduz, assim, de certa forma, as desigualdades regionais em termos socioeconômicos, de presença de veículos e profissionais de comunicação, entre outros.

No ano de 2023, foram contabilizados cerca de 300 atendimentos à imprensa por meio de e-mail e Whatsapp. Vale destacar que este número representa apenas uma parcela de atendimentos – os formalizados – uma vez que, existem casos de atendimentos que são feitos por ligações telefônicas. Estes não estão contabilizados aqui. Assim, do quantitativo de atendimentos contabilizados, houve um aumento em relação ao ano anterior.

Se em 2022, a Assessoria de Comunicação da Unifesspa conseguiu demonstrar que emplacou 1.876 inserções na mídia local, regional e nacional, um aumento de cerca de 50% na comparação com o ano de 2021. Em 2023, esse mapeamento não foi possível por conta do fim do contrato da empresa de monitoramento, em novembro de 2023. O clipping – monitoramento de notícias na mídia – foi feito de manual pela equipe do Departamento de Imprensa e Informação, com o apoio de uma das estagiárias administrativas.

No que diz respeito ao Indicador “Índice de publicação positiva na mídia”, que soma os índices de positivas e neutras, chegamos a 97,8 de positivas ou “neutras” e de negativas 2,2%. O que demonstra que houve uma queda de 1.2% de matérias positivas ou neutras e o aumento de 1.2% da matérias negativas, em relação a 2022. Entretanto, não é possível, sem a empresa de monitoramento, afirmar que os dados são precisos. Cabe também salientar, que ainda que tenha havido um movimento de queda nestes dados, os índices positivos ou neutros são considerados bastante bons e os negativos, não muito impactantes. Ainda são os efeitos dos cortes de verba das universidades públicas e da campanha de descredibilização da ciência e do ensino superior, que impactam diretamente na imagem das IES.

Em relação à inserção da Unifesspa na mídia, decidimos manter a seguir os dados já apontados nos gráficos em 2022, porque, além de não termos os dados da plataforma de clipping, a nossa inserção e alcance se mantém consolidado na mídia local e regional. No cenário nacional, no entanto, ainda é tímida a presença da instituição na cobertura midiática. Acreditamos que é necessário um esforço dos professores pesquisadores e de

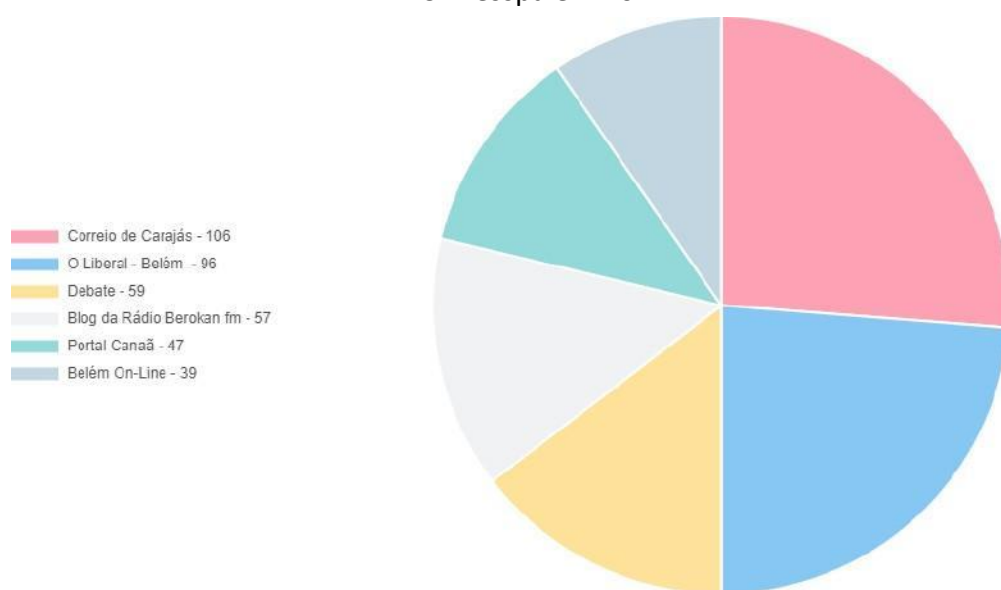
maneira geral, além das Pró-reitorias de Extensão, de Pesquisa e dos Institutos para que projetos de pesquisa e extensão possam chegar à ASCOM e com isso possamos ter mais argumentos para acessar à imprensa nacional e estrangeira.

Vale ressaltar, que os dados apresentados aqui dizem respeito somente a conteúdos publicados na internet, não levando em consideração, portanto, materiais televisivos e conteúdos de rádio ou podcasts.

No entanto, pelos atendimentos realizados pelo Departamento de Imprensa e Informação, é possível afirmar que a abrangência regional da cobertura da mídia digital é representativa do geral.

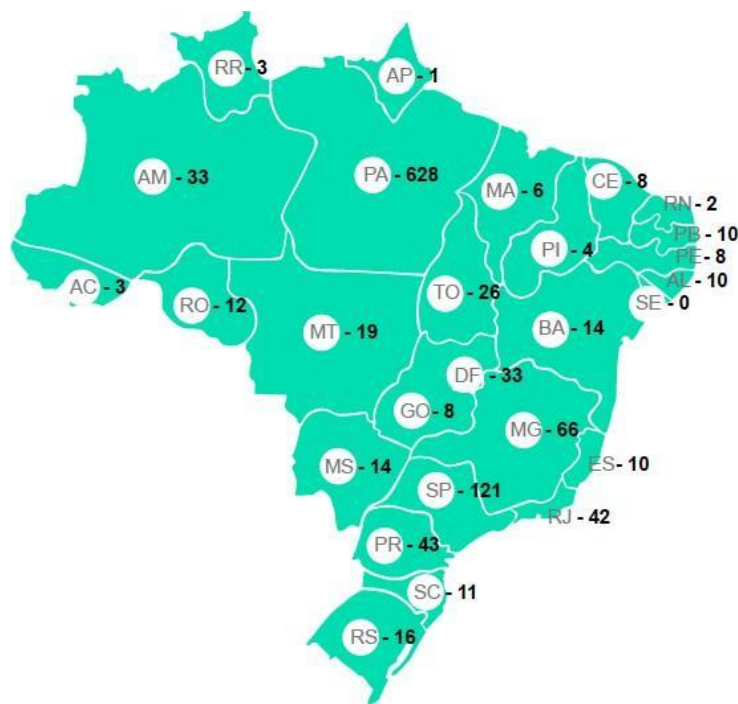
É possível conferir os veículos de imprensa que mais publicaram notícias sobre a Unifesspa em 2022 no gráfico abaixo. Este ano(2023), não foi possível porque o contrato com a empresa que faz o monitoramento, não estava vigente no mês de dezembro. No entanto, estes portais são aqueles onde, frequentemente, a Unifesspa é notícia:

Gráfico 2 – Veículos de comunicação que mais publicaram notícias sobre a Unifesspa em 2022



Fonte: Comunique-se, 2022.

Gráfico 3 – Quantidade de notícias publicadas sobre a Unifesspa por localização no Brasil



Fonte: Comunique-se, 2022.

Os dados apresentados nos gráficos acima demonstram os dados de 2022 e apontam dois pontos principais: a consolidação do relacionamento com a imprensa regional e, por outro lado, a dificuldade da Ascom Unifesspa de emplacar conteúdos na mídia nacional e internacional. O fato de não termos novos gráficos produzidos pela Comunique-se é porque o contrato com a mesma encerrou em novembro de 2023.

No entanto, acreditamos que os desafios se mantêm e residem, principalmente, nas desigualdades de acesso aos centros de produção de notícia, notadamente, os eixos do Sul e Sudeste do país. A distância a ser percorrida pela Ascom da Unifesspa até chegar a uma redação nacional é muito maior do que a que instituições já localizadas nesses eixos seja pela proximidade geográfica em si, seja pela rede de contatos previamente estabelecida.

A presença da Unifesspa na mídia regional reproduz, assim, de certa forma, as desigualdades regionais em termos socioeconômicos, de presença de veículos e profissionais de comunicação, entre outros.

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”, contabilizamos 142.876 publicações em 2023, um aumento importante em relação à 2022, que foi de 38.438, como é possível observar na Tabela 5.

Tabela 5 – Publicação em portal e redes sociais em 2023

Matérias site	466
Acessos ao site	123.028
Facebook compartilhamento	456
Facebook Post	706
Instagram Post	2.403
Instagram compartilhamento	15.605
Twitter	2012
Total	142.876

Fonte: elaboração própria. Ascom, 2023.

5.3. APRESENTAÇÃO DOS INDICADORES DE DESEMPENHO 2023

No quadro a seguir é possível conferir a mensuração de nossos objetivos estratégicos de forma sintética.

Quadro 8 – Objetivos estratégicos relacionados aos indicadores da Ascom em 2023

Objetivos estratégicos	Indicador	Metodologia de apuração / Fórmula de apuração	Metas 2023	Resultado 2023
				O índice de publicação positiva na mídia foi de 97.8%

Dinamizar a comunicação interna e externa das atividades e conquistas acadêmicas e administrativas.	Índice de publicação positiva na mídia digital (sites e blogs)	<u>n.º notícias positivas e neutras X 100</u> <u>Total de notícias veiculadas</u>	Alcançar índice ≥ 90% Índice alcançado	O total foi de 1.138 matérias sobre a Unifesspa na mídia, sendo 1114 positivas ou neutras e 24 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).	Incrementar em 5% o número de publicações / inserções veiculadas na homepage e em redes sociais em 2021 Índice alcançado	2022: 123.028 publicações, um aumento de 70% em relação a 2021.

Fonte: elaboração própria. Ascom, 2023.

Em síntese, temos:

- O elevado percentual de aumento de publicações em relação a 2022 deve-se principalmente, a novas ferramentas de armazenamento de dados nas próprias plataformas, nos que permitem contabilizar, por exemplo, os Stories publicados, tanto no Facebook, quanto no Instagram.

- No acumulado do ano, o aumento considerável do quantitativo de produções deveu-se à possibilidade de registros de elementos não contabilizados no ano passado, como os stories do Instagram. Ao mesmo tempo, deve-se à setorização da equipe interna da Ascom, com servidores e estagiários/bolsistas destinados especificamente para as redes sociais e para a produção de notícias.

5.4. Série Histórica

A seguir, demostramos os resultados obtidos no interstício de 2017 a 2023:

Objetivos Estratégicos	Indicador	SÉRIE HISTÓRICA						
		2017	2018	2019	2020	2021	2022	
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%	99%	97.8%
	Homepage e redes sociais atualizadas - número de publicações/inserções	3.795	6.555	4.169	3.727	4.832	38.438	38.334

6. PRINCIPAIS DESAFIOS E AÇÕES FUTURAS

A despeito do cumprimento ou não das metas elencadas e da manutenção positiva dos nossos indicadores, o baixo quantitativo de profissionais da comunicação e de apoio administrativo, bem como a incipiência de recursos financeiros para o desenvolvimento de ações de comunicação institucional residem, historicamente, como os principais entraves de funcionamento da unidade.

Tais dificuldade buscaram ser superadas em 2022 com a cooperação interna da equipe, melhor organização interna dos fluxos e processos, redistribuição de atribuições, consolidação de parcerias interinstitucionais. Entretanto, em 2023, perdemos um técnico, em 2024, um outro será redistribuído. Os estagiários nos atendem como podem, mas, precisamos de equipe formada de profissionais das áreas de design e mídias sociais, além de rádio e Tv.

A complexificação das demandas (ver o exemplo das plataformas de mídias digitais) e o incremento de novas atividades ao setor (ver o caso das transmissões online) requerem melhor estruturação da Ascom para o devido cumprimento institucional das suas atribuições. Nesse sentido, novas capacitações específicas e modernas na área serão fundamentais para a superação desta dificuldade.

Para 2024, teremos como princípio norteador a inovação dentro de nossos produtos de comunicação institucional – portal Unifesspa, colunas no jornal Correio de Carajás e O Liberal Marabá, perfis no Facebook, Instagram e Twitter, canal no YouTube. Buscaremos aperfeiçoar nossos materiais, atualizando a linguagem, escrita, visual e audiovisual, com foco na comunicação pública da ciência, na transparência e no conteúdo comprometido com os princípios da democracia, da ética, da diversidade e da inclusão.

Para isso, apostamos na parceria com os setores internos da Unifesspa, com a participação da comunidade acadêmica e com os veículos de comunicação regionais, considerando sempre o crescimento da equipe da ASCOM, incluindo profissionais de design e social media.

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. Em suma, o índice de publicação positiva na mídia foi de 97.8%. O total foi de 1.138 matérias sobre a Unifesspa na mídia, sendo 1114 positivas ou neutras e 24 negativas. Sobre o total das publicações / inserções divulgadas pela Assessoria de Comunicação Institucional em 2023, chegamos a 123.028 publicações, um aumento de 80% em relação a 2022.

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. Por este motivo, a Ascom propôs, para 2023, a revisão de um de nossos indicadores (total de publicações - ID 78), que passará a contabilizar, também, ações de parcerias, comunicação interna, campanhas e outras iniciativas. O objetivo é deixar explícito e contabilizar ações atualmente não inseridas no indicador, que privilegia atualmente as estratégias de comunicação/divulgação externa.

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 consolidação da rotina de produção no retorno das atividades presenciais, ao aperfeiçoamentos dos processos e fluxos internos da equipe; à adoção de parcerias sem ônus – como as campanhas de divulgação do SiSU e a coluna com o jornal O Liberal; ao aperfeiçoamento do monitoramento dos indicadores, realizado agora trimestralmente; à disponibilização de ferramentas de registro de dados nas plataformas de mídias digitais e à contratação do serviço informatizado de clipping.

Acreditamos, nesse sentido, que mais investimentos (de pessoal e financeiro) na Ascom tendem não apenas a incrementar quantitativamente os indicadores da comunicação institucional, mas devem alargar nossa atuação para um quadro de maior eficiência e excelência da comunicação pública prestada pela Unifesspa.

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.

