



Ministério da Educação
Universidade Federal da Integração Latino-Americana
Secretaria de Comunicação Social

RELATÓRIO DE GESTÃO – EXERCÍCIO 2018

Janeiro/2019
Foz do Iguaçu/PR



Ministério da Educação
Universidade Federal da Integração Latino-Americana
Secretaria de Comunicação Social

RELATÓRIO DE GESTÃO – EXERCÍCIO 2018

Relatório de Gestão do exercício de 2018, sobre as principais atividades desenvolvidas e os resultados alcançados.

Janeiro/2019
Foz do Iguaçu/PR



Ministério da Educação
Universidade Federal da Integração Latino-Americana
Secretaria de Comunicação Social

SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

Ramon Fernandes Lourenço
Secretário

Marco Polo Gomes de Azevedo
Chefe do Departamento de Comunicação Institucional

Mayara Godoy
Chefe do Departamento de Jornalismo

Gabriela Willig
Chefe da Divisão de Assessoria de Imprensa

Tiago Cesar Galvão de Andrade
Chefe da Seção de Apoio à Gestão de Comunicação

Elvis de Siqueira
Chefe do Serviço de Apoio Tecnológico à Comunicação

Luiz Bernardo de Souza Junior
Chefe do Serviço de Projetos Especiais de Comunicação



Ministério da Educação
Universidade Federal da Integração Latino-Americana
Secretaria de Comunicação Social

Índice

1 RESUMO EXECUTIVO.....	5
1.1 Os principais fatos de 2018:.....	5
1.1.1 Proposta de reorganização administrativa da SECOM.....	5
1.1.2 Sistema Comunica.....	5
1.1.3 Política de Comunicação.....	5
1.1.4 Migração para novo site institucional da UNILA.....	5
1.1.5 Fator Ciência.....	6
1.2 Métricas e Resultados:.....	6
1.2.1 Jornalismo.....	6
1.2.2 Assessoria de Imprensa.....	6
1.2.3 Mídias Sociais.....	6
1.2.4 Site.....	6
1.2.5 Produção Gráfica.....	6
1.2.6 Produção audiovisual.....	7
1.2.7 Campanhas.....	7
2 APRESENTAÇÃO.....	8
3 RELATÓRIO DE AÇÕES 2018.....	9
3.1 Proposta de reorganização administrativa da SECOM.....	9
3.2 Sistema Comunica.....	10
3.3 Política de Comunicação.....	11
3.4 Migração para novo site institucional da UNILA.....	11
3.5 Plano de Gestão 2018.....	11
3.6 Métricas e Resultados.....	15
3.6.1 Matérias Produzidas.....	16
3.6.2 Assessoria de Imprensa.....	17
3.6.3 Mídias Sociais.....	18
3.6.4 Produção Gráfica.....	23
3.6.5 Produção Audiovisual.....	24
3.6.6 Campanhas.....	29
3.6.7 Eventos.....	37
Site.....	38
3.6.8 Outros serviços.....	43
4 ANÁLISE DOS RESULTADOS.....	43



Ministério da Educação
Universidade Federal da Integração Latino-Americana
Secretaria de Comunicação Social

1 RESUMO EXECUTIVO

1.1 Os principais fatos de 2018:

1.1.1 Proposta de reorganização administrativa da SECOM

Desde agosto de 2017, a equipe da SECOM tem trabalhado para estruturar a Secretaria de Comunicação Social como uma unidade administrativa com objetivos e fluxos de trabalho bem delineados. Desde o início da atuação desta gestão, tem-se pontuado que um processo de planejamento bem estruturado é essencial para estabelecer a SECOM como uma unidade estratégica, que consiga responder aos desafios contemporâneos de comunicação em uma instituição tão diferenciada como a UNILA. Foi então que se estabeleceu o processo de construção colaborativa do Planejamento Estratégico da Comunicação da UNILA, que funcionou não somente como forma de construir os principais objetivos e estratégias de comunicação, mas também como um amplo exercício de autoavaliação para a equipe da Secretaria.

Este processo foi estruturado de forma que cada servidor lotado na SECOM pudesse contribuir e tivesse uma participação ativa, colaborando na construção dos novos caminhos que estão sendo seguidos. Outro resultado que pode ser sentido no cotidiano na Secretaria é a melhoria do clima organizacional, que tem muito vínculo com este processo de redefinição de caminhos, culminando com a materialização da missão, visão e valores da SECOM.

1.1.2 Sistema Comunica

A SECOM disponibilizou, para a comunidade acadêmica, um sistema de gestão de demandas, o Comunica (comunica.unila.edu.br), que tornará mais eficiente o processo de gestão dos trabalhos da Secretaria.

1.1.3 Política de Comunicação

A Política de Comunicação foi parte importante do processo de Planejamento Estratégico de Comunicação, realizado durante o ano de 2018. Neste ano, foi elaborada a minuta, que deverá ser encaminhada para consulta pública no ano de 2019.

1.1.4 Migração para novo site institucional da UNILA

A etapa de migração de conteúdos envolveu a revisão e readequação de textos, imagens e links. No total, foram 856 páginas de conteúdo e 151 notícias migradas manualmente para o novo site institucional. Novas páginas já estão previstas para desenvolvimento, de modo a atender às necessidades específicas de cada área.

O link interno foi encaminhado às unidades administrativas e acadêmicas, via memorando, nos meses de setembro e outubro, para revisão, ajustes necessários e envios de informações complementares. Das 78 unidades, 61 não se manifestaram, provocando atrasos na publicação, prevista para dezembro de 2018.



Ministério da Educação
Universidade Federal da Integração Latino-Americana
Secretaria de Comunicação Social

A publicação do novo site institucional está prevista para janeiro de 2019, aproveitando as comemorações de aniversário da UNILA.

1.1.5 Fator Ciência

O programa Fator Ciência foi criado como forma de trabalhar a divulgação da ciência produzida na UNILA de forma mais acessível, sempre aliando os temas de interesse público com as pesquisas realizadas na universidade. Em sua primeira temporada, o programa já alcançou bons resultados, por isso, para o primeiro semestre de 2019, está prevista a realização da segunda temporada.

1.2 Métricas e Resultados:

1.2.1 Jornalismo

Foram publicadas **214 matérias**. Os assuntos mais abordados foram processo seletivo, eventos, comunidade e pós-graduação.

1.2.2 Assessoria de Imprensa

Foram realizados **262 atendimentos à imprensa** no ano de 2018, e enviados **166 releases**.

1.2.3 Mídias Sociais

Facebook: a página da UNILA no Facebook teve um aumento de 13,27% em seus seguidores, totalizando **50.803 curtidas na página**, contando, também, com **451 posts**, que somaram aproximadamente **20.145 reações**, **7.947 compartilhamentos** e **3.086 comentários**.

YouTube: o canal no YouTube recebeu um grande foco desde 2017. A área de audiovisual da SECOM elaborou produtos específicos com periodicidade na produção e postagem. Este novo movimento contribuiu para o aumento do número de inscritos no canal, totalizando **2.122 inscritos** (assim, a variação de 2017 para 2018 foi de 46,34%) e na duração média da visualização para dois minutos e 41 segundos (resultando em um aumento de 36,52% em relação ao ano anterior).

Instagram: foi a rede social que mais apresentou crescimento em 2018 em seu número de seguidores, com um **aumento de 128,20%**, chegando a 6,322 seguidores.

Twitter: o perfil da UNILA alcançou 7077 seguidores em 2018, garantindo um **crescimento de 6,18%, em relação ao ano de 2017**.

1.2.4 Site

Durante o ano, foram **1.453.631 acessos**, com **413.581 usuários** conectados com uma **duração média de tempo de quatro minutos e quatro segundos**.

1.2.5 Produção Gráfica

Durante o ano de 2018, **foram realizados 111 projetos** relacionados às artes gráficas, que contemplam materiais como *banners* digitais, cartazes, *folders* e diagramação de materiais mais complexos.



Ministério da Educação
Universidade Federal da Integração Latino-Americana
Secretaria de Comunicação Social

1.2.6 Produção audiovisual

Foram produzidos 52 vídeos, que incluem os serviços de captação e edição das imagens, nas mais diversas temáticas. As métricas apresentadas acima, do YouTube, são resultado direto deste trabalho.

1.2.7 Campanhas

Foram realizadas cinco campanhas durante o ano de 2018, divulgação do SISU 2018, processo de transferência e aproveitamento de diplomas, processo de seleção internacional 2019 e duas campanhas internas, Processo Eletrônico e UNILA pela Diversidade.



Ministério da Educação
Universidade Federal da Integração Latino-Americana
Secretaria de Comunicação Social

2 APRESENTAÇÃO

A Secretaria de Comunicação Social (SECOM) foi criada em julho de 2013 e é responsável pelo planejamento e execução das políticas de comunicação da Universidade, em consonância com sua missão, visão e valores. Atualmente, a SECOM é composta por 25 servidores, e está dividida em três grandes áreas, trabalhando em atividades-fim:

DECIN – Departamento de Comunicação Institucional;
DEJOR – Departamento de Jornalismo;
DAI – Divisão de Assessoria de Imprensa.

Além disso, a Secretaria conta com o apoio de unidades trabalhando em atividades-meio, com o intuito de assessoramento das atividades-fins:

SAGECO – Seção de Apoio à Gestão de Comunicação;
SERATEC – Serviço de Apoio Tecnológico à Comunicação;
SERPEC – Serviço de Projetos Especiais de Comunicação.

A Secretaria ainda está em fase de estruturação no que diz respeito à formalização de processos internos, aquisição de equipamentos fundamentais para a realização de suas atividades, formalização de contratos de serviços relacionados à área e dimensionamento de pessoal, ao mesmo tempo em que vem se estruturando no rol de atividades que está sob sua competência. Essas questões representam desafios constantes para a equipe que está na condução das atividades.

No desempenho de suas atividades, a secretaria disponibiliza alguns canais que são utilizados pela comunidade interna e externa da Instituição para acessar fatos de seu interesse, como:

Tabela 01 – Principais canais de comunicação da secretaria

Sistema de solicitação de serviços “Comunica”	https://comunica.unila.edu.br/
Site	http://portal.unila.edu.br
Twitter	https://twitter.com/unila
Facebook	https://www.facebook.com/unilaoficial
Instagram	http://instagram.com/insta_unila
Newsletter La Semana Unilera	https://portal.unila.edu.br/informes
Newsletter UNILE-SE	Enviado por e-mail à comunidade externa.
E-mail principal, acesso ao público externo	comunicacao@unila.edu.br
E-mail para veículos de comunicação externos	imprensa@unila.edu.br
E-mail para produção de conteúdos noticiosos	jornalismo@unila.edu.br
E-mail para assuntos de gestão	secom@unila.edu.br

Destaca-se, ainda, o atendimento por telefone, canal utilizado para atender a vários cidadãos e à



Ministério da Educação
Universidade Federal da Integração Latino-Americana
Secretaria de Comunicação Social

imprensa, que buscam de informações sobre eventos ou fatos relacionados à Instituição.

Os canais de comunicação são monitorados diariamente, e os questionamentos são respondidos pelo próprio canal acessado. Os principais questionamentos são referentes a processos seletivos, como datas e formas de ingresso. No caso do recebimento de solicitações e reclamações através dos canais citados, as respostas somente são publicadas após verificação com as áreas envolvidas.

3 RELATÓRIO DE AÇÕES 2018

3.1 Proposta de reorganização administrativa da SECOM

No ano de 2018, a Secretaria de Comunicação da UNILA adotou uma metodologia de planejamento participativa, que envolvesse toda a equipe e que trouxesse uma reflexão sobre todos os aspectos fundamentais da secretaria, como a missão institucional da área de comunicação; diretrizes gerais de comunicação, estrutura da secretaria e estratégias.

Nesse sentido, a primeira etapa do processo de planejamento foi o diagnóstico, etapa abrangente na qual foram criados e utilizados alguns instrumentos como pesquisas de opinião e clima organizacional; mapeamento de públicos; mapeamento de processos; dentre outros.

Devido à abrangência do escopo das análises envolvidas no diagnóstico proposto, optou-se por dividir esse processo em quatro grandes temáticas: estrutura e fluxos; mapeamento de públicos; UNILA no território e Análise de Contexto; Relações com a Comunidade UNILA e Clima Organizacional na SECOM.

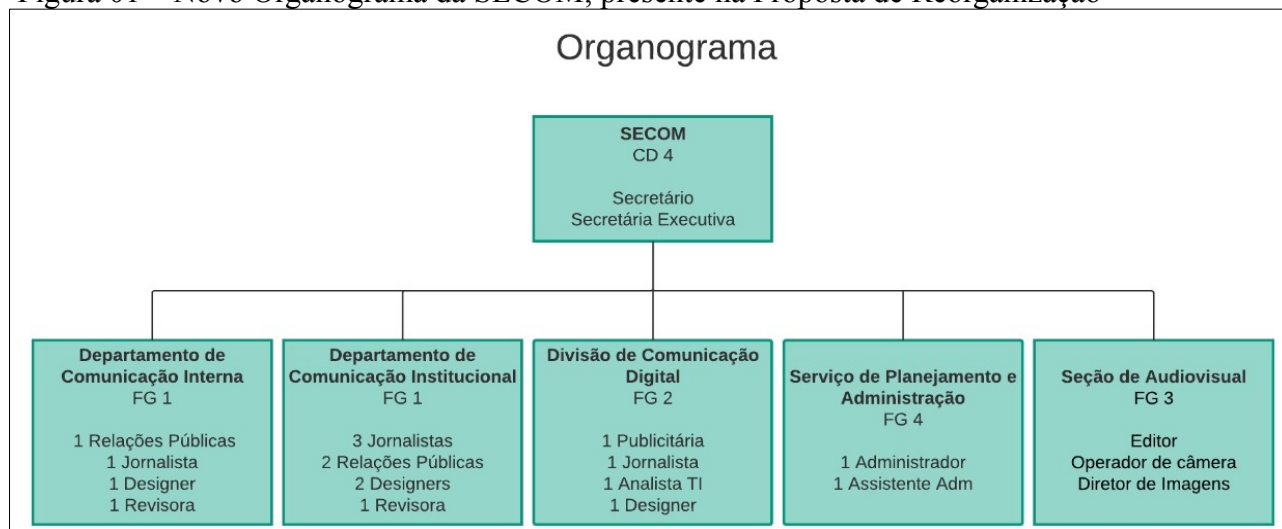
No contexto dessa proposta de reestruturação, houve duas grandes temáticas que apontaram para a necessidade de reforma administrativa: estrutura, fluxos e atribuições; e Clima Organizacional na SECOM. A conclusão proveniente dessas análises, resumidamente, foram que a atual departamentalização da secretaria está defasada, criando problemas de fluxos, dificuldades de definições de atribuições e áreas não cobertas da comunicação social. Ademais, essas questões estavam refletindo no clima da Secretaria, gerando insatisfação na opinião de grande parte dos servidores pesquisados, a respeito da estrutura, fluxos e atribuições.

Dessa forma, organizou-se um grupo de trabalho no processo de planejamento, o qual ficou responsável por se aprofundar nessa análise e elaborar uma proposta de reorganização da SECOM. A chamada “Proposta de Reorganização da Secretaria de Comunicação” foi criada no sentido de departamentalizar a Secretaria por áreas da comunicação social, promovendo a chamada “filosofia da comunicação integrada”, modernizando-se a estrutura e conferindo fluxos e atribuições mais consolidados. No dia 24 de julho de 2018, a proposta foi apresentada e aprovada por toda equipe da SECOM.



Ministério da Educação
Universidade Federal da Integração Latino-Americana
Secretaria de Comunicação Social

Figura 01 – Novo Organograma da SECOM, presente na Proposta de Reorganização



Tendo a aprovação do quadro de servidores da SECOM, a proposta foi institucionalizada por meio do Processo 23422.012319/2018-39 e enviada à PROPLAN, no dia 05 de novembro de 2018.

3.2 Sistema Comunica



Ainda no ano de 2017, a Secretaria iniciou um processo de estudos para analisar formas de sistematizar o processo de acolhimento das demandas de serviço da comunidade acadêmica. Anteriormente, os pedidos de serviços da comunidade (sugestões de pauta, conteúdos para o “La Semana” e serviços de criação em design, por exemplo) eram realizados por e-mail. Porém, devido à grande quantidade de solicitações por ano, esta não se mostrava uma forma eficiente de gestão.

Foi então que se iniciou o processo de implantação do [Sistema Comunica](#), um Software Livre de gestão de demandas, que centraliza uma série de ações: o solicitante pode cadastrar suas demandas no sistema, o chefe da unidade pode atribuir a demanda a um servidor específico, o servidor responsável pode gerenciar o status da demanda e, ao finalizar a atividade, o demandante recebe um e-mail de confirmação sobre a finalização de seu pedido. O Comunica auxilia no processo de gestão das solicitações, entregando relatórios sobre o andamento das atividades na Secretaria e também facilita o acompanhamento do status dos trabalhos por parte dos demandantes.



Ministério da Educação
Universidade Federal da Integração Latino-Americana
Secretaria de Comunicação Social

3.3 Política de Comunicação

A Política de Comunicação é o documento que trará as principais diretrizes de comunicação institucional para a universidade. Ela foi tema de uma etapa do Planejamento Estratégico de Comunicação, realizado durante o ano de 2018, resultando em sua primeira minuta. Para o ano de 2019, a proposta será encaminhá-la para consulta pública e divulgar o documento em sua versão final.

3.4 Migração para novo site institucional da UNILA

A etapa de migração de conteúdos envolveu a revisão e readequação de textos, imagens e links. No total, foram 856 páginas de conteúdo e 151 notícias migradas manualmente para o novo site institucional. O desenvolvimento de novas páginas já está previsto, de modo a atender às necessidades específicas de cada área.

O link interno foi encaminhado às unidades administrativas e acadêmicas, via memorando, nos meses de setembro e outubro, para revisão, ajustes necessários e envios de informações complementares. Das 78 unidades, 61 não se manifestaram, provocando atrasos na publicação, prevista para dezembro de 2018.

A publicação do novo site institucional está prevista para janeiro de 2019, aproveitando as comemorações de aniversário da UNILA.

3.5 Plano de Gestão 2018

Com base nas estratégias estabelecidas no Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI), a SECOM desenvolve os planos e ações da unidade, visando buscar a construção da imagem institucional e a excelência na interação entre a UNILA e seus mais variados públicos, apoiada em dois eixos principais: Informação e Comunicação Institucional. De forma sintética, conforme orientação do Tribunal de Contas da União – TCU, destacam-se, abaixo, os principais projetos da SECOM no ano de 2018.

Tabela 02 – Plano de Ação de 2018

Objetivo PDI	Nome da ação	%	Resultados
Contribuir para a consolidação da UNILA, seu projeto, suas ideias e sua produção de conhecimento, para a legitimação desses fatores na sociedade latino-americana e caribenha	Prestação de serviços gráficos para a UNILA	100	Com a execução do contrato de serviços gráficos, foram viabilizados materiais de apoio para as ações da universidade.
Desenvolver processos de	Serviços de Sonorização	Cancelada	O contrato de serviços de



Ministério da Educação
Universidade Federal da Integração Latino-Americana
Secretaria de Comunicação Social

gestão universitária para otimizar os recursos disponíveis, de modo a apoiar as atividades de ensino pesquisa e extensão da UNILA			sonorização foi transferido para a PROAGI, ainda em 2018; por essa razão, a ação foi cancelada.
Contribuir para a consolidação da UNILA, seu projeto, suas ideias e sua produção de conhecimento, para a legitimação desses fatores na sociedade latino-americana e caribenha	Campanha de divulgação do Processo Seletivo – Vagas Ociosas 2018.2	Cancelada	Em 2018, o processo seletivo de vagas ociosas ocorreu apenas uma vez.
Contribuir para a consolidação da UNILA, seu projeto, suas ideias e sua produção de conhecimento, para a legitimação desses fatores na sociedade latino-americana e caribenha	Campanha de Divulgação do Processo Seletivo - Vagas Ociosas 2019	100	As ações para a campanha de Vagas Ociosas 2019 tiveram início conforme planejado.
Contribuir para a consolidação da UNILA, seu projeto, suas ideias e sua produção de conhecimento, para a legitimação desses fatores na sociedade latino-americana e caribenha	Campanha de Divulgação do Processo Seletivo Internacional 2019	100	A campanha teve o mesmo <i>slogan</i> do ano anterior, “Rompe tus fronteras”. A divulgação foi realizada nas redes sociais (Facebook, Instagram e Twitter). Também foi produzido um vídeo, que alcançou 25 mil visualizações e 569 compartilhamentos no Facebook. Além da parte gráfica, com a elaboração de fôlderes, <i>banners</i> e cartazes, e envio de <i>releases</i> e 7 entrevistas com veículos de comunicação da Colômbia, Argentina, Paraguai, Venezuela e Haiti, incluindo uma entrevista coletiva em Puerto Iguazú, na Argentina.
Contribuir para a consolidação da UNILA, seu projeto, suas ideias e sua produção de conhecimento, para a	Campanhas de Comunicação Interna	100	Foram realizadas duas campanhas internas: a campanha “Processo eletrônico” tratou da



Ministério da Educação
Universidade Federal da Integração Latino-Americana
Secretaria de Comunicação Social

legitimação desses fatores na sociedade latino-americana e caribenha			implantação do novo fluxo na universidade; e a campanha “UNILA pela diversidade” abordou diversos temas durante o ano, como o Dia da Mulher e o Dia da Consciência Negra.
Contribuir para a consolidação da UNILA, seu projeto, suas ideias e sua produção de conhecimento, para a legitimação desses fatores na sociedade latino-americana e caribenha	Visitas Institucionais	Cancelada	A ação teve continuidade por meio do projeto de extensão, coordenado pela servidora Edina, lotada atualmente na Ouvidoria da UNILA.
Desenvolver processos de gestão universitária para otimizar os recursos disponíveis, de modo a apoiar as atividades de ensino, pesquisa e extensão da UNILA.	Serviço de <i>mailing</i>	100	Os serviços foram usados como apoio nas atividades de assessoria de imprensa da UNILA.
Contribuir para o desenvolvimento de profissionais e pesquisadores de alto nível, que participem ativamente na resolução de problemas sociais, no desenvolvimento científico-tecnológico, político e sociocultural da América Latina e Caribe	Curso sobre melhores práticas de comunicação com outras IFES	Cancelada	A ação específica de capacitação foi cancelada, porém, a equipe toda participou ativamente do Encontro Cogecom, sendo este uma ótima oportunidade de capacitação.
Contribuir para a consolidação da UNILA, a seu projeto, suas ideias e sua produção de conhecimento, para a legitimação desses fatores na sociedade latino-americana e caribenha	Encontro do Colégio de Gestores de Comunicação das Universidades Federais	100	O Encontro do Cogecom foi realizado com sucesso na universidade, reunindo 49 participantes da rede de Universidades Federais.
Contribuir para o desenvolvimento de profissionais e pesquisadores de alto nível, que participem ativamente na resolução de problemas sociais, no desenvolvimento científico-	Discussão sobre política de comunicação com outras IFES	Cancelada	A ação específica de capacitação foi cancelada, porém, a equipe toda participou ativamente do Encontro Cogecom, sendo este uma ótima oportunidade de



Ministério da Educação
Universidade Federal da Integração Latino-Americana
Secretaria de Comunicação Social

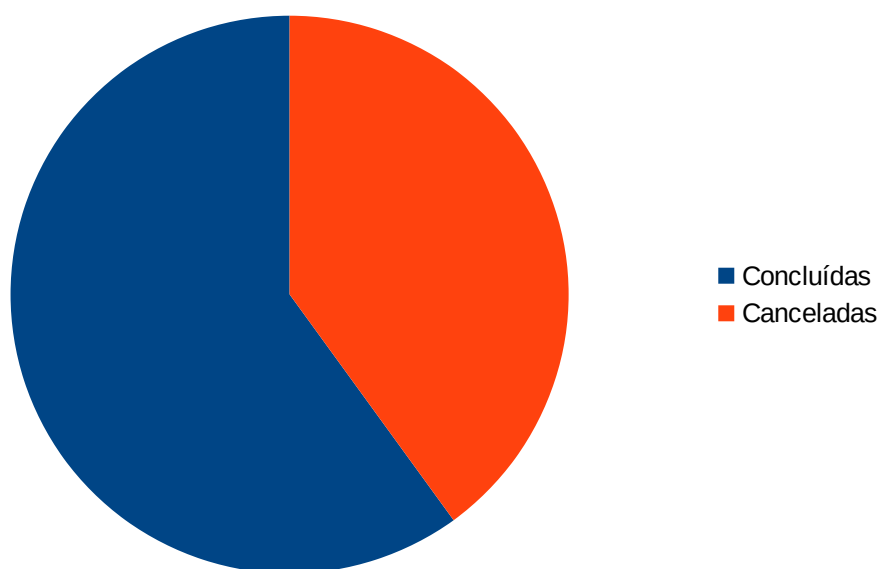
tecnológico, político e sociocultural da América Latina e Caribe			capacitação.
Contribuir para o desenvolvimento de profissionais e pesquisadores de alto nível, que participem ativamente na resolução de problemas sociais, no desenvolvimento científico-tecnológico, político e sociocultural da América Latina e Caribe	Curso sobre divulgação multimídia com outras IFES	Cancelada	A ação específica de capacitação foi cancelada, porém, a equipe toda participou ativamente do Encontro Cogecom, sendo este uma ótima oportunidade de capacitação.
Desenvolver processos de gestão universitária para otimizar os recursos disponíveis, de modo a apoiar as atividades de ensino, pesquisa e extensão da UNILA.	Renovação do contrato de serviço de <i>mailing</i>	100	A renovação com a empresa Maxitron foi assinada dentro do prazo previsto, e o contrato está válido por mais um ano.
Desenvolver processos de gestão universitária para otimizar os recursos disponíveis, de modo a apoiar as atividades de ensino, pesquisa e extensão da UNILA.	Contratação de materiais gráficos impressos	100	Ao longo do ano, trabalhamos em dois tipos de contratos, para gráfica rápida e para gráfica <i>offset</i> . O de gráfica rápida foi entregue ainda em 2018, já o de gráfica <i>offset</i> será finalizado em 2019.
Contribuir para a consolidação da UNILA, seu projeto, suas ideias e sua produção de conhecimento, para a legitimação dos mesmos na sociedade latino-americana e caribenha	Campanha de divulgação do Processo Seletivo – SISU 2018	100	A criação da campanha foi totalmente executada – planejamento, produção de conteúdos e layouts, divulgação e análise – e compreendeu o período de dezembro/2017 a abril/2018. A equipe integrou uma jornalista, uma publicitária e um designer, alinhando as necessidades, demandas previstas (e imprevistas) e prazos. O número de vagas ofertadas via Sisu foi de 707, e 100% das vagas foram preenchidas.



Ministério da Educação
Universidade Federal da Integração Latino-Americana
Secretaria de Comunicação Social

No gráfico abaixo, pode-se visualizar o resultado final dos projetos e ações no que se refere à questão de execução.

Gráfico 01 – Resultado dos projetos e ações



Conforme pode ser observado no gráfico, a Secretaria de Comunicação Social encerrou o ano com 60% dos projetos executados em sua totalidade e 40% foram canceladas.

Das ações com orçamento, realizadas em 2018, tivemos o contrato do serviço de *Mailing*, que disponibiliza os contatos, sempre atualizados, da imprensa do Brasil e dos países da América Latina, e o de serviços gráficos, que contempla a produção de diversos produtos em grandes quantidades, tais como *folders*, cartazes, adesivos, *banners*, entre outros.

Tabela 03 – Despesas programadas em 2018

Programa/ação orçamentária	Valores empenhados	Valores pagos
Contratação de serviço de <i>Mailling</i>	R\$ 16.632,00	R\$ 16.632,00
Contratação de serviço de impressão	R\$ 82.553,50	R\$ 40.758,94

3.6 Métricas e Resultados

Apresentam-se, agora, os principais indicadores de produção da Secretaria e alguns números que expressam os resultados obtidos nos principais canais de comunicação da universidade.

Para analisar os resultados obtidos pela comunicação no ano de 2018, é necessário, antes constatar



Ministério da Educação
Universidade Federal da Integração Latino-Americana
Secretaria de Comunicação Social

os principais números que representam o quantitativo de demandas recebidas por esta unidade, que a SECOM tem a dupla atribuição de atender as necessidades comunicacionais das ações desenvolvidas pela comunidade acadêmica e também pelas grandes ações institucionais. Nesse ponto, destacamos os números de demandas recebidas pelo principal e-mail (comunicacao@unila.edu.br):

Tabela 04 – Total de demandas recebidas por email

Total de e-mails para demandas diversas (dúvidas e pedidos para produção de conteúdos)	1165
Total de solicitações para o La Semana Unilera	912
Total	2077

Cabe esclarecer que as demandas encaminhadas para o informativo La Semana Unilera atendem prioritariamente ao público interno da universidade, os discentes, técnico-administrativos em educação e docentes. Através da confirmação de leitura dos e-mails, pode-se constatar que 30% (1.600) da comunidade acadêmica (5.300) lê o informativo.

O quantitativo de 1165 e-mails relaciona-se com demandas diversas, compreendendo solicitações de apoio às atividades acadêmicas com foco na comunidade interna e externa.

Tabela 05 – Total de demandas recebidas pelo Sistema “Comunica”

Atendimento à Imprensa	5
Audiovisual	8
Artes Gráficas	41
Atualizar informações no site	9
Divulgação de evento	45
La Semana Unilera	59
Sugestão de Pauta	122
Visitas à UNILA	0
Outros	23
Total	312

3.6.1 Matérias Produzidas

Foram publicadas 214 matérias.

Apesar das tentativas de se migrar do modelo menos factual para o de elaboração de reportagens mais frias e aprofundadas, observou-se grande dificuldade no cumprimento deste objetivo, em função de alguns fatores:



Ministério da Educação
Universidade Federal da Integração Latino-Americana
Secretaria de Comunicação Social

- As demandas, que chegam dos diversos setores da Universidade, ainda são muito pontuais e factuais – a maioria refere-se à cobertura de eventos;
- A equipe de jornalistas esteve bastante desfalcada este ano, com dois jornalistas afastados (licença para assuntos pessoais e afastamento para mestrado), somando-se a outros tipos de afastamento como: tratamento de saúde, férias entre outros. Desta forma, a equipe teve de manter as produções, especialmente as que têm periodicidade (como o La Semana Unilera e o Unile-se), além das demais demandas do dia a dia;
- Some-se a estes fatores a carga horária dos jornalistas, que é de 5 horas, e também as demais tarefas acumuladas por estes (atendimento à imprensa, apoio na produção dos materiais audiovisuais, apoio na elaboração de materiais para as mídias sociais, entre outras).

É difícil, portanto, que a média de matérias produzidas seja constante ao longo do ano, em função tanto de fatores internos à SECOM quanto externos – por exemplo, o mês de março teve um pico de produção, com 29 matérias publicadas, enquanto que o mês imediatamente subsequente, (abril), teve uma queda para 9.

Neste ano, também houve um esforço da equipe de jornalistas para a migração de notícias para o novo site, precedida das discussões para a padronização das palavras-chaves, seções e categorias que a nova plataforma exige. Dada a mudança na sistemática de categorização das notícias, este ano não foi possível realizar a análise por palavras-chave, a exemplo de 2017, uma vez que foi alterada ao longo do ano.

3.6.2 Assessoria de Imprensa

A SECOM presta atendimento contínuo a demandas de imprensa em nível regional, nacional e internacional e, ainda, acompanhamento de entrevistas. Foram realizados 262 atendimentos a profissionais da imprensa que procuraram informações ou sugestões de entrevistados na Universidade, no ano de 2018.

Foram, ainda, enviados 161 *releases* à imprensa. O envio de sugestões de pauta e *releases* aos meios de comunicação, acerca das ações da Universidade, bem como a atualização do *mailling* de contato de veículos, também ficam sob responsabilidade da unidade.

Tabela 06 – Números de Atendimentos à imprensa 2018

Mês	Atendimento à imprensa	Releases
Janeiro	22	13
Fevereiro	21	14
Março	27	14
Abril	24	10



Ministério da Educação
Universidade Federal da Integração Latino-Americana
Secretaria de Comunicação Social

Maio	24	16
Junho	23	11
Julho	25	19
Agosto	34	12
Setembro	29	20
Outubro	12	14
Novembro	11	11
Dezembro	9	7
Total	261	161

3.6.3 Mídias Sociais

O número de seguidores na página da UNILA no **Facebook** aumentou 13,27% em 2018. Porém, foi desafiador alcançar bons índices de engajamento. A mídia Facebook vem, gradativamente, reduzindo a sua influência e está perdendo espaço para outras mídias. Além disso, é preciso considerar que o alcance orgânico, de postagens não impulsionadas (pagas), sofreu restrição da ferramenta e isso impactou os índices da página da UNILA, em relação à 2017. Veja os dados de 2018:

- número de curtidas da página: 50.803*
- número de posts: 451**
- número de reações do ano: 20.145**
- número de comentários: 3.086**
- número de compartilhamentos: 7.947**

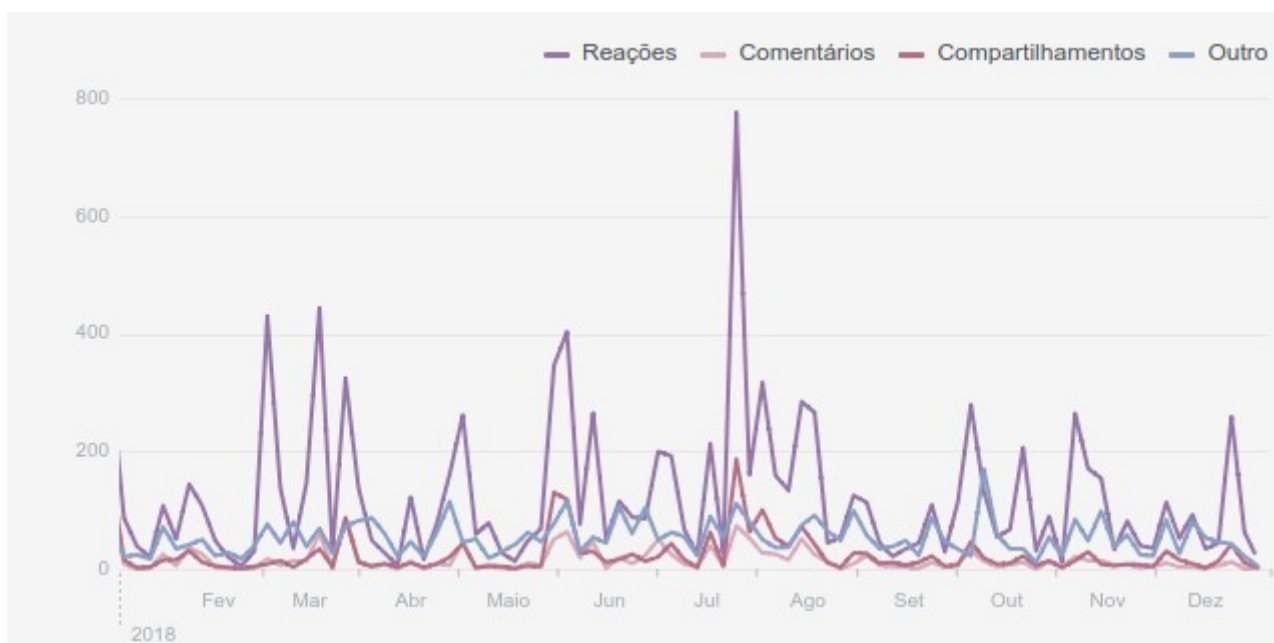
*Dados extraídos do Facebook em 20/12/2018

**Dados extraídos pela ferramenta Sociograph.io em 20/12/2018

Gráfico 02 – Reações, comentários, compartilhamentos – janeiro a dezembro de 2018



Ministério da Educação
Universidade Federal da Integração Latino-Americana
Secretaria de Comunicação Social

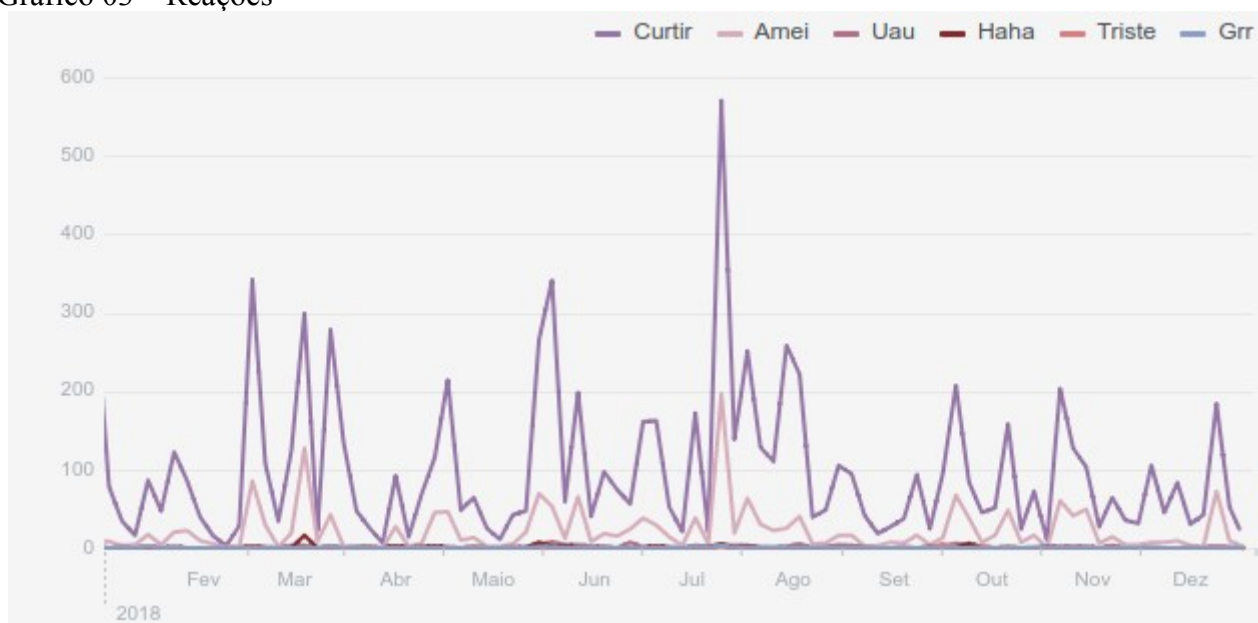


Fonte: Relatório Informações – Facebook

Como a página da UNILA no Facebook não tem investimento em patrocínio, depende apenas do alcance orgânico. O gráfico abaixo traz as ações que auxiliam no alcance orgânico, ou seja, a chegar a um maior número de pessoas.

Percebe-se, no gráfico, o destaque para as reações. Já os compartilhamentos e comentários têm um desempenho semelhante.

Gráfico 03 – Reações



Fonte: Relatório Informações – Facebook



Ministério da Educação
Universidade Federal da Integração Latino-Americana
Secretaria de Comunicação Social

Percebe-se, no gráfico, um alto índice na opção “curtir”, seguida por “amei”. As avaliações de alegria (“uau” e “haha”) e negativas (“triste” e “grr”) têm baixo índice, ficando praticamente inexistentes no gráfico.

O pico em destaque, em julho, é referente ao vídeo de lançamento da Campanha do Processo Seletivo Internacional, no dia 12.

Tabela 07 – 10 posts melhor *rankeados* 2018, considerando o alcance

	Postagem	Link permanente	Tipo	Publicado	Alcance Total
1.	Processo Seletivo Internacional – Vídeo estudantes	https://www.facebook.com/unila.official/videos/2039625026069521/	Vídeo	12/07/2018	76.557
2.	Processo Seletivo Simplificado – PSS	https://www.facebook.com/unila.official/posts/1797391813626178	Foto	02/01/2018	67.907
3.	Processo Seletivo Internacional – Convocatória	https://www.facebook.com/unila.official/posts/1967130973318927	Foto	21/05/2018	44.255
4.	Processo Seletivo – Indígenas	https://www.facebook.com/unila.official/posts/2061847513847272	Link	26/07/2018	43.744
5.	Processo Seletivo – refugiados e portadores de visto humanitário	https://www.facebook.com/unila.official/posts/2053023018063055	Foto	20/07/2018	32.731
6.	Processo Seletivo Internacional – <i>Teaser</i>	https://www.facebook.com/unila.official/videos/1963737046991653/	Vídeo	18/05/2018	26.112
7.	Processo Seletivo Mestrado Interdisciplinar	https://www.facebook.com/unila.official/posts/2100780736620616	Foto	16/08/2018	24.149
8.	Processo Seletivo – SISU2018	https://www.facebook.com/unila.official/videos/1833910419974317/	Vídeo	24/01/2018	21.783
9.	Processo Seletivo Simplificado – PSS	https://www.facebook.com/unila.official/posts/2240757742622914	Foto	21/11/2018	21.461
10.	Processo Seletivo Internacional – Países	https://www.facebook.com/unila.official/posts/1985494191482605	Foto	08/06/2018	20.460

Fonte: Métricas Facebook

O alcance da publicação é um dado muito divulgado pelo Facebook. Ele considera o número de pessoas que viram uma publicação. A publicação é contabilizada como tendo alcançado alguém quando é exibida no Feed de Notícias. Porém, este dado não mostra exatamente um engajamento da



Ministério da Educação
Universidade Federal da Integração Latino-Americana
Secretaria de Comunicação Social

pessoa com a página, ou seja, pode ficar irrelevante em meio a tanto conteúdo disponível em sua barra de rolagem.

Tabela 08 – 10 posts melhores *rankeados* em 2018, considerando as interações

Postagem	Link permanente	Tipo	Publicado	Rating	Reações	Compartilhamento	Comentário
Processo Seletivo Simplificado – PSS	https://www.facebook.com/unila.official/posts/1797391813626178	Foto	01/02/2018	533	251	303	172
Conteúdo – Mural Marielle Franco	https://www.facebook.com/unila.official/videos/1925482177483807/	Video	13/04/2018	1.287	287	124	31
Processo Seletivo Internacional – Teaser	https://www.facebook.com/unila.official/videos/1963737046991653/	Video	18/05/2018	1.378	120	203	41
Processo Seletivo Internacional – Convocatória	https://www.facebook.com/unila.official/posts/1967130973318927	Foto	21/05/2018	2.649	238	362	121
Processo Seletivo Internacional – Vídeo estudantes	https://www.facebook.com/unila.official/videos/2039625026069521/	Video	12/07/2018	3.823	333	569	104
Processo Seletivo – refugiados e portadores de visto humanitário	https://www.facebook.com/unila.official/posts/2053023018063055	Foto	20/07/2018	2.201	192	352	19
Processo Seletivo – Indígenas	https://www.facebook.com/unila.official/posts/2061847513847272	Link	26/07/2018	3.386	191	563	63
Processo Seletivo Mestrado Interdisciplinar	https://www.facebook.com/unila.official/posts/2100780736620616	Foto	16/08/2018	1.316	131	191	33
Processo Seletivo Simplificado – PSS	https://www.facebook.com/unila.official/posts/2240757742622914	Foto	21/11/2018	1.278	95	199	31
Documentário “Jusante o caminho das águas”	https://www.facebook.com/unila.official/posts/2281268901905131?	Link	18/12/2018	1.358	397	102	18



Ministério da Educação
Universidade Federal da Integração Latino-Americana
Secretaria de Comunicação Social

	__tn__=-R						
--	-----------	--	--	--	--	--	--

Fonte: Sociograph

Uma interação acontece quando um usuário, ao rolar a barra do Facebook, faz algum movimento em relação ao conteúdo visto, seja: reações, comentário ou compartilhamento.

Percebe-se na tabela 08 que dos 10 posts melhores *rankeados* pelo *software* Sociograph, oito são relacionados à prestação de serviços, sendo: cinco referentes a processo seletivo para estudantes de graduação, um para estudantes de mestrado e dois processos seletivos para professores. Apenas dois posts fogem desta temática. Um deles mostra a pintura do mural, no Jardim Universitário, em homenagem à Marielle Franco. O outro destaca um documentário feito por um estudante da graduação, sobre a hidrografia da cidade de Foz do Iguaçu.

O processo de *rankeamento*, utilizado pelo software Sociograph.io, é feito com a seguinte fórmula/peso – cinco vezes o número de compartilhamentos mais duas vezes o número de reações nos posts mais três vezes o número de comentários. Desta forma, é possível verificar os posts com maior engajamento, atribuindo pesos diferentes às diversas formas de interagir com uma publicação no Facebook. Já que elas exigem mais do usuário. Fazer um comentário ou compartilhamento exige maior engajamento com o tema do que somente reagir, e também ajuda a mostrar o conteúdo para mais pessoas.

O **YouTube**, em 2018, recebeu um grande foco. A área de audiovisual da SECOM elaborou produtos específicos com periodicidade na produção/postagem. Os principais destaques foram os vídeos para divulgação científica, como o Fator Ciência, e as #Charlas, com temas vinculados aos eventos que acontecem na Universidade. Este novo movimento contribuiu para o aumento do número de inscritos no canal e na duração média da visualização. Veja abaixo os dados:

- Número de vídeos publicados por ano: 46
- Número de Inscritos no canal: 2122 (variação de 2017/2018: 46,34%)
- Número de visualizações ao ano: 67.400
- Tempo de exibição (minutos): 162,2mil
- Duração Média das Visualizações: 02:41 (variação de 2017/2018: 40%)

Abaixo, está elencada a lista dos dez vídeos mais visualizados em 2018:

Tabela 09 – Os vídeos mais visualizados em 2018

	Vídeo	Link	Visualizações
1.	Paso a paso para tu ingreso a la UNILA Selección Internacional 2019	https://www.youtube.com/watch?v=tDh2LD4eKiw	10.481
2.	Rompe tus fronteras – Selección Internacional 2019	https://www.youtube.com/watch?v=8JYoO3sQrLg	2.862
3.	Tutorial de Inscripción – Selección Internacional de Estudiantes 2018	https://www.youtube.com/watch?v=z4YgZrkwKpM	1341



Ministério da Educação
Universidade Federal da Integração Latino-Americana
Secretaria de Comunicação Social

4.	Novo processo seletivo 2018 (Libras)	https://www.youtube.com/watch?v=TF6LxhhRZFc	899
5.	Websérie Esportes Integração Ep. 1	https://www.youtube.com/watch?v=McSulIVfwIE	769
6.	Fator Ciência – Direitos Humanos para quem?	https://www.youtube.com/watch?v=2BPp3OcK3IY&t=1613s	675
7.	Charla 19º aniversário de Engenharia Física	https://www.youtube.com/watch?v=Q3mYkVj5OeY	625
8.	Fator Ciência – O uso da Cannabis e da Ayahuasca na medicina do Século 21	https://www.youtube.com/watch?v=SeISTD_H23M	544
9.	Editais Sisu 2018 em Libras	https://www.youtube.com/watch?v=d5WhmLzlJLI	515
10.	1º Debate dos candidatos à reitoria	https://www.youtube.com/watch?v=iUplt7IXoYY	500

O **Instagram** da UNILA é a rede social que mais apresentou crescimento em 2018 em seu número de seguidores, com um aumento de 128,20%, chegando a 6.322. Este número vem, também, ao encontro do crescimento da própria rede social. Durante o ano, foram feitas 103 postagens, representando um aumento de 17,05%.

O **Twitter** alcançou 7.077 seguidores em 2018, garantindo um crescimento de 6,18%, em relação ao ano anterior.

3.6.4 Produção Gráfica

Durante o ano de 2018, foram realizados 111 projetos relacionados às artes gráficas, que contemplam materiais como *banners* digitais, cartazes, folders e diagramação de materiais mais complexos. Vale ressaltar que alguns destes trabalhos envolveram estratégias completas de produção da identidade visual com uma abordagem multimídia. Dentro dessa lista, têm destaque alguns projetos importantes que foram produzidos em parceria com diversas áreas:

- Campanha Sisu 2018
- Campanha do processo seletivo internacional “Rompe tus fronteras 2018”
- Campanha Vagas Ociosas 2019
- SIEPE
- Semana do Servidor
- Sinalizações Moradia Estudantil

Figura 02 – Imagens das principais produções gráficas de 2018.



Ministério da Educação
Universidade Federal da Integração Latino-Americana
Secretaria de Comunicação Social



3.6.5 Produção Audiovisual

Durante o ano, foram produzidos 52 vídeos que incluem os serviços de captação e edição das imagens. Os vídeos são publicados no canal do YouTube e também na página do Facebook, podendo analisar as estatísticas de acesso na sessão “3.2.3 Mídias Sociais”.

Dentre as temáticas trabalhadas, constam editais em libras, debates, tutoriais de inscrição e webséries. Neste ano, destacaram-se as produções “Fator Ciência” e “Charla”.

Canal da UNILA no YouTube: <https://youtube.com/UNILA>

Fator Ciência

A SECOM lançou, em outubro deste ano, seu primeiro produto audiovisual voltado à divulgação científica: o programa Fator Ciência. O propósito da produção é levar o conhecimento científico ao público, de forma mais simples e atrativa, vinculando às pesquisas realizadas no âmbito da UNILA temas atuais e com impacto no cotidiano.

As entrevistas buscam sempre ter a presença de um pesquisador da universidade e mais um convidado, que pode ser externo à instituição. O Programa é produzido por temporadas de 4 episódios, com a proposta de serem veiculados semestralmente.

Os temas apresentados nessa primeira temporada foram:



Ministério da Educação
Universidade Federal da Integração Latino-Americana
Secretaria de Comunicação Social

- Economia | Uma análise sobre o impacto da greve dos caminhoneiros (Entrevistados: Marcela Ferrario e Henrique Kawamura) – Programa piloto;
- Direitos humanos para quem? (Entrevistados: Gustavo Oliveira Vieira e Waldemir Rosa);
- O uso da *Cannabis* e da *Ayahuasca* na medicina (Entrevistados: Francisney do Nascimento e Fabiana Aidar Fermino);
- *Blockchain* e as Criptomoedas (Entrevistados: Rodrigo Cantu de Souza e Jacson Querubin);
- Evolução e Saúde (Entrevistados: Gleisson Pereira de Brito e Roberto de Almeida).



Charla

Charla é um programa de entrevistas de curta duração. A proposta do programa é uma conversa informal entre um Professor da UNILA e um convidado, normalmente professores de outras instituições que vêm a universidade para participar de eventos.

O programa procura realizar divulgação científica e as parcerias entre a UNILA e outras instituições. Os temas sempre são relacionados a assuntos que são discutidos nos eventos.

Em 2018, foram veiculados 23 vídeos, conforme abaixo:

- 1) A importância da interdisciplinaridade nos estudos de Biologia
Entrevistada: Prof.^a Dra. Cristina Miyaki – Entrevistador: Prof. Dr. Hermes José Schmitz
- 2) Canciones de baile latinoamericanas
Entrevistado: Prof. Dr. Christian Spencer – Entrevistador: Prof. Dr. Gabriel Henrique Bianco Navia
- 3) De João Gilberto a Racionais MC's: Como as dinâmicas sociais vão produzir as músicas que ouvimos?
Entrevistado: Prof. Dr. Walter Garcia – Entrevistador: Prof. Dr. Gabriel Rezende
- 4) Fronteiras, Globalização e transformações linguísticas
Entrevistado: Prof. Kanavillil Rajagopalan (Rajan) - Entrevistador: Prof.^a Laura Amato



Ministério da Educação
Universidade Federal da Integração Latino-Americana
Secretaria de Comunicação Social

- 5) Quem foi Pietro Gori? A trajetória de um italiano na América Latina
Entrevistado: Mse. Hugo Quinta – Entrevistador: Prof. Dr. Andrea Ciacchi
- 6) Os efeitos da retração das políticas públicas para o desenvolvimento rural
Entrevistado: Prof. Dr. Sérgio Pereira Leite – Entrevistadora: Prof^a. Dra. Silva Aparecida Zimmermann
- 7) Educação matemática e os valores humanos
Entrevistada: Prof.^a Dr.^a Andreia Dalcin – Entrevistadora: Prof.^a Dr.^a Elmha Coelho
- 8) Os desafios das universidades latino-americanas no século 21
Entrevistado: Prof. Freddy Javier Álvarez González – Entrevistador: Prof. Gustavo Oliveira Vieira
- 9) Modelos Matemáticos e Mecânica Computacional
Entrevistado: Prof. Armando Miguel Awruch – Entrevistador: Prof. Julio Florez
- 10) Conflitos no território: a necessidade de se repensar as cidades
Entrevistados: Prof.^a Dr.^a Erminia Maricato e Prof. Eugenio Lopes – Entrevistadora: Prof.^a Dra. Cecilia Maria de Moraes Machado Angileli
- 11) Os desafios da internacionalização e integração nas universidades na América Latina
Entrevistada: Prof.^a Dr.^a Daniela Perrotta – Entrevistadora: Prof.^a Dr.^a Cristiane Dutra Struckes
- 12) A questão indígena no Brasil
Entrevistada: Prof.^a Manuela Carneiro da Cunha – Entrevistador: Prof. Clóvis Brighenti
- 13) Feminismo, militância e equidade de gênero
Entrevistada: Moema Viezzer – Entrevistadoras: Prof.^a Suelen Mayara Peres de Oliveira e Prof.^a Luciana Mello Ribeiro
- 14) El papel de la educación en la construcción de la integración regional
Entrevistada: Diputada Julia Perié – Entrevistador: Prof. Felipe Cordeiro
- 15) Fronteiras: espaços de fluxos e trânsitos
Entrevistado: Prof. Lindomar Albuquerque – Entrevistadora: Prof.^a Senilde Guanaes
- 16) O desenvolvimento da área de Relações Internacionais no Brasil
Entrevistada: Prof.^a Tatiana Berringer – Entrevistadora: Prof.^a Karen Honório
- 17) Os desafios da responsabilidade social na educação
Entrevistada: Prof.^a Salete Valesan – Entrevistadora: Prof.^a Livia Fernanda Morales



Ministério da Educação
Universidade Federal da Integração Latino-Americana
Secretaria de Comunicação Social

- 18) Como os sonhos funcionam?
Entrevistado: Prof. Dr. Sidarta Ribeiro – Entrevistador: Prof. Dr. Felipe Beijamini
- 19) 19º Aniversário do Curso de Engenharia Física
Entrevistados: Prof. Dr. José Marques Pova e Prof. Dr. Fernando Manuel Araújo Moreira –
Entrevistador: Prof. Dr. Raphael Fortes Infante Gomes
- 20) A importância da integração no processo educativo
Entrevistado: Prof. Dr. Paulo Speller – Entrevistadora: Prof.^a Dr.^a Livia Fernanda Morales
- 21) Universidades de Integração: UNILA e UNILAB | Charla Especial
Entrevistado: Prof. Dr. Alexandre Cunha Costa – Entrevistador: Prof. Dr. Gustavo Oliveira Vieira
- 22) A química e a astronomia: a origem cósmica dos átomos
Entrevistado: Prof. Dr. Rafael Kobata Kimura – Entrevistadora: Prof.^a Dr.^a Maria das Graças Cleophas Porto
- 23) Os desafios da integração regional no atual contexto latino-americano
Entrevistada: Prof.^a Dr.^a Mônica Bruckmann – Entrevistador: Prof. Ms. Felipe Cordeiro

Tabela 10 – Lista de vídeos produzidos em 2018

Edital Sisu 2018 em Libras e Áudio UNILA	23/01/2018
Dia Internacional da Mulher 2018	07/03/2018
Websérie Charlas - Feminismo, militância e equidade de gênero, com Moema Viezzer UNILA	09/03/2018
Novo processo seletivo 2018 UNILA	16/03/2018
Edital Vagas Remanescentes Libras e Áudio UNILA	17/03/2018
Fanzines – reflexões sobre cultura, memória e internet UNILA	20/03/2018
Como Participar do PDI? UNILA	26/03/2018
Charla com Manuela Carneiro	20/04/2018
RECITAL DE PROFESSORES E CONVIDADOS UNILA	25/04/2018
Charla com Daniela Perrotta UNILA	27/04/2018
Paso a paso para tu ingreso a la UNILA Selección Internacional 2019	21/05/2018
Modelos Matemáticos e Mecânica Computacional - Conversa com professor Armando Awruch UNILA	22/05/2018
Introdução à Ciência, Tecnologia e Sociedade – Conversa com o professor Jorge Jover UNILA	30/05/2018



Ministério da Educação
Universidade Federal da Integração Latino-Americana
Secretaria de Comunicação Social

Economia Uma análise sobre o impacto da greve dos caminhoneiros UNILA	19/06/2018
Rompe tus fronteras - Selección Internacional 2019 UNILA	13/07/2018
Os desafios das universidades latino-americanas no século 21 UNILA	16/08/2018
Educação matemática e os valores humanos UNILA	17/08/2018
Práticas esportivas na universidade UNILA	06/09/2018
As competições e as diferenças entre as práticas de distintos países UNILA	13/09/2018
Os efeitos da retração das políticas públicas para o desenvolvimento rural UNILA	18/09/2018
Quem foi Pietro Gori? A trajetória de um italiano na América Latina UNILA	20/09/2018
Grupos de Torcida e Animação UNILA	21/09/2018
Edital em Libras e Áudio - Processo Seletivo - Transferência e Aproveitamento de Diploma UNILA	25/09/2018
De João Gilberto a Racionais MC's: Como as dinâmicas sociais vão produzir as músicas que ouvimos?	26/09/2018
Muay Thai: arte marcial para corpo e mente UNILA	28/09/2018
Conflitos no território: a necessidade de se repensar as cidades UNILA	02/10/2018
1º Debate dos candidatos à Reitoria da UNILA	09/10/2018
Fronteiras, Globalização e transformações linguísticas UNILA	09/10/2018
Vamos falar de ciência? Fator Ciência	09/10/2018
Direitos humanos para quem?	12/10/2018
Protótipo de Motor Stirling UNILA	16/10/2018
Canciones de baile latinoamericanas UNILA	16/10/2018
A importância da interdisciplinaridade nos estudos de Biologia UNILA	23/10/2018
2º Debate dos candidatos à Reitoria da UNILA	24/10/2018
O uso da Cannabis e da Ayahuasca na medicina do Século 21 UNILA	26/10/2018
1º SIEPE Semana Integrada de Ensino, Pesquisa e Extensão da UNILA	29/10/2018
El papel de la educación en la construcción de la integración regional UNILA	30/10/2018
Fronteiras: espaços de fluxos e trânsitos UNILA	06/11/2018
COMUNICA UNILA	08/11/2018
Blockchain e as Criptomoedas UNILA	09/11/2018
O desenvolvimento da área de Relações Internacionais no Brasil UNILA	13/11/2018
Os desafios da responsabilidade social na educação UNILA	20/11/2018
Mural em homenagem à Marielle Franco UNILA	20/11/2018



Ministério da Educação
Universidade Federal da Integração Latino-Americana
Secretaria de Comunicação Social

Evolução e Saúde UNILA	23/11/2018
Como os sonhos funcionam? Charla com Sidarta Ribeiro UNILA	27/11/2018
Carol Ramalho - A night in Tunisia UNILA	04/12/2018
19º Aniversário do Curso de Engenharia Física UNILA	04/12/2018
A importância da integração no processo educativo UNILA	11/12/2018
Universidades de Integração: UNILA e UNILAB Charla Especial	14/12/2018
Visita institucional UNILA e UNILAB	14/12/2018
A química e a astronomia: a origem cósmica dos átomos UNILA	18/12/2018
Os desafios da integração regional no atual contexto latino-americano UNILA	25/12/2018

3.6.6 Campanhas

As campanhas são estratégias que contemplam ações nas diversas mídias da universidade, envolvendo a produção de banners digitais, cartazes, imagens para mídias sociais, notícias, *releases* para imprensa, vídeos, entre outros. As campanhas são direcionadas às grandes ações da universidade, os processos captação dos alunos, a divulgação institucional e, também, com uma abordagem mais direcionada, ao público interno, tratando do clima organizacional com temáticas diversas.

Campanhas externas

a) Campanha de divulgação do processo seletivo – Sisu 2018

Foi desenvolvida com o objetivo de divulgar o período de inscrições no Processo Seletivo da UNILA, realizado via Sisu, e ampliar o número de inscrições e matrículas para o ano letivo de 2018.

A criação da campanha foi totalmente executada – planejamento, produção de conteúdos, layouts, divulgação e análise – e compreendeu o período de dezembro/2017 a abril/2018. A equipe integrou uma jornalista, uma publicitária e um designer, alinhando as necessidades, demandas previstas (e imprevistas) e prazos.

O número de vagas ofertadas via Sisu foi de 707, e 100% das vagas foram preenchidas.

Internamente, a temática da campanha foi muito aceita e elogiada. Considerando essa repercussão positiva na Comunidade Acadêmica, a SECOM optou por dar continuidade à campanha até a recepção dos calouros, com a criação de um painel e plaquinhas, localizados na entrada do Jardim Universitário, para que os novos estudantes pudessem interagir, tirar fotografias e contar suas histórias.



Ministério da Educação
Universidade Federal da Integração Latino-Americana
Secretaria de Comunicação Social



Site da campanha: <https://unila.edu.br/sisu2018>

b) Campanha de divulgação do processo seletivo de Vagas Ociosas 2018

Em 2018, o processo de Reopção de Curso; Reingresso; Transferência; e Aproveitamento de Diploma ocorreu unicamente no segundo semestre. O conceito e direcionamento da campanha foram voltados a chamar a atenção dos potenciais estudantes para a oportunidade de estudarem na UNILA.

Foram colados 5 cartazes pela cidade, em pontos estratégicos: TTU; pontos de ônibus próximos a outras Universidades.

Durante o processo seletivo de preenchimento de vagas via transferência, aproveitamento de diploma, reopção e reingresso, a SECOM enviou quatro *releases* à imprensa, nos dias 30/08, 07/09, 28/09 e 11/10. Esses *releases* foram encaminhados a veículos locais, regionais, estaduais e nacionais. Além disso, houve o envio de *release* à imprensa da Argentina e Paraguai, no dia 13/09. Foram realizadas, ainda, entrevistas com técnicos da PROGRAD para a Rádio RCI e TV Tarobá

De 30/08 a 15/10, a SECOM contabilizou a publicação de 27 matérias em 19 sites do Brasil, Argentina e Paraguai. Veículos das cidades de Foz do Iguaçu, Toledo, Marechal Cândido Rondon, Londrina, Santa Helena, Cascavel, São Miguel do Iguaçu, Ciudad del Este e Puerto Iguaçu publicaram matérias sobre o processo.

Esses dados são relativos ao material online ao qual a SECOM teve acesso. É possível que informações sobre o processo seletivo tenham sido veiculadas em veículos impressos, rádios e emissoras de televisão. Como a UNILA não possui um serviço de clipagem contratado, não é possível precisar se houve veiculação nesses meios.



Ministério da Educação
Universidade Federal da Integração Latino-Americana
Secretaria de Comunicação Social



Site com todas as informações: <https://www.unila.edu.br/ingresso-extravestibular>

c) Divulgação Processo Seletivo Internacional 2019 e Seleção de Indígenas e Refugiados

O processo de planejamento da campanha do PSI 2019 envolveu basicamente duas etapas: a formação de uma rede de apoiadores na divulgação internacional e a criação e divulgação dos conteúdos. No processo de criação da rede de apoiadores, a SECOM realizou uma chamada para os alunos não brasileiros, que também participaram como personagens nas peças criadas. Além disso, atuaram no compartilhamento massivo nas mídias sociais dos conteúdos produzidos. Em seguida da realização do PSI 2019, a SECOM realizou, também, a divulgação da Seleção de Indígenas e Refugiados Portadores de Visto Humanitário, um novo edital lançado pela PROINT em 2018.

A campanha PSI 2019 – que teve o mesmo *slogan* do ano anterior, “Rompe tus fronteras” - contou com sete peças principais e 39 posts identificados com a campanha divulgada nas redes sociais (Facebook, Instagram e Twitter). Para amplificar o alcance dos conteúdos, a SECOM e a PROINT entraram em contato direto com as páginas do Facebook das embaixadas dos países latino-americanos e caribenhos, solicitando apoio na divulgação dos conteúdos. Esta ação rendeu alguns compartilhamentos. Já para o processo de Seleção de Indígenas e Refugiados, foram criadas duas peças principais e três postagens no Facebook. O conteúdo destaque nas campanhas foi o vídeo do PSI 2019, que alcançou 25 mil visualizações e 569 compartilhamentos no Facebook. Estas ações resultaram no crescimento, se comparadas com as de 2017, de quase cinco por cento no alcance total das publicações, dois por cento do total de usuários envolvidos, 11% no total de compartilhamentos e quase sete por cento no total de curtidas.

Na parte gráfica, foram elaborados fôlderes, banners e cartazes, que foram distribuídos em atividades de divulgação da SECOM e da PROINT. Na parte de assessoria de imprensa, foram encaminhados cinco releases para o mailing de veículos de imprensa da América Latina. Também foram realizadas sete entrevistas com veículos de comunicação da Colômbia, Argentina, Paraguai, Venezuela e Haiti. Durante o período de inscrições, a SECOM realizou uma entrevista coletiva na Municipalidad de Puerto Iguazú e uma visita à Escola Intercultural Bilingue Tekoa Yryapu, de Puerto Iguazú, com representantes da PROEX e PROINT.



Ministério da Educação
Universidade Federal da Integração Latino-Americana
Secretaria de Comunicação Social



Site com todas as informações: <https://www.unila.edu.br/seleccion2019>

Tabela 11 – Desempenho das Campanhas Externas – Facebook

Campanha	Postagens	Interações
Sisu 2018	25	2.151 (1527 curtidas; 387 compartilhamentos; 237 comentários)
Sisu 2018 – Música	8	636 (489 curtidas; 62 compartilhamentos; 85 comentários)
PSI 2019 e Refugiados	26	7.432 (5030 curtidas; 1739 compartilhamentos; 663 comentários)
Vagas Ociosas 2018	6	1.878

Tabela 12 – Desempenho das Campanhas Externas – Twitter

Campanha	Postagens	Impressões (visualizações)	Interações (RT, respostas, favoritos, ver mais, cliques)
Sisu 2018	17	24.850	384
Sisu 2018 – Música	5	5.458	30
PSI 2019 e Refugiados	9	12.780	268
Vagas Ociosas 2018	5	7.653	109

Tabela 13 – Desempenho das Campanhas Externas – Instagram

Campanha	Postagens	Impressões	Interações
Sisu 2018	5	12.247	461



Ministério da Educação
Universidade Federal da Integração Latino-Americana
Secretaria de Comunicação Social

PSI 2019 e Refugiados	7	16.442	1204
Vagas Ociosas 2018	2	5.662	390

Tabela 14 – Desempenho das Campanhas Externas – Site

Campanha	Página do PS (visualizações)	Página do PS (acesso único)
Sisu 2018	20.939	14.509
PSI 2019	105.761	76.237
Vagas Ociosas 2018	26.911	29.145

Campanhas internas

a) Processo Eletrônico

A campanha foi desenvolvida com o objetivo de divulgar a implantação dos processos administrativos eletrônicos na UNILA, que atende as diretrizes e os prazos do Decreto da presidência nº 8.539 de outubro de 2015 e a Portaria nº 1.042 de novembro de 2015 do Ministério da Educação (MEC).

Após uma análise de campanhas de implantação dos processos em outras universidades, de outras campanhas internas já desenvolvidas na UNILA e das necessidades apresentadas pela Coordenadoria de Tecnologia da Informação, foram definidos os objetivos de comunicação da campanha: informar a mudança de cenário para a instituição com a implantação dos processos administrativos eletrônicos; apoiar a produção e levantamento de materiais necessários para as etapas de implementação; prestar consultoria sobre formatos e possibilidades para os comunicados feitos aos servidores/áreas; incentivar a colaboração/participação dos setores envolvidos e seus servidores; divulgar à comunidade acadêmica as atualizações, novas etapas e possíveis ajustes. A divulgação foi direcionada somente ao público interno, através de matérias e peças informativas enviadas pelo e-mail institucional ou *La Semana Unilera*. A linguagem adotada nas peças teve tom didático para informar, orientar e reduzir possíveis resistências à implantação dos Processos Administrativos Eletrônicos.

Em 11 de dezembro, 27% dos processos já estavam rodando de forma eletrônica. Durante o processo, o planejamento passou por ajustes, em função das restrições do Processo Eleitoral. A comunicação realizada alcançou o objetivo de ser informativa, mas enfrentou a dificuldade de engajar as equipes responsáveis nas áreas. Algumas sugestões extras foram feitas à CTIC, por exemplo, como realizar eventos para as áreas, com depoimentos de servidores envolvidos na implantação, além de novos treinamentos. Porém, não foi possível atender às sugestões.



Ministério da Educação
Universidade Federal da Integração Latino-Americana
Secretaria de Comunicação Social



b) UNILA pela Diversidade

Pensada como uma campanha contínua e “guarda-chuva”¹, a “UNILA pela Diversidade” abriga uma variedade de linguagens, textos, vídeos, fotos e múltiplas plataformas de circulação e temas, além de ser desenvolvida com foco na colaboração e no amplo alcance, incluindo integrar pessoas, grupos identitários e minorias socioculturais da Universidade e da cidade. A campanha aborda diferentes temas relacionados aos direitos humanos e à igualdade, como questões étnico-raciais, de sexualidade e gênero, de classe e acessibilidade.

Orgulho LGBTI: 28 de junho é o Dia do Orgulho LGBTI (lésbicas, gays, bissexuais, travestis, transexuais e pessoas intersexo), que foi conquistado com muita luta e resistência. Esta data, celebrada e lembrada mundialmente, marca um episódio ocorrido em Nova York, em 1969, quando houve o que talvez tenha sido o primeiro levante da história contra a discriminação ao público LGBTI. Os frequentadores do *Stonewall Inn* rebelaram-se contra as constantes batidas policiais no bar, o que acabou resultando em uma batalha que durou duas noites e deu origem à organização da primeira parada do Orgulho LGBTI, realizada no dia 1º de julho de 1970, nos Estados Unidos. Hoje, as Paradas do Orgulho LGBTI ocorrem em quase todos os países e em muitas cidades do Brasil ao longo do ano. De lá pra cá, muita coisa mudou e muitos direitos foram conquistados em diversos países, mas infelizmente muita coisa ainda precisa ser feita.

1 “Campanha guarda-chuva” é um tipo de campanha de divulgação que “encabeça” diversas outras campanhas menores com objetivos e finalidades semelhantes (nesse caso, a diversidade).



Ministério da Educação
Universidade Federal da Integração Latino-Americana
Secretaria de Comunicação Social



Resistência contra LGBTFobia: No dia 17 de maio, Dia Internacional Contra a #LGBTfobia, foram apresentados depoimentos de estudantes da UNILA sobre a questão da diversidade sexual e de gênero. Numa sociedade em que os crimes de ódio contra LGBTs (gays, lésbicas, bissexuais e transgêneros) aumentam a cada ano, é necessário dar visibilidade a essas representações e lutar pelo respeito e pelo direito às suas existências.

Foi em 17 de maio de 1990 que a Organização Mundial da Saúde (OMS) retirou a homossexualidade da Classificação Internacional de Doenças (CID). A partir de então, a data ficou marcada como o Dia Internacional de Luta Contra a Homofobia, Bifobia e Transfobia, com o objetivo de conscientizar a população sobre a luta contra a discriminação de homossexuais, bissexuais, transexuais e transgêneros.



Resistência Indígena: O dia 19 de abril é marcado como o Dia da Resistência Indígena, momento em que a população é convidada a refletir sobre os desafios enfrentados por esses povos, principalmente aqueles relacionados aos embates territoriais. Na UNILA, essa temática é foco de diversas ações importantes, que perpassam os três pilares da Universidade – o ensino, a pesquisa e a



Ministério da Educação
Universidade Federal da Integração Latino-Americana
Secretaria de Comunicação Social

extensão –, além da realização da Semana dos Povos Indígenas 2018.

Sabe-se que muitos são os estudos, os esforços e os manifestos em prol de um povo que vem sofrendo há séculos uma intensa opressão colonial e sendo destituído de sua cultura e território. Com base nisso, buscou-se convergir uma série de materiais desenvolvidos pela UNILA e por muitos colaboradores, para dar voz aos povos indígenas e aprofundar o conhecimento de suas causas. Sendo a UNILA uma universidade voltada para a América Latina, a instituição possui como uma de suas diretrizes a promoção do saber em relação à cultura indígena, principalmente porque o território guarani de hoje abrange parte da Argentina, da Bolívia, do Brasil e do Paraguai. São mais de 280.000 pessoas, unidas por uma língua e cultura comuns, distribuídas em 1.416 comunidades, aldeias, bairros urbanos ou núcleos familiares, desde o litoral do Atlântico até a região pré-andina.



Semana da Mulher: O objetivo desta campanha é aproveitar o Dia Internacional da Mulher, comemorado em 8 de março, e fortalecer as questões de equidade de gênero no contexto da UNILA, com base nos desafios e na atuação das mulheres pertencentes às três categorias do quadro universitário: TAEs, docentes e estudantes. A campanha de comunicação é especialmente direcionada à comunidade universitária e visa promover o diálogo social para colaborar com a construção de uma sociedade mais justa. A ação da Semana das Mulheres integra a “campanha guarda-chuva” “UNILA pela Diversidade”. Todo o conteúdo é trabalhado de modo colaborativo com os públicos estratégicos de cada campanha, que passam a ser, também, promotores da ação. A cada ano, algumas mulheres da Universidade ilustram os materiais da ação, sendo elas, também, homenageadas e representativas de outras tantas mulheres cis e trans, não binárias, muçulmanas, negras, gordas, indígenas, latino-americanas e demais mulheres atuantes no debate sobre a equidade de gênero, em diferentes áreas e setores da Universidade. São estudantes, professoras e servidoras técnico-administrativas que atuam e produzem conhecimento, lutando diariamente contra a violência de gênero e colaborando para uma sociedade mais justa. Nesta edição, participaram Besna Yacovenco, Bia Varanis, Elena Schuk, Kiara Heck (CRAM/Foz do Iguaçu), projeto Encontros pela Diversidade (ILAACH), entre outros.



Ministério da Educação
Universidade Federal da Integração Latino-Americana
Secretaria de Comunicação Social



Consciência Negra: Quem chega ao JU pela entrada principal depara-se com um lindo mural, em homenagem à socióloga, militante dos direitos humanos e política Marielle Franco. Neste 20 de novembro, Dia da Consciência Negra, foi escolhida esta imagem para que ela se torne não apenas uma parte do espaço físico da Universidade, mas para que toda vez que alguém cruzar pelo mural, receba um convite para olhar, reconhecer e respeitar as lutas do povo negro. O mural é resultado das apresentações culturais selecionadas para o Festival Cultural da Integração, evento idealizado pelo estudante Fouchard Louis, e que foi realizado no dia 6 de abril. O outro conteúdo foi colaborativo. O professor André Luiz André escreveu um texto que contextualiza a data. A postagem, feita no Facebook e Instagram, trazia a foto do professor.



Site com todas as informações: <https://www.unila.edu.br/campanhas>

3.6.7 Eventos

A participação em eventos é vista pela Secretaria de Comunicação Social como fundamental para a consolidação da marca UNILA e para o relacionamento com a comunidade externa.

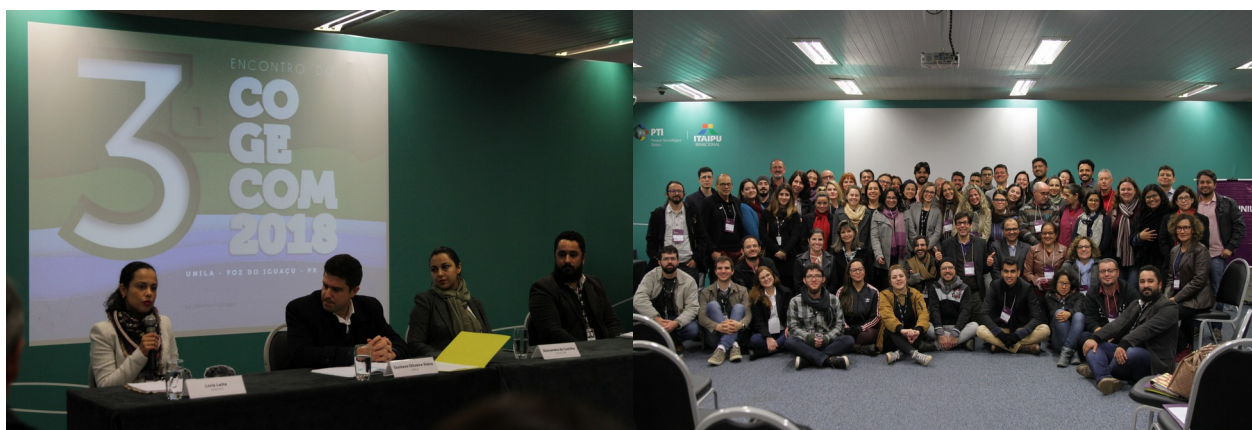
Em 2018, a UNILA, por meio da SECOM, ajudou na organização e realização do 3º Encontro do Colégio de Gestores de Comunicação das Universidades Federais (Cogecom), em Foz do Iguaçu. O



Ministério da Educação
Universidade Federal da Integração Latino-Americana
Secretaria de Comunicação Social

Cogecom foi criado em 2016, e tem como principal objetivo assessorar a Associação Nacional dos Dirigentes das Instituições Federais de Ensino Superior – ANDIFES –, na área de Comunicação das IFES.

49 profissionais de comunicação das instituições federais de ensino de todas as regiões do país reuniram-se na UNILA, de 22 a 24 de agosto de 2018. Realizado anualmente, o evento tem o objetivo de discutir os desafios enfrentados pelas unidades de comunicação, além de compartilhar práticas inovadoras que estão sendo implantadas nas IFES.



Site

No ano de 2018, foram criados 17 *hotsites* e 62 páginas para o site institucional, em atendimento a demandas e à necessidade de ajustes internos.

Hotsites:

- Programa de Pós-Graduação em Relações Internacionais
- Comitê Executivo pela Equidade de Gênero e Diversidade
- Mestrado Acadêmico em Políticas Públicas e Desenvolvimento
- Integração e Valorização: contribuições e desafios do servidor público na atualidade
- Especialização em Gênero e Diversidade na Educação
- Plano de Desenvolvimento Institucional – UNILA
- I Semana Integrada de Ensino, Pesquisa e Extensão
- Universidade Restaurativa
- Exame Nacional de Desempenho dos Estudantes – Enade 2018
- Universidade Restaurativa
- Comitês Institucionais da UNILA
- Comissão de Consulta Pública de Reitor(a) da UNILA
- Comitê Permanente de Governança
- Mestrado em Engenharia Civil
- Audiências Públicas 2018



Ministério da Educação
Universidade Federal da Integração Latino-Americana
Secretaria de Comunicação Social

- Conferência Regional de Educação Superior
- Atas de Colegiados/NDE

Como dados de resultado de acessos no site, é possível destacar alguns números interessantes em 2018:

Tabela 15 – Dados gerais de acesso à página em 2018

Número de sessões	1.453.631
Total de Usuários	413.581
Visualizações de página	3.720.074
Duração média de sessão	00:04:04
Taxa de rejeição	30,63%

Tabela 16 – As 10 páginas mais acessadas (% do total de visualizações do site)

	Página	Visualizações de página	Tempo médio na página
1.	Página inicial	930.452 (25,01%)	00:02:42
2.	/graduacao	150.980 (4,06%)	00:00:45
3.	/seleccion2019	105.761 (2,84%)	00:06:20
4.	/conteudo/editais-graduacao	94.690 (2,55%)	00:03:37
5.	/es (página inicial em espanhol)	78.854 (2,12%)	00:01:29
6.	/boletim	51.800 (1,39%)	00:04:08
7.	/calendario-academico-2018	51.358 (1,38%)	00:04:47
8.	/ingresso-extravestibular	49.451 (1,33%)	00:03:47
9.	/concursos/1	48.038 (1,29%)	00:01:24
10.	/transferencia	47.817 (1,29%)	00:04:23

Tabela 17 – As notícias mais acessadas em 2018

	Endereço	Descrição
1.	/noticias	Página que elenca todas as notícias publicadas no site
2.	/noticias/ingresso-2018-6	Divulgação de processo seletivo para vagas remanescentes
3.	/es/noticias/inscripciones-abiertas-1	Divulgação de inscrições para estudantes estrangeiros na graduação
4.	/noticias/ingresso-2019-0	Divulgação das duas novas modalidades de ingresso nos cursos de graduação (refugiados e indígenas)
5.	/noticias/novo-processo-seletivo	Divulgação de processo seletivo para vagas



Ministério da Educação
Universidade Federal da Integração Latino-Americana
Secretaria de Comunicação Social

		remanescentes
6.	/noticias/pos-graduacao-79	Divulgação de Mestrados com seleção de alunos para 2019
7.	/noticias/inscricoes-abertas-7	Divulgação da abertura de inscrições para a Seleção Internacional de Estudantes para 2019
8.	/es/noticias/admision-2018	Cronograma de inscrições para estudantes estrangeiros na graduação
9.	/noticias/estude-na-unila-8	Adiamento da publicação do edital do processo seletivo para ingresso em cursos de graduação por meio de transferência e aproveitamento de diploma
10.	/noticias/sisu-2018-5	Divulgação das chamadas para lista de espera do Sisu

Figura 03 – Cidades com maior número de acesso ao site:

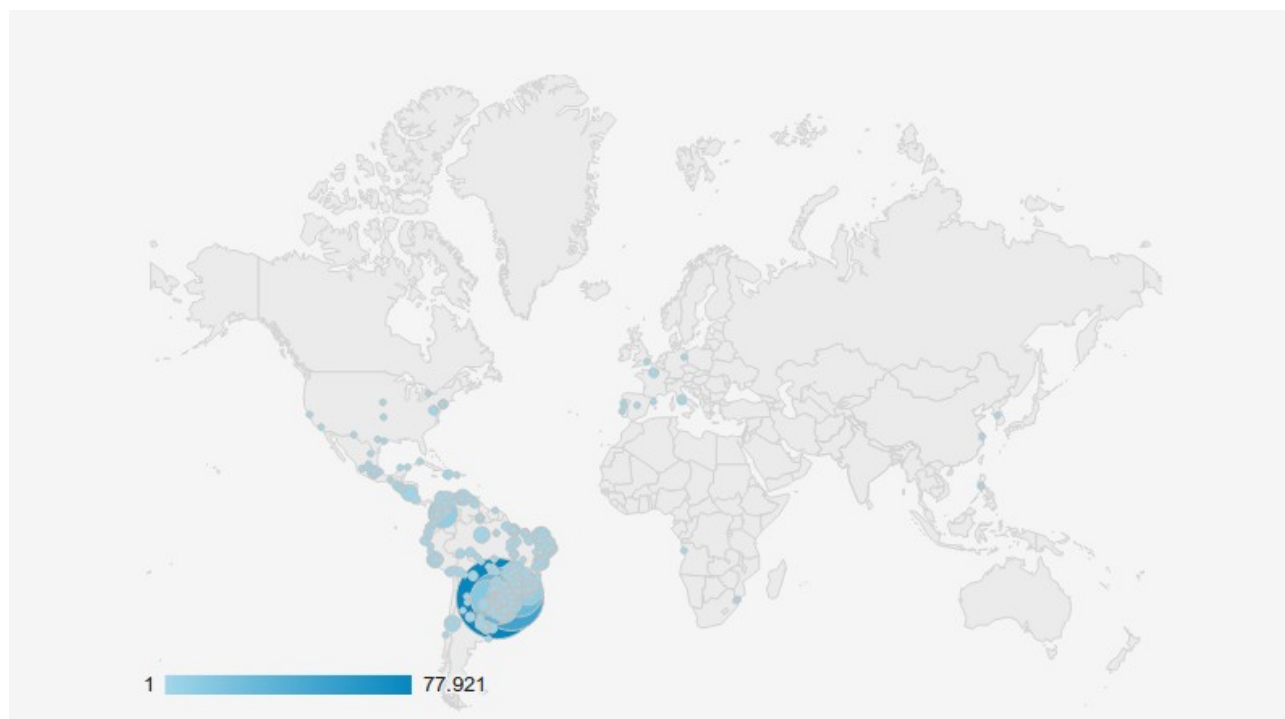


Tabela 18 – Cidades com maior número de acesso ao site

Cidade	Aquisição			Comportamento		
	Usuários	Novos usuários	Sessões	Taxa de rejeição	Páginas / sessão	Duração média da sessão



Ministério da Educação
Universidade Federal da Integração Latino-Americana
Secretaria de Comunicação Social

		413.581 Porcentagem do total: 100% (413.581)	407.879 Porcentagem do total: 100,21% (407.018)	1.453.631 Porcentagem do total: 100% (1.453.631)	30,63%	2,56	00:04:04
1.	Foz do Iguaçu	99.484(21,09%)	85.589(20,98%)	670.169(46,10%)	26,07%	2,57	00:04:45
2.	Curitiba	48.388(10,26%)	36.381(8,92%)	152.881(10,52%)	29,41%	2,41	00:03:23
3.	Localização não indicada	36.726(7,79%)	32.037(7,85%)	75.845(5,22%)	35,81%	2,58	00:03:47
4.	São Paulo	27.069(5,74%)	22.848(5,60%)	50.157(3,45%)	38,24%	2,39	00:02:58
5.	Asunción	13.813(2,93%)	11.884(2,91%)	32.441(2,23%)	33,57%	2,67	00:04:03
6.	Rio de Janeiro	11.413(2,42%)	10.296(2,52%)	19.564(1,35%)	39,36%	2,40	00:02:53
7.	Cascavel	10.444(2,21%)	8.870(2,17%)	28.652(1,97%)	27,46%	2,75	00:03:38
8.	Bogotá	8.607(1,82%)	8.118(1,99%)	19.646(1,35%)	36,04%	2,62	00:04:20
9.	Brasília	6.331(1,34%)	5.780(1,42%)	10.655(0,73%)	37,94%	2,53	00:02:56
10.	Belo Horizonte	5.683(1,20%)	5.168(1,27%)	10.211(0,70%)	37,52%	2,44	00:02:58

Tabela 19 – Países com maior número de acesso ao site

	País	Usuários	Porcentagem de usuários
1.	Brasil	317.975	74,95%
2.	Paraguai	24.523	5,78%
3.	Colômbia	17.621	4,15%
4.	Argentina	9.848	2,32%
5.	Peru	9.750	2,30%
6.	México	5.852	1,38%
7.	Venezuela	5.820	1,37%
8.	EUA	5.175	1,22%
9.	Bolívia	3.605	0,85%
10.	Chile	3.342	0,79%

Tabela 20 – Cidades do Brasil com maior número de acessos ao site

	Cidade	Aquisição		
		Usuários	Novos usuários	Sessões
		317.975 Porcentagem do total: 76,88% (413.581)	307.270 Porcentagem do total: 75,49% (407.018)	1.226.588 Porcentagem do total: 84,38% (1.453.631)
1.	Foz do Iguaçu	99.484 (27,71%)	85.589 (27,85%)	670.169 (54,64%)



Ministério da Educação
Universidade Federal da Integração Latino-Americana
Secretaria de Comunicação Social

2.	Toledo	48.388 (13,48%)	36.381 (11,84%)	152.881 (12,46%)
3.	Curitiba	27.069 (7,54%)	22.848 (7,44%)	50.157 (4,09%)
4.	Londrina	11.413 (3,18%)	10.296 (3,35%)	19.564 (1,59%)
5.	São Paulo	10.444 (2,91%)	8.870 (2,89%)	28.652 (2,34%)
6.	Cascavel	7.159 (1,99%)	6.275 (2,04%)	12.638 (1,03%)
7.	Rio de Janeiro	6.331 (1,76%)	5.780 (1,88%)	10.655 (0,87%)
8.	Belo Horizonte	5.683 (1,58%)	5.168 (1,68%)	10.211 (0,83%)
9.	Brasília	5.088 (1,42%)	4.395 (1,43%)	9.645 (0,79%)
10.	Maringá	4.861 (1,35%)	4.224 (1,37%)	10.367 (0,85%)

3.6.8 Outros serviços

A SECOM ainda é responsável pela:

Gestão de listas de e-mail organizacionais: de acordo com a Resolução do CONSUN N° 006/2014, cabe à SECOM o envio de avisos encaminhados pelas unidades internas e a avaliação sobre a pertinência e adequação de conteúdo.

Boletim de Serviço: cabe à Secretaria de Comunicação Social duas edições semanais do Boletim de Serviço, que concentra as principais publicações oficiais da Reitoria e das unidades internas. No ano de 2018, foram publicadas 95 edições.

Atualização do Guia de Fontes: com informações a respeito dos pesquisadores da UNILA.

Informativo *La Semana Unilera*: é o boletim semanal, direcionado à comunidade acadêmica, abordando diversos temas, tais como “Informes”, “Agenda de eventos”, “Acontece na cidade”, “Oportunidades”, “UNILA na Mídia”, “Notícias da Gente”. 88 edições do informativo foram enviadas no ano de 2018, com média de 1600 leitores por edição.

Boletim UNILE-SE: O Boletim UNILE-SE teve 38 edições (entre 7 de março e 20 de dezembro). O *mailing* tem 1.158 endereços de prefeituras, câmaras de vereadores, entidades de classe e da sociedade civil organizada, além de escolas (de todos os níveis de ensino), empresas (de diferentes áreas) e lideranças de 50 municípios da região (área de abrangência da Associação dos Municípios do Oeste do Paraná – Amop). Além disso, também é distribuído para gestores da UNILA (unidades administrativas e acadêmicas), para acompanhamento. O UNILE-SE é um boletim destinado a divulgar o calendário de ingresso da UNILA (graduação e pós-graduação), eventos culturais e acadêmicos, cursos de extensão, palestras, além de outras oportunidades de participação da comunidade externa.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS



Ministério da Educação
Universidade Federal da Integração Latino-Americana
Secretaria de Comunicação Social

Partindo-se dos desafios elencados para o ano de 2018 no relatório do ano anterior, verificou-se que alguns pontos obtiveram bons avanços, como o apontamento sobre o trabalho de reorganização da Secretaria e o Planejamento Estratégico, que foram foco do trabalho durante o ano, culminando com a proposta de reorganização administrativa e o planejamento de 2019. Outros dois pontos são, também, interessantes de serem constatados, como a questão da implementação do bilinguismo na SECOM, tendo seu avanço realizado a partir da contratação de estagiárias que auxiliam na tradução de notícias e postagens em mídias sociais, além do encerramento do ciclo de implantação do no Portal da UNILA, publicado em Janeiro de 2019.

O ano de 2018 foi marcado por grandes projetos:

- Processo de Planejamento e Avaliação da Secretaria;
- Proposta de Reestruturação Organizacional;
- Sistema de gerenciamento de Demandas Comunicação;
- Novo Portal;
- Novo fluxo de conteúdo audiovisual: Fator Ciência e websérie de Charlas.

Para viabilizar a criação destes projetos, foi necessário grande esforço da equipe da secretaria para conciliar a numerosa demanda de serviços da comunidade acadêmica e os passos necessários para a consecução destas novas frentes de trabalho, que impactaram razoavelmente nos indicadores de produção (audiovisual, gráfica, assessoria de imprensa e notícias). Mas os resultados destes esforços já podem ser colhidos com as contribuições destas ações, que vão desde a melhoria dos fluxos administrativos internos da Secretaria, a ampliação dos serviços prestados pela SECOM por meio de novos canais, até a possibilidade de uma atuação mais estratégica da unidade, por meio de sua reestruturação administrativa.

Alguns desafios já são claros no horizonte de atuação do ano de 2019, principalmente atrelados a dois eixos principais: contexto político nacional e transformações na comunicação digital.

Com relação ao contexto político nacional, é muito provável que a universidade vivencie outra crise, a exemplo da que ocorreu em 2017, por ocasião da proposta de Emenda nº 55, que tinha por objetivo transformar a UNILA em UFOPR. Além disso, todas as universidades públicas estão em risco, necessitando de um amplo esforço de defesa destas instituições, gratuitas e de qualidade. Para tanto, sugerem-se algumas iniciativas:

- ampliação das ações coordenadas entre as universidades, por meio do Cogecom, com a participação efetiva da UNILA nestas atividades;
- ações de comunicação interna de valorização da UNILA, como uma universidade em crescimento, com sua missão integracionista e que já alcança bons resultados entre outras universidades públicas;
- ações de comunicação com a região trinacional, para fortalecer os elos com as comunidades e com agentes estratégicos.

Já no âmbito da comunicação, há alguns anos estão ocorrendo mudanças drásticas com o crescimento e evolução da comunicação digital. Cada vez mais, os processos comunicacionais



Ministério da Educação
Universidade Federal da Integração Latino-Americana
Secretaria de Comunicação Social

acontecem via internet, fazendo com que os meios tradicionais, como televisão, rádio e mídias impressas, entre outros, percam importância rapidamente. Na arena digital, já é possível observar, também, grandes transformações, como o declínio do Facebook e sua estratégia de minar o alcance orgânico (aquele realizado gratuitamente) das páginas, forçando a sua máquina de propaganda paga. Para a comunicação digital, encaminham-se algumas possíveis soluções:

- Viabilizar uma atuação mais estratégica nas mídias sociais, o que necessita de recursos financeiros para ações mais segmentadas, contratação de ferramentas de apoio à gestão de conteúdos digitais e definição de uma equipe especialista na área;
- Possibilitar a harmonização e o fortalecimento da presença digital da universidade, com o levantamento de sites e perfis em mídias sociais relacionados à UNILA;
- Potencializar a produção de conteúdo de alto impacto, que gere engajamento, a partir do fortalecimento da ciência produzida na universidade, dos projetos que proporcionam transformações nas comunidades e das transformações nas vidas das pessoas que compõem a UNILA.

Estas são algumas sugestões que surgem a partir da análise dos resultados alcançados entre os anos de 2017 e 2018 e as transformações ocorridas tanto dentro da universidade quanto fora dela. Para enfrentar os desafios do próximo ano e continuar contribuindo com o crescimento da universidade, serão necessárias boas histórias, que auxiliam em ressignificar a atuação da UNILA em seu território.