



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

## **RELATÓRIO DE GESTÃO – EXERCÍCIO 2019**

Janeiro/2020  
Foz do Iguaçu/PR



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

## **RELATÓRIO DE GESTÃO – EXERCÍCIO 2019**

Relatório de Gestão do exercício de 2019, sobre as principais atividades desenvolvidas e os resultados alcançados.

Janeiro/2020  
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

**Tiago Cesar Galvão de Andrade**  
Chefe do Departamento de Comunicação Institucional

**Patrícia Librenz**  
Chefe do Departamento de Comunicação Interna

**Mayara Godoy**  
Chefe da Divisão de Comunicação Digital

**Luiz Bernardo de Souza Junior**  
Chefe da Seção de Audiovisual



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

## Índice

1 RESUMO EXECUTIVO.....	5
1.1 Os principais fatos de 2019.....	5
1.1.1 Nova estrutura administrativa SECOM.....	5
1.1.2 Criação de novos canais de comunicação.....	5
1.1.3 Eleição e Nomeação da Reitoria.....	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.....	7
1.2.6 Produção audiovisual.....	7
1.2.7 Campanhas.....	7
2 APRESENTAÇÃO.....	8
3 RELATÓRIO DE AÇÕES 2019.....	9
3.1 Nova estrutura administrativa da SECOM.....	9
3.2 Novo Portal UNILA.....	10
3.3 Estação Innova Cities.....	10
3.4 Espaço Reitoria.....	12
3.5 Plano de Gestão 2019.....	13
3.6 Métricas e Resultados.....	15
3.6.1 Matérias Produzidas.....	16
3.6.2 Assessoria de Imprensa.....	16
3.6.3 Mídias Sociais.....	17
3.6.4 Produção Gráfica.....	24
3.6.5 Produção Audiovisual.....	25
3.6.6 Campanhas.....	31
3.6.7 Ações de Relacionamento.....	36
3.6.8 Portal UNILA.....	39
3.6.9 Outros serviços.....	42
4 ANÁLISE DOS RESULTADOS.....	44



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

## 1 RESUMO EXECUTIVO

### 1.1 Os principais fatos de 2019

#### 1.1.1 Nova estrutura administrativa SECOM

Em continuação ao trabalho de reestruturação da Secretaria de Comunicação Social, foi aprovada, em março/2019, a Resolução CONSUN nº 03, que alterou a estrutura administrativa da SECOM. A proposta de estruturação havia sido aprovada pela equipe em julho/2018, e foi institucionalizada e enviada à PROPLAN, no dia 05 de novembro de 2018.

#### 1.1.2 Criação de novos canais de comunicação

##### **Novo Portal UNILA**

Considerando que o site é o principal veículo de comunicação da universidade, e tendo em vista a necessidade de modernização e atualização tecnológica do portal antigo, a SECOM e a CTIC (Coordenadoria de Tecnologia da Informação) desenvolveram um projeto a fim de melhorar a usabilidade e navegabilidade do portal. O site foi trabalhado com base no Portal Institucional do Governo Federal e colocado no ar em 12/01/2019, em comemoração ao aniversário da UNILA.

##### **Programa na Rádio e no Youtube - Estação Innova Cities**

A Associação Brasil Internacional de Inventores, Cientistas e Empreendedores Inovadores (Abipir) convidou a SECOM para comandar o programa Estação Innova Cities, veiculado na rádio RCI (am 1320), às quintas-feiras, com uma hora de duração. Trata-se de um programa diário, ao vivo, que tem por objetivo divulgar ciência, tecnologia e inovação, em várias áreas do conhecimento. Durante o ano de 2019, foram realizados 16 programas sob gestão da UNILA contando com a presença de professores, técnicos e estudantes que divulgaram as ações de ensino, pesquisa e extensão.

##### **Ações de mobilização frente ao bloqueio orçamentário – Desafio 60 segundos**

Ao longo do primeiro semestre do ano as universidades estiveram envolvidas com diversas atividades de mobilização da comunidade em razão do bloqueio orçamentário do MEC. Neste contexto a unila desenvolveu o desafio 60 segundos, que foi uma ação desenvolvida pela SECOM com o foco de trabalhar a divulgação científica de uma forma atrativa para a população. No projeto pesquisadores, extensionistas e estudantes de mestrado em estágio avançado de dissertação foram convidados a falar sobre a importância de sua pesquisa em um vídeo de até um minuto, utilizando uma linguagem acessível ao público. Ao todo foram produzidos 32 vídeos veiculados entre os meses de Junho e Agosto.

##### **WhatsApp Institucional**

Com a finalidade de ampliar as ferramentas de comunicação interna da universidade, a SECOM estabeleceu listas de transmissão para estudantes e servidores, filtrando os principais assuntos de cada categoria derivados do informativo La Semana Unilera.

##### **Ações de relacionamento – Pingado de Prosa e UNILA na Feira**

As ações de relacionamento foram retomadas em 2019, criando o projeto UNILA na Feira, demarcando a presença da universidades nas feiras da cidade. Já o Pingado de Prosa é a proposta de consolidar um espaço de diálogos com a comunidade nos cafés da cidade, com encontros mensais sobre temas interessantes que são discutidos na UNILA.



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

### 1.1.3 Eleição e Nomeação da Reitoria

A eleição da nova reitoria da UNILA foi realizada ao longo do ano de 2018, porém a nomeação do reitor eleito ocorreu somente no final do primeiro semestre de 2019. Ao longo deste período foram realizadas diversas reuniões de alinhamento com a nova gestão para implementar novas ações e dar continuidade aos trabalhos.

## 1.2 Métricas e Resultados

### 1.2.1 Jornalismo

Foram publicadas **200 matérias**. Os assuntos mais abordados foram os processos seletivos, ações institucionais e histórias da vida universitária.

### 1.2.2 Assessoria de Imprensa

Foram realizados **217 atendimentos à imprensa** no ano de 2019, e enviados **178 releases**.

### 1.2.3 Mídias Sociais

*Facebook*: a página da UNILA no Facebook teve um aumento de 9% em seus seguidores, totalizando **55.6906 curtidas** na página. Além disso, o número de reações obteve um crescimento de **363%**, de **compartilhamento** de **262%** e de **posts** publicados de **9%**. **Comentários** registrou um decréscimo de **21%** em relação ao ano anterior.

*YouTube*: o canal no YouTube recebe 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 **3.502 inscritos** (assim, a variação de 2018 para 2019 foi de **65%**) e na **duração média** da visualização para 03 minutos e 10 segundos (resultando em um aumento de **18%** em relação ao ano anterior). O **número de vídeos publicados** registrou um crescimento de **154%** ao longo do ano, além do número de **visualizações** no ano, **37%**.

*Instagram*: foi a rede social que mais apresentou crescimento em 2019 em seu número de **seguidores**, com um **aumento de 66%**, chegando a 10.516 seguidores. A frequência de **postagens** também cresceu bastante, registrando um aumento de **146%**, impactando no número de **visualizações** do ano, marcando um crescimento de **37%**.

*Twitter*: o perfil da UNILA alcançou 8.083 seguidores em 2019, garantindo um **crescimento de 14%, em relação ao ano de 2019**.

### 1.2.4 Site

De acordo com dados do Google Analytics, o portal.unila.edu.br registrou em 2019 um total de **2.888.362 visualizações de página**. Ao longo do ano mais de **296.000 usuários** estiveram conectados no portal com **tempo médio de conexão de 03 minutos e 37 segundos**. As métricas do portal são inferiores ao do ano de 2018, podendo ser pelo impacto direto da mudança de endereço e de layout nas informações.



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

#### 1.2.5 Produção Gráfica

Durante o ano de 2019, **foram realizados 181 projetos** relacionados às artes gráficas, que contemplam materiais como *banners* digitais, cartazes, *folderes* e diagramação de materiais mais complexos.

#### 1.2.6 Produção audiovisual

**Foram produzidos e publicados 117 vídeos**, que incluem os serviços de captação e edição das imagens, nas mais diversas temáticas. As métricas apresentadas do YouTube são resultados direto deste trabalho.

#### 1.2.7 Campanhas

**Foram realizadas cinco campanhas durante o ano de 2019**, divulgação do SISU 2019, processo de transferência e aproveitamento de diplomas, processo de seleção internacional 2020 e duas campanhas internas, Processo Eletrônico e UNILA nosso bem comum.



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.

- 1) Missão: fortalecer a imagem da UNILA e o relacionamento com seus públicos e difundir o conhecimento produzido por meio de estratégias de comunicação social.
- 2) Visão: ser a unidade estratégica e de referência em comunicação, atuando de forma integrada e democrática, com objetivo de garantir a inserção da Universidade em seu território e nos países da América-Latina e Caribe.
- 3) Valores: integração; interculturalidade; eficiência; democracia; diversidade; ética; impessoalidade; solidariedade; cooperação; e equidade.

Atualmente a SECOM é composta por 21 servidores e está dividida em quatro unidades:

- DECIN – Departamento de Comunicação Institucional;
- DECI – Departamento de Comunicação Interna;
- DICG – Divisão de Comunicação Digital;
- SEA – Seção de Audiovisual.

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”	<a href="https://comunica.unila.edu.br/">https://comunica.unila.edu.br/</a>
Site	<a href="http://portal.unila.edu.br">http://portal.unila.edu.br</a>
Twitter	<a href="https://twitter.com/unila">https://twitter.com/unila</a>
Facebook	<a href="https://www.facebook.com/unilaoficial">https://www.facebook.com/unilaoficial</a>
Instagram	<a href="http://instagram.com/insta_unila">http://instagram.com/insta_unila</a>
Youtube	<a href="https://www.youtube.com/user/younilatube">https://www.youtube.com/user/younilatube</a>
Grupos de WhatsApp	<a href="https://portal.unila.edu.br/secom/produtos/whatsapp-institucional">https://portal.unila.edu.br/secom/produtos/whatsapp-institucional</a>
Newsletter La Semana Unilera	<a href="https://portal.unila.edu.br/informes">https://portal.unila.edu.br/informes</a>
Newsletter UNILE-SE	Enviado por e-mail à comunidade externa.
E-mail principal, acesso ao público externo	<a href="mailto:comunicacao@unila.edu.br">comunicacao@unila.edu.br</a>
E-mail para veículos de comunicação externos	<a href="mailto:imprensa@unila.edu.br">imprensa@unila.edu.br</a>
E-mail para assuntos de gestão	<a href="mailto:secom@unila.edu.br">secom@unila.edu.br</a>



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

Destaca-se, ainda, o atendimento por telefone, canal utilizado para atender a vários cidadãos e à 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 2019

#### 3.1 Nova estrutura administrativa da SECOM

No dia 29/03/2019 foi publicada, no Boletim de Serviço UNILA nº 436, a Resolução CONSUN nº 03, que alterou a estrutura administrativa da SECOM. A proposta de estruturação havia sido aprovada pela equipe em julho/2018, e foi institucionalizada por meio do Processo 23422.012319/2018-39 e enviada à PROPLAN, no dia 05 de novembro de 2018.

Após a publicação da resolução, foram realizadas outras alterações a nível nacional, a respeito das funções gratificadas, e o organograma da SECOM ficou estabelecido conforme abaixo:

Figura 01 – Novo Organograma da SECOM, com distribuição de cargos.





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

### 3.2 Novo Portal UNILA



O site é o principal veículo de comunicação da Universidade, abarcando tanto informações institucionais quanto conteúdos de serviço à comunidade acadêmica, além da seção de notícias sobre a UNILA. Tendo em vista a necessidade de modernização e atualização tecnológica, a Secretaria de Comunicação Social (SECOM) e a Coordenadoria de Tecnologia da Informação (CTIC), em parceria, elaboraram o projeto, com o foco principal de melhorar a usabilidade e tornar a navegação mais intuitiva para o usuário.

O processo envolveu diversas etapas, como pesquisa com públicos internos e externos, análise de acessos, reorganização de conteúdos e estudos de usabilidade e navegabilidade; tudo isso, reunido em um layout mais moderno e responsivo.

As principais diferenças dizem respeito à arquitetura da informação: o novo portal leva em conta os conteúdos mais buscados por diferentes públicos, e os apresenta de maneira simplificada e com menor necessidade de cliques. Além disso, atende às exigências legais de acessibilidade, além de ser responsivo às mais diferentes plataformas – desktop, tablet e smartphone.

Ficará mais fácil para a população interessada em qualquer informação ou serviço da UNILA encontrar o conteúdo no site. Internamente, houve também um ganho para diversas áreas administrativas que não possuíam páginas próprias e, agora, terão um espaço mais adequado às suas necessidades.

O site foi trabalhado com base no Portal Institucional do Governo Federal, que já é utilizado por diversos órgãos públicos brasileiros. A ferramenta também tem a vantagem de ser completamente gratuita e estar em constante atualização.

### 3.3 Estação Innova Cities

O Estação InnovaCities é um projeto coletivo e voluntário, veiculado na rádio RCI (am 1320), coordenado pela Associação Brasil Internacional de Inventores, Cientistas e Empreendedores Inovadores (Abipir). Trata-se de um programa diário, ao vivo, que tem por objetivo divulgar ciência, tecnologia e inovação, em várias áreas do conhecimento.



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

Em agosto, a SECOM recebeu o convite para comandar o programa uma vez por semana, às quintas-feiras, das 10 às 11 horas da manhã. O objetivo do programa é mostrar as principais novidades do ensino, pesquisa e extensão, além de entrevistar representantes da comunidade unileira. O primeiro programa sob responsabilidade da SECOM foi ao ar em 05/09/2019. Durante o ano de 2019, foram realizados 16 programas sob gestão da UNILA.

Os temas abordados foram:

1) Pesquisa descobre novas espécies de esperanças no Parque Nacional do Iguaçu.  
Participação: Marcos Fianco e Luiz Roberto Ribeiro Faria Júnior.

2) Alunos da UNILA vencem o 9º Torneio Paranaense de Economia  
Participação: Raime Rodríguez Díaz e Carlos Alberto Ramos Torres.

3) Missão Capivara.  
Participação: Romildo, Abraão Capistrano e Oswaldo Loureda.

4) Sarampo: quais os perigos da enfermidade chegar na região trinacional?  
Participação: Flávia Trench.

5) O que é DRUSA? Descubra tudo sobre esse curso.  
Participação: Régis da Cunha Belém.

6) O que é Saúde Coletiva? Descubra tudo sobre esse curso.  
Participação: Carmen Gamarra, Rodnei e Carlos.

7) 2ª Semana Integrada de Ensino, Pesquisa e Extensão (SIEPE)  
Participação: Danúbia Furtado, Kelly Sossmeier e Carla Grade.

8) O que é Cinema e Audiovisual? Descubra tudo sobre esse curso.  
Participação: Eduardo Fonseca e Valéria Costa.

9) Sustentabilidade ganha força na Engenharia Civil.  
Participação: Edna Possan, Kátia Punhagui, Marcelo Langer e Thaís.

10) Residência Multiprofissional em Saúde da Família.  
Participação: Walfrido Svoboda, Tatiana Pinheiro Alves e Larissa Parra.

11) Ensino de Línguas.  
Participação: Laura Ferreira e Jocenilson Ribeiro.

12) O que é Administração Pública e Políticas Públicas?  
Participação: Amilton Moretto, Maria Alejandra Nicolás e Rafaela Marçal Buono.

13) Extrato de Cannabis para o tratamento de pacientes com Alzheimer e Parkinson.



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

Participação: Elton Gomes e Rafael Cury.

14) América do Sul em turbulência.

Participação: Renata Peixoto e Fábio Borges.

15) Ciclismo e mobilidade urbana.

Participação: Mayara Godoy e Fernando Correa.

16) Programa Universidade Restaurativa

Participação: Denner Mariano de Almeida

As transmissões ao vivo no Facebook são editadas e publicadas no canal do Youtube da universidade: <https://www.youtube.com/playlist?list=PLKUtRtZ25beoPaJkH4xwM6U5fwkv9xohm>

### 3.4 Espaço Reitoria



Com a nomeação da nova gestão, identificou-se a necessidade de criar um espaço, dentro do portal, para veicular as notícias da Reitoria. Após algumas conversas entre o reitor e o Secretário de Comunicação, para identificar as demandas, foram traçados os objetivos para delimitar o tipo e o formato de conteúdo a ser postado. A partir desse levantamento, algumas estratégias foram alinhadas com a equipe de Comunicação Interna para implementar o Espaço Reitoria: <https://portal.unila.edu.br/reitoria/espaco-reitoria>.

Prioritariamente, as notícias da gestão são publicadas em formato de texto, além de produzir vídeos com conteúdos de amplo impacto na vida universitária. Os vídeos dessa página ficam hospedados no YouTube: <https://www.youtube.com/playlist?list=PLKUtRtZ25beptxyfl3QSGh6-Ig-6VKcqW>.

O Espaço Reitoria começou a ser planejado no mês de julho e foi implementado na metade de setembro. Até esta data, a página conta com 24 notícias cadastradas.



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

### 3.5 Plano de Gestão 2019

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. De forma sintética, conforme orientação do Tribunal de Contas da União – TCU, destacam-se, abaixo, os principais projetos da SECOM no ano de 2019.

Tabela 02 – Plano de Ação de 2019 (ações orçamentárias)

<b>Objetivo PDI</b>	<b>Nome da ação</b>	<b>%</b>	<b>Resultados</b>
Consolidar a identidade e a imagem da UNILA	Prestação de serviços gráficos para a UNILA	100	Com o contingenciamento, os valores tiveram que ser ajustados, de acordo com as atuais demandas institucionais. Os valores restantes foram realizados em sua completude.
Consolidar a identidade e a imagem da UNILA	Plano de ação em mídias sociais	0	Os valores foram devolvidos em sua totalidade, pois foram cancelados devido ao contingenciamento.
Consolidar a identidade e a imagem da UNILA	La Semana – Licitação de Software	0	Os valores foram devolvidos em sua totalidade, pois foram cancelados devido ao contingenciamento.
Consolidar a identidade e a imagem da UNILA	Telas Digitais	0	Os valores foram devolvidos em sua totalidade, pois foram cancelados devido ao contingenciamento.
Consolidar a identidade e a imagem da UNILA	Campanhas Internas	100	Os valores foram parcialmente devolvidos, pois foram ajustados devido ao contingenciamento. As ações realizadas foram desempenhadas em sua maioria sem a utilização de orçamento.
Consolidar a identidade e a imagem da UNILA	Campanhas de Ingresso	100	Os valores foram totalmente devolvidos, pois foram ajustados devido ao contingenciamento. As ações para as campanhas foram realizadas sem a utilização de orçamento.
Consolidar a identidade e a imagem da UNILA	Serviço de Mailing	50,58	Valores reajustados, de acordo com o cancelamento do contrato com a empresa.
Consolidar a identidade e a imagem da UNILA	Atualização de Material Institucional	0	Os valores foram totalmente devolvidos, pois foram ajustados devido ao contingenciamento.
Consolidar a identidade e a imagem da UNILA	Memória Institucional	0	Os valores foram totalmente devolvidos, pois foram ajustados devido ao contingenciamento.
Consolidar a identidade e a imagem da UNILA	Viagens Institucionais e visitas de imprensa	0	Não há previsão para execução do restante do orçamento para esta ação.

Tabela 03 – Plano de Ação de 2019 (ações não-orçamentárias)



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

<b>Objetivo PDI</b>	<b>Nome da ação</b>	<b>%</b>	<b>Resultados</b>
Consolidar a identidade e a imagem da UNILA	Aquisição de serviços para gráfica rápida e de grandes quantidades	0	Não iniciada, em razão do bloqueio orçamentário.
Consolidar a identidade e a imagem da UNILA	Aquisição de equipamentos para atividades do Audiovisual	0	Não iniciada, em razão do bloqueio orçamentário.
Consolidar a identidade e a imagem da UNILA	Aquisição de serviços para sinalização institucional	100	Finalizada.
Consolidar a identidade e a imagem da UNILA	Elaboração de normativas internas	50	Em execução – a minuta foi concluída, ainda não publicada.
Consolidar a identidade e a imagem da UNILA	Gerenciar a contratação de mailing	0	Não iniciada, em razão do bloqueio orçamentário.
Consolidar a identidade e a imagem da UNILA	Videos institucionais dos cursos	0	Não iniciada, em razão da consolidação de outros projetos em andamento.
Consolidar a identidade e a imagem da UNILA	Gestores de Conteúdo do Portal UNILA	100	Finalizada.
Consolidar a identidade e a imagem da UNILA	Manual de Orientações em Mídias Digitais	50	Em execução – a minuta foi concluída, ainda não publicada.
Consolidar a identidade e a imagem da UNILA	La Semana Unilera – Avaliação da nova estrutura	75	Em execução – em fase de migração para novo sistema.
Consolidar a identidade e a imagem da UNILA	Páginas Servidor e Discente no novo portal	75	Em execução – em fase de implementação de páginas.
Consolidar a identidade e a imagem da UNILA	Serviço de Visitas	100	Finalizada.

Tabela 04 – Despesas programadas em 2019

<b>Programa/ação orçamentária</b>	<b>Valores empenhados</b>	<b>Valores pagos</b>
Contratação de serviço de <i>Mailling</i>	10.117,80	10.117,80
Contratação de serviço de impressão	42.984,26	42.984,26



### 3.6 Métricas e Resultados

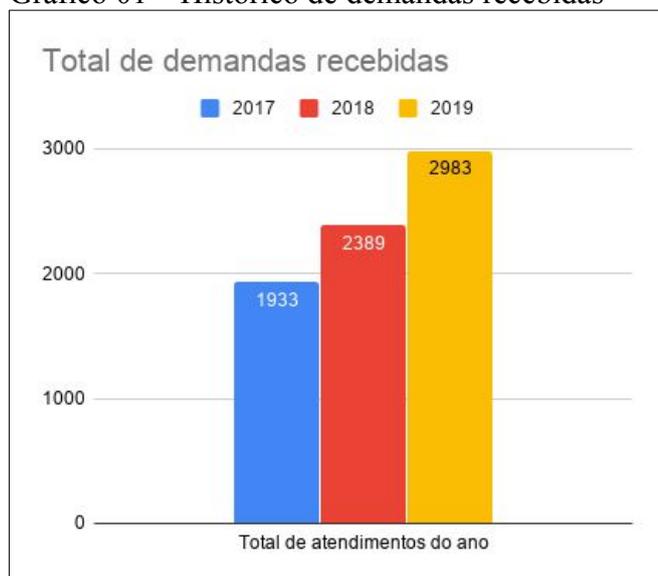
Apresentam-se, agora, os principais indicadores de produção da Secretaria e alguns números que expressam os resultados obtidos nos principais canais de comunicação da universidade.

Para analisar os resultados obtidos pela comunicação no ano de 2019, é necessário, antes constatar os principais números que representam o quantitativo de demandas recebidas por esta unidade. A SECOM tem uma dupla atribuição, atender as necessidades comunicacionais das ações desenvolvidas pela comunidade acadêmica e também desenvolver a divulgação das grandes ações institucionais. Nesse ponto, destacam-se os números de demandas recebidas pelo Sistema Comunica:

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

Atendimento à Imprensa	11
Audiovisual	54
Artes Gráficas	181
Atualizar informações no site	1286
Divulgação de evento	322
La Semana Unilera	808
Sugestão de Pauta	268
Visitas à UNILA	9
Outros	44
<b>Total</b>	<b>2983</b>

Gráfico 01 – Histórico de demandas recebidas





### 3.6.1 Matérias Produzidas

Ao longo de 2019 foram publicadas 200 matérias. Como fruto do redesenho da estrutura da Secretaria de Comunicação foi dado maior dinamicidade para a produção dos conteúdos, os pedidos que anteriormente seriam vinculados diretamente como produção de matérias jornalísticas hoje recebem novos encaminhamentos. Isto proporcionou maior agilidade na divulgação dos conteúdos e também vem enriquecendo o fluxo de conteúdos em outras mídias, além do portal da universidade. Isto tem um impacto na redução do número de matérias produzidas pelos jornalistas, mas que são equacionadas aos se analisar a ampliação de outros formatos de conteúdos.

Gráfico 02 – Histórico de matérias produzidas



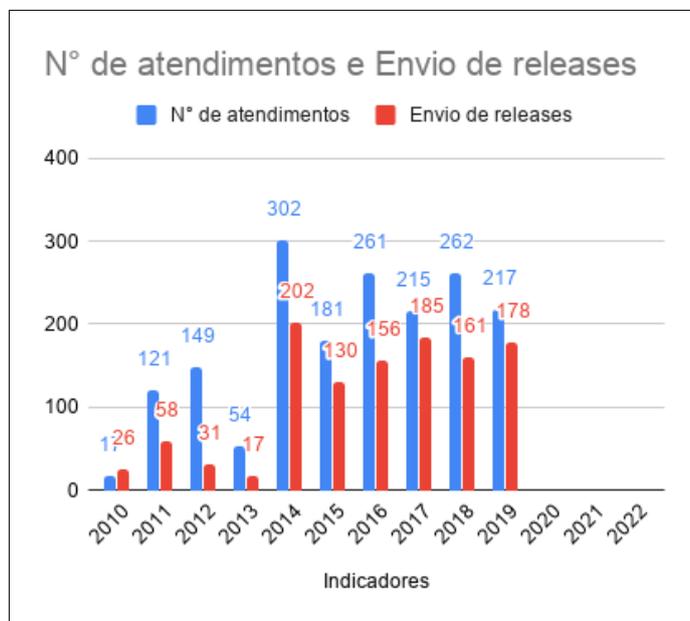
### 3.6.2 Assessoria de Imprensa

A SECOM presta atendimento contínuo a demandas de imprensa em nível regional, nacional e internacional e, ainda, acompanhamento de entrevistas. Foram realizados 217 atendimentos a profissionais da imprensa que procuraram informações ou sugestões de entrevistados na Universidade, no ano de 2019.

Foram, ainda, enviados 178 *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 *mailing* de contato de veículos, também ficam sob responsabilidade da unidade.



Gráfico 03 – Histórico de atendimento de imprensa e releases



### 3.6.3 Mídias Sociais

Uma das modificações nos trabalhos em Mídias Sociais em 2019 foi a criação de uma unidade encarregada da produção de conteúdo específico para estes canais (em contraposição à simples replicação de conteúdo, como ocorria antes), a Divisão de Comunicação Digital (DICG).

Outra modificação foi a determinação de que seria necessário haver, no mínimo, um post em cada rede social (Facebook, Twitter e Instagram) por dia – principalmente de segunda a sexta-feira –, pois, desta maneira, a presença da UNILA nas redes se manterá viva ao longo das semanas.

Com a consolidação dos produtos audiovisuais (especialmente a Charla e o Desafio 60 Segundos), estes também passaram a figurar como conteúdo com dias fixos nas redes sociais, demarcando seu formato e periodicidade.

Com a implementação da ferramenta MLabs, foi possível começar a trabalhar com posts agendados, o que distribuiu melhor o fluxo de postagens, além de permitir a geração de relatórios.

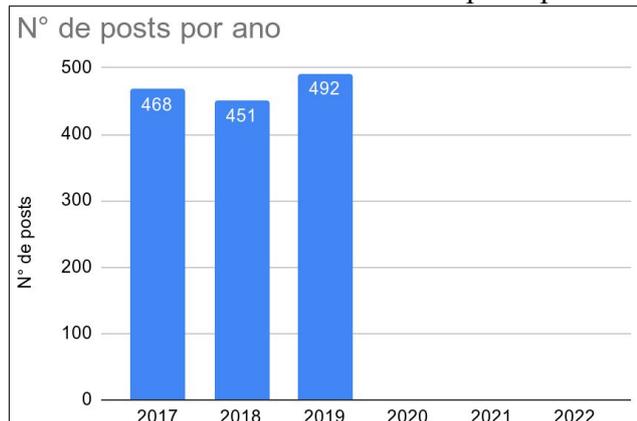
Abaixo apresentamos a evolução dos principais indicadores nas mídias sociais.



## Facebook

A reorganização da SECOM vem apresentando bons resultados, implicando no crescimento no volume de conteúdos produzidos pela unidade.

Gráfico 04 – Facebook: número de posts por ano



Já com relação aos indicadores de resultados destes conteúdos, pode-se verificar um crescimento contínuo ao longo dos últimos anos, com destaque para o expressivo aumento (363%) no número de reações (likes, amei, haha, uau, triste e Grr) e de compartilhamentos (262%), em relação ao ano anterior. A queda no número de comentários indica um ponto de atenção para as próximas estratégias.

Gráfico 05 – Facebook: histórico de crescimento





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

Tabela 06 – Facebook: percentual de crescimento em 2019

Indicadores	%
Curtidas na página	9,62%
Número de Posts	9,09%
Número de Reações	363,92%
Número de Comentários	-21,48%
Número de Compartilhamentos	262,48%

Tabela 07– Facebook: 10 posts melhores *rankeados* em 2019, considerando as interações

Data	Publicação	Curtir	Amei	Haha	Uau	Triste	Grr	Comentário	Compartilha...	Click	Alcance	Interações*
03/05/2019 19:37	Nota da Reitoria sobre o bloqueio	2.229	237	30	24	784	57	803	847	10.291	94.996	15.302
27/11/2019 10:35	Δ Atenção! Δ Chegou ao nosso	614	627	210	4	1	2	102	191	3.795	34.097	5.546
02/05/2019 17:45	Foi divulgada, nesta quinta-	1.562	564	6	34	2	2	144	266	2.052	35.186	4.632
13/12/2019 15:30	É pública, é federal, é de qualidade.	799	387	2	14	0	0	21	244	1.995	26.840	3.462
06/08/2019 19:10	#Integração   Candidatos de 18 países da	579	193	9	19	2	1	50	217	1.825	27.702	2.895
27/09/2019 12:30	#Oportunidade   Estão abertos concursos	117	11	2	0	0	0	45	45	2.573	19.757	2.793
25/03/2019 13:34	Você concluiu graduação em qualquer área	597	100	1	13	2	0	178	182	1.657	29.904	2.730
28/06/2019 10:15	UNILA	1.742	422	1	6	2	5	152	320	0	0	2.650
28/03/2019 17:30	Pensando em fazer um curso de línguas em	282	29	0	4	0	0	176	91	2.030	32.137	2.612
06/05/2019 16:14	¿Estás listo para romper fronteras y vivir	397	237	6	5	1	0	157	297	1.430	27.826	2.530

Fonte: MLabs

Analisando a lista dos posts com mais interações é possível verificar que conteúdos que exaltam características da instituição tiveram boa performance, contrariando a tendência dos anos anteriores, que privilegiavam os processos seletivos.



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

## Instagram



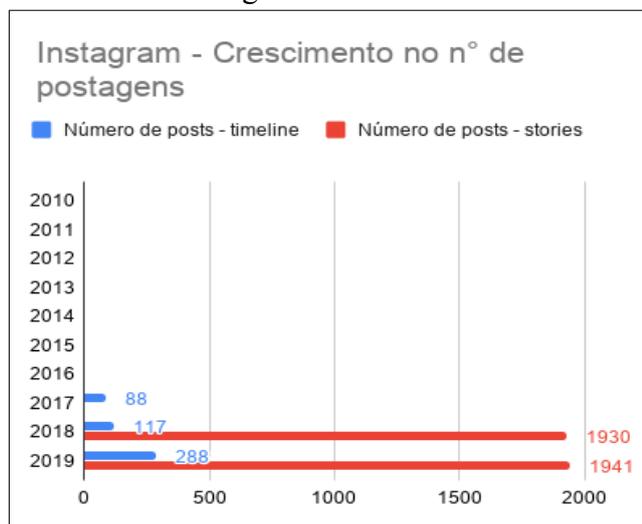
Em 2019, as postagens na plataforma foram intensificadas e padronizadas, alcançando o número de 10.516 mil seguidores (um aumento de 65% em comparação ao ano passado).

Ao longo do ano foram 288 posts, com 55.128 interações. Também foram postados 1.941 stories, com 2.076.234 interações. Estes indicadores demonstram o crescimento da página ao longo dos últimos anos, fruto do trabalho continuado e integrado entre as áreas da comunicação da UNILA.

Gráfico 06 – Instagram: número de seguidores



Gráfico 07 – Instagram: crescimento no número de postagens





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

Tabela 08 – Instagram: percentual de crescimento em 2019

<b>Indicadores</b>	<b>%</b>
Números de seguidores	66,34%
Número de posts publicados	146,15%
Número de posts no stories	0,57%
Número de interações posts	194,55%
Número de interações stories	0,54%

### Twitter

A presença da UNILA no Twitter foi retomada de forma sistemática ao longo do ano de 2019. Os conteúdos que foram postados no portal e nas outras mídias sociais foram também repercutidos no Twitter. Como resultado deste trabalho é possível observar percentuais de crescimento muito significativos, principalmente no número de posts publicados e de interações realizadas.

Gráfico 08 – Twitter: indicadores

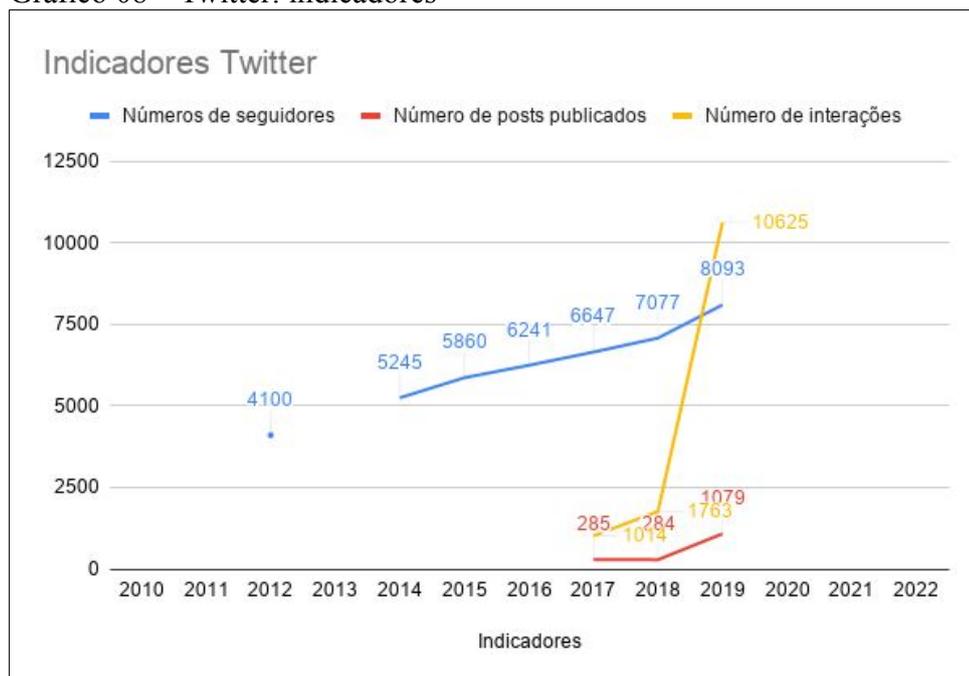


Tabela 09 – Twitter: percentual de crescimento em 2019

<b>Indicadores</b>	<b>%</b>
Números de seguidores	14,22%
Número de posts publicados	279,93%
Número de interações	502,67%



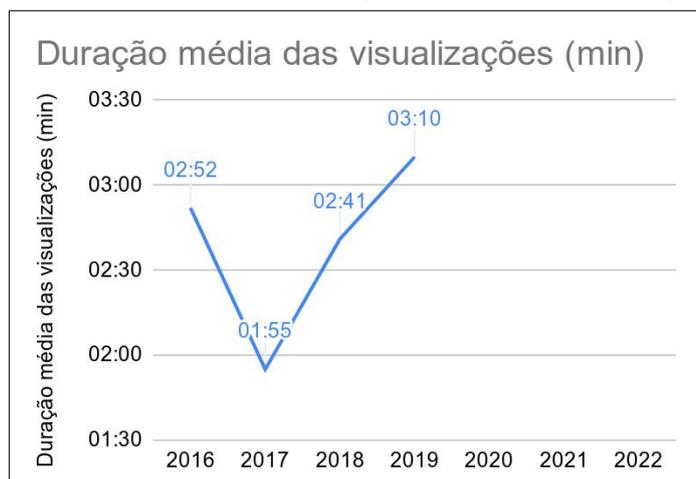
## Youtube

O conteúdo audiovisual também vem aumentando nos últimos anos, pois a Secretaria reconhece a importância deste tipo de formato para a comunicação atualmente. Cabe destacar o aumento na produção de vídeos em 2019 e seus impactos nos resultados positivos para o canal, principalmente no crescimento da duração média de visualização, em minutos assistidos. Este dado confirma a consolidação dos formatos de programas produzidos por esta Secretaria, principalmente as Charlas e o Fator Ciência, programas de divulgação científica com um alinhamento estratégico para a universidade.

Gráfico 09 – Youtube: número de inscritos



Gráfico 10 – Youtube: duração média das visualizações (min)





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

Gráfico 11 – Youtube: número de visualizações no ano



Gráfico 12 – Youtube: número de vídeos publicados



Tabela 10 – Youtube: percentual de crescimento em 2019

Indicadores	%
Números de Inscritos	65,03%
Número de vídeos publicados	154,35%
Número de visualizações no ano	37,65%
Duração média das visualizações (min)	18,01%

Tabela 11 – Youtube: os vídeos mais visualizados em 2019

Vídeo	Link	Visualizações
1. Como os sonhos funcionam? Charla com Sidarta Ribeiro   UNILA	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=H_VMWIVUsLg&amp;t=348s">https://www.youtube.com/watch?v=H_VMWIVUsLg&amp;t=348s</a>	6517
2. Paso a paso para tu ingreso a la UNILA   Selección Internacional 2020	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=4t0TECWqkMw">https://www.youtube.com/watch?v=4t0TECWqkMw</a>	4306
3. Nossa Universidade - Institucional   UNILA	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=uHJ3LXtWU8c">https://www.youtube.com/watch?v=uHJ3LXtWU8c</a>	2883
4. COMO AGENDAR R.N.E EN LA POLICIA	<a href="https://www.youtube.com/watch?">https://www.youtube.com/watch?</a>	2651



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

	FEDERAL   UNILA	<a href="#">v=2MjC0aSOQPg&amp;t=12s</a>	
5.	UNILA no Globo Universidade	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=-Ocg6unS0o&amp;t=2s">https://www.youtube.com/watch?v=-Ocg6unS0o&amp;t=2s</a>	2529
6.	Paso a paso para tu ingreso a la UNILA   Selección Internacional 2019	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=tDh2LD4eKiw">https://www.youtube.com/watch?v=tDh2LD4eKiw</a>	2444
7.	AS CONTROVÉRSIAS DO REVISIONISMO HISTÓRICO   UNILA	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=YNOCplw9bHA&amp;t=76s">https://www.youtube.com/watch?v=YNOCplw9bHA&amp;t=76s</a>	2300
8.	Medicina   UNILA	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=oQXaRhSARK8">https://www.youtube.com/watch?v=oQXaRhSARK8</a>	2066
9.	Rompe tus fronteras - Selección Internacional 2019   UNILA	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=8JYoO3sQrLg">https://www.youtube.com/watch?v=8JYoO3sQrLg</a>	1869
10.	UNILA Intercultural	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=YcdgxxmOTiM">https://www.youtube.com/watch?v=YcdgxxmOTiM</a>	1738

### 3.6.4 Produção Gráfica

Durante o ano de 2019, foram realizados 181 projetos relacionados às artes gráficas, que contemplam materiais como *banners* digitais, cartazes, folderes 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:

- Campanhas de Ingresso: SISU, Processo Seletivo Internacional, Vagas Ociosas, Seleção de Indígenas e Refugiados.
- 2º SIEPE
- Semana do Servidor
- Sinalizações Moradia Estudantil
- Materiais gráficos para divulgação da UNILA e seus cursos.

Gráfico 13 – Histórico de produção gráfica





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

Figura 02 – Imagens das principais produções gráficas de 2019.



### 3.6.5 Produção Audiovisual

Durante o ano, foram produzidos 117 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 “3.6.3 Mídias Sociais”.

Dentre as temáticas trabalhadas, constam editais em libras, debates, tutoriais de inscrição e webséries. Neste ano, destacaram-se as produções “Fator Ciência”, “Charla”, “Desafio 60 segundos” e “Estação InnoVACities”.

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

### Fator Ciência

No ano de 2019 a SECOM lançou a segunda temporada de seu programa de entrevistas Fator Ciência. O objetivo do programa 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



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

impacto no cotidiano.

Os temas apresentados nessa segunda temporada foram:

- Terrorismo na fronteira – Prof. Micael Alvino da Silva e Mamadou Alpha Diallo
- Amazônia e Parque Nacional do Iguaçu – Prof. Cleto Kaveski Peres e Marina Xavier. (no ar em janeiro/2020).
- Mobilidade Urbana – Profa. Patrícia Zandonaide e Rudi Eduardo Paetzold.



### 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 para participar de eventos na universidade.

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 2019, foram veiculados 42 vídeos, conforme abaixo:

- 1) La historiografía y el cinema clásico argentino  
Entrevistado: Prof. Rafael Kobata Kimura – Entrevistadora: Prof. Maria das Graças Cleophas Porto
- 2) Os benefícios da integração regional para o cidadão  
Entrevistado: Prof. José Felício – Entrevistador: Prof. Felipe Cordeiro
- 3) La canción en el cine argentino y latinoamericano  
Entrevistado: Prof. Pablo Piedras – Entrevistador: Prof. Ignácio Del Valle Dávila
- 4) O melodrama e o cinema mexicano e argentino  
Entrevistado: Prof. Isaac Leon Frias – Entrevistador: Prof. Ignácio Del Valle Dávila
- 5) O papel do cinema e da TV na construção de narrativas históricas  
Entrevistada: Profa. Mônica Almeida Kornis – Entrevistadora: Profa. Carolina de Amaral Aguiar



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

- 6) O que é paradiplomacia?  
Entrevistado: Prof. Nahuel Oddone – Entrevistadora: Profa. Suellen Mayara Peres de Oliveira
- 7) Currículo na educação inclusiva  
Entrevistada: Profa. Maria de Fátima Joaquim Minetto – Entrevistadora: Profa. Juliana Franzi
- 8) Educação escolar inclusiva: avanços e desafios  
Entrevistada: Profa. Marinalva Silva Oliveira – Entrevistadora: Profa. Ana Paula Araújo Fonseca
- 9) Cátedras Paulo Freire e a Educação Ambiental  
Entrevistada: Profa. Monica Lopes Folena Araújo – Entrevistadora: Profa. Luciana Mello Ribeiro
- 10) Bibliotecas a la calle: bibliotecas como espaços interculturais  
Entrevistada: Profa. Natalia Duque Cardona – Entrevistadora: Profa. Mariana Cortês
- 11) Conservação biocultural e as relações entre o homem e o meio ambiente  
Entrevistada: Profa. Norma Hilgert – Entrevistador: Prof. Fernando Zanella
- 12) Gênero e diversidade nas universidades  
Entrevistada: Profa. Debbie Guerra Maldonado – Entrevistadora: Maria Aparecida Webber
- 13) As controvérsias do revisionismo histórico  
Entrevistado: Filipe Figueiredo – Entrevistadora: Gabriela Willig
- 14) Como pensar formas de desenvolvimento que não comprometam as gerações futuras?  
Entrevistado: Gabriel Vetorazzo – Entrevistador: Profa. Suellen Mayara Peres de Oliveira
- 15) Você sabe o que é a matéria escura?  
Entrevistado: Prof. Carlos H. Coimbra – Entrevistador: Prof. Oswaldo Loureda
- 16) Guerra às drogas ou às pessoas?  
Entrevistado: Prof. José Hermogenes Moura da Costa – Entrevistador: Prof. Francisney Pinto do Nascimento
- 17) Roteiro, criação e inspiração no Cinema  
Entrevistada: Beatriz Seigner – Entrevistadora: Profa. Ester Marçal Fér
- 18) O teatro épico latino-americano e a mediação cultural no teatro



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

Entrevistada: Profa. Marília Carbonari – Entrevistadora: Profa. Angelene Lazzareti

- 19) Pesticidas e o uso de melatonina como fatores para a doença de Parkinson  
Entrevistado: Prof. Josiel Mileno Mack – Entrevistadora: Ana Carolina Martins Gomes
- 20) A integração regional por meio da educação intercultural charla  
Entrevistado: Prof. Paulo Alves da Silva – Entrevistador: Profa. Jorgelina Tallei
- 21) A transição demográfica no Brasil e seus efeitos na Previdência  
Entrevistado: Prof. José Eustáquio Diniz Alves – Entrevistador: Prof. Henrique Kawamura
- 22) As relações entre o neo-liberalismo e a violência contra as mulheres  
Entrevistado: Profa. Jules Falquet – Entrevistador: Profa. Maria Inês Amarante
- 23) O que é a ciência de dados?  
Entrevistado: Prof. Thomas V. Conti – Entrevistador: Prof. Henrique Kawamura
- 24) As independências da América como revoluções do tempo  
Entrevistado: Prof. João Paulo Garrido Pimenta – Entrevistador: Prof. Hernán Venegas Marcelo
- 25) Entrevista com Valter Hugo Mãe  
Entrevistado: Valter Hugo Mãe – Entrevistador: Prof. Antônio Rediver Guizzo
- 26) Análise do discurso na história e na atualidade  
Entrevistado: Profa. Vanice Sargentini – Entrevistador: Prof. Jocenilson Ribeiro dos Santos
- 27) A Geografia Econômica na América Latina  
Entrevistado: Prof. Omar Horacio Gejo – Entrevistador: Prof. Zeno Soares Crocetti
- 28) Games, arte e educação: um bate-papo sobre pensamento computacional  
Entrevistado: Prof. Claudio Roberto Marquette Mauricio – Entrevistador: Prof. Pablo Souza de Villavicencio
- 29) Entre Joker, Bacurau e a política do medo  
Entrevistado: Prof. Márcio Selligman-Silva – Entrevistador: Prof. Antônio Rediver Guizzo
- 30) Produção de filmes e documentários no Brasil  
Entrevistado: Guilherme Peraro – Entrevistador: Prof. Leandro Trevisan
- 31) Lesboicídio: a pesquisa e o diálogo como formas de combate.  
Entrevistado: Profa. Suane Soares – Entrevistadora: Profa. Cleusa Gomes da Silva



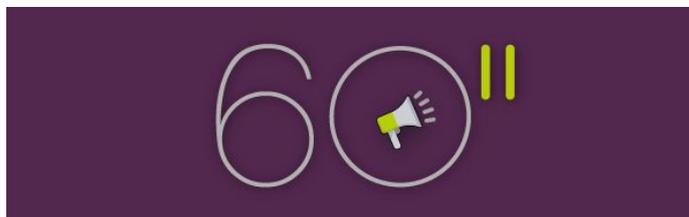
Ministério da Educação  
Universidade Federal da Integração Latino-Americana  
Secretaria de Comunicação Social

- 32) O bispo, o comunista e o documentarista  
Entrevistado: Prof. Luciano Pascoal – Entrevistador: Prof. Leandro Trevisan
- 33) Representações de gênero e comunicação política  
Entrevistada: Profa. Marlène Coulomb-Gully – Entrevistador: Prof. Jocenilson Ribeiro dos Santos
- 34) Responsabilidade social além do senso comum  
Entrevistado: Prof. José Henrique de Faria – Entrevistadora: Elaine Freitas
- 35) Extensão universitária no campo musical  
Entrevistado: Prof. Ronal Silveira – Entrevistadora: Profa. Bia Cyrino
- 36) A educação musical e o Fórum Latino-americano de Educação Musical  
Entrevistada: Profa. Marisa Fonterrada – Entrevistadora: Profa. Juliane Larsen
- 37) Vale a pena estudar Engenharia Química  
Entrevistado: Prof. Marco Aurélio Cremasco – Entrevistador: Prof. Leonardo da Silva Arrieche
- 38) A vida de um escritor  
Entrevistado: Julián Fuks – Entrevistador: Prof. Antonio Rediver Guizzo
- 39) Como retomar o crescimento econômico do país?  
Entrevistado: Fernando Nogueira da Costa – Entrevistador: Amilton José Moretto
- 40) Planejamento Latino-americano  
Entrevistado: Clovis Ultramari – Entrevistador: James Humberto Zomighani Junior
- 41) O Brasil de Paulo Guedes e a experiência chinesa  
Entrevistado: Leonardo Burlamaqui – Entrevistador: Carlos Henrique Santana
- 42) Inespecificidade, o próprio e a arte contemporânea Latino-americana  
Entrevistada: Florencia Garramunõ – Entrevistadora: Débora Cota



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

## Desafio 60 Segundos



O Desafio 60 Segundos foi uma ação desenvolvida pela SECOM com o foco de trabalhar a divulgação científica de uma forma atrativa para a população. Pesquisadores, extensionistas e estudantes de mestrado em estágio avançado de dissertação são convidados a falar sobre a importância de sua pesquisa, em um vídeo de até um minuto, utilizando uma linguagem acessível ao público. Durante o ano de 2019, foram publicados 31 episódios.

- 1) Utilização de garrafas PET na construção civil
- 2) Desmistificando a análise econômica financeira
- 3) Grupo de sistemas aeroespaciais
- 4) Laboratório de neurofarmacologia clínica
- 5) Efeitos do exercício físico aeróbico da suplementação com óleo de peixe
- 6) Viabilidade e otimização da produção de filamentos biodegradáveis para impressoras 3D
- 7) TEATRO MUSICAL
- 8) Efeitos da ayahuasca na ressignificação de perdas
- 9) Educa san
- 10) Entendendo os fenômenos da natureza
- 11) Perfil clínico epidemiológico de vítimas de queimaduras
- 12) Pedagogia de fronteira
- 13) Os impactos da Unila em Foz do Iguaçu
- 14) Herbário Evaldo Buttura, Entre caminhos e saberes
- 15) Laban arte e performance
- 16) Pesquisa com Alzheimer e emprego de canabinoides
- 17) Parâmetros no monitoramento da qualidade do biogás
- 18) Avaliação de desempenho escolar em Foz do Iguaçu
- 19) Análise dinâmica de estruturas
- 20) A rota africana de Flora Tristan
- 21) Metodologias ativas e produção de material didático
- 22) Produção de objetos digitais pedagógicos
- 23) Escrita científica
- 24) Elaboração de materiais paradidáticos para educação inclusiva
- 25) Caracterização de sistemas de célula combustível
- 26) Núcleo de apoio aos Povos da Terra
- 27) Estimativa das perdas de protensão em vigas
- 28) Pequenas ações salvam vidas
- 29) Saúde da Mulher
- 30) Incorporação de resíduos sólidos como matérias geotécnicas



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

### 31) Mestrado em biociências

#### Flickr



O flickr é um aplicativo online para armazenamento, gerenciamento e compartilhamento de fotos e vídeos. A plataforma oferece maior e melhor disponibilidade de imagens para os usuários, sendo o mais conhecido entre os softwares com essa finalidade. Outro detalhe é que o Flickr não comprime as fotos, mantendo a qualidade das imagens em qualquer resolução.

A SECOM utiliza a plataforma desde 2014, mas a partir desse ano a versão gratuita foi modificada e alguns limites de armazenamento foram criados. Considerando que UNILA não possui uma plataforma online para guarda de seu acervo digital de imagens, e que a versão paga do aplicativo possui armazenamento ilimitado de fotos de alta qualidade, após várias pesquisas realizadas pela SECOM, concluiu-se que o Flickr possui o melhor custo-benefício, sendo este altamente recomendado pela área técnica. Dessa forma, no segundo semestre de 2019, foi contratada a versão paga e completa do aplicativo.

Tabela 12 – Flickr: indicadores de 2019

Média de visualizações diárias	1.200
Fotos publicadas	11.062
Fotos armazenadas	2.014.336
Visualizações da galeria	177.275
Visualizações de álbuns	173.021
Total de visualizações	2.364.632 (desde 2014)

#### 3.6.6 Campanhas

As campanhas são ações intensivas de comunicação com foco em ações específicas da universidade. Historicamente a Secretaria de Comunicação implementa este tipo de estratégia para os principais processos de seleção de alunos de graduação e também para temáticas importantes para a comunidade acadêmica. Abaixo destacam-se as principais campanhas de 2019:



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

## Campanhas externas

### a) Campanha de divulgação do processo seletivo – Sisu 2019



A nova campanha para o SISU 2019 foi elaborada com objetivo de reforçar a mensagem de que a UNILA é uma universidade federal, gratuita e de qualidade. Para tanto as estratégias foram elaboradas com a proposta de mostrar as pessoas da universidade nos diversos espaços de atividades acadêmicas, demonstrando as várias dimensões da universidade (bibliotecas, laboratórios, salas de aula, espaços de convivência).

Abaixo são demonstrados os resultados dos conteúdos nas mídias sociais:

Tabela 13 – Facebook: resultados (Sisu 2019)

<b>Facebook</b>	
Postagens	9
Interações	2176
Curtidas	1035
Compartilhamentos	292
Comentários	119

Tabela 14 – Indicadores do Twitter e Instagram (Sisu 2019)

<b>Indicadores</b>	<b>Twitter</b>	<b>Instagram</b>
Postagens	9	6
Impressões	10534	8975
Interações	206	146

Site da campanha: <https://portal.unila.edu.br/ingresso/sisu/anos-anteriores/2019>



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

b) Campanha de divulgação do processo seletivo de Vagas Ociosas 2019



Em 2019 o processo seletivo para transferência e aproveitamento de diplomas ocorreu no segundo semestre. As estratégias adotadas seguiram a linha da campanha do ano anterior, com amplo trabalho nas mídias digitais, assessoria de imprensa e também com cartazes espalhados no Terminal de ônibus de Foz do Iguaçu (TTU).

Abaixo são demonstrados os resultados nas mídias sociais:

Tabela 15 – Facebook: resultados (vagas ociosas 2019)

Facebook	
Postagens	5
Interações	357
Curtidas	216
Compartilhamentos	91
Comentários	50

Tabela 16 – Indicadores do Twitter e Instagram (vagas ociosas 2019)

Indicadores	Twitter	Instagram
Postagens	3	3
Impressões	4372	5158
Interações	53	42

Site com todas as informações: <https://portal.unila.edu.br/ingresso/vagas-ociosas>



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

### c) Divulgação Processo Seletivo Internacional 2020



Em 2019 a universidade lançou o Processo de Seleção Internacional (PSI) e também o processo de Seleção de Refugiados e Indígenas. Para o PSI a campanha foi preparada seguindo as diretrizes do ano anterior, que procurou mobilizar os discentes da universidade para potencializar a divulgação. Nesta linha os alunos foram os atores principais das peças produzidas.

Tabela 17 – Facebook: resultados (PSI 2020)

Facebook	
Postagens	13
Interações	3357
Curtidas	1879
Compartilhamentos	629
Comentários	353

Tabela 18 – Indicadores do Twitter e Instagram (vagas ociosas 2019)

Indicadores	Twitter	Instagram
Postagens	6	14
Impressões	6553	34891
Interações	88	1557

Site com todas as informações: <https://portal.unila.edu.br/ingresso>



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

## Campanhas internas

### a) Implantação do processo eletrônico



Em 30 de maio, 30 dias antes da finalização do prazo para a implantação total do processo administrativo em meio eletrônico nas IFEs, a SECOM e a CTIC iniciaram uma campanha para explicar do que se tratava e como seria a migração. Durante todo o mês de junho, uma vez por semana, foram veiculadas, no La Semana Unilera, conteúdos explicativos com relatos de servidores que estavam em processo avançado de implantação da ferramenta.

### b) 2ª SIEPE – Semana Integrada de Ensino, Pesquisa e Extensão



Em agosto, foram lançados uma série de chamadas de topo no informativo La Semana Unilera lembrando os estudantes sobre os prazos de inscrições para os Seminários da SIEPE (como o SAFOR e o SEUNI), além de outros avisos importantes, como seleção de monitores e afins. Durante a realização do evento, em setembro, foram divulgamos internamente as atividades que aconteceram durante a 2ª SIEPE.

### c) Unila: Nosso Bem Comum





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

Em julho, a Secom foi demandada sobre a necessidade de pensar em uma campanha bem abrangente para a economia de recursos e também sobre a conscientização para preservação do patrimônio público. A campanha foi lançada em setembro e veiculada no La Semana Unilera e também no portal: <https://portal.unila.edu.br/secom/campanhas/unila-nosso-bem-comum>. Por se tratar de uma campanha grande, com várias peças, o lançamento da campanha foi na última quinta-feira de agosto e as peças foram trabalhadas em todas as edições de setembro – não somente em um dia da semana, como normalmente é feito em uma campanha.

#### d) Outubro Rosa e Semana do Servidor



Para atender a duas demandas importantes da PROGEPE, no mês de outubro foram feitas várias chamadas de topo para as inscrições das atividades relativas à Semana do Servidor. Além disso, em alusão ao Outubro Rosa, foi trabalhado, em parceria com o DPVS, um conteúdo explicativo sobre os pontos mais importantes da saúde da mulher, de forma mais abrangente e também tratando especificamente sobre o tema da campanha: o câncer de mama.

#### e) Novembro Azul

Em alusão ao Novembro Azul, foi trabalhado, novamente em parceria com o DPVS, um conteúdo explicativo sobre os pontos mais importantes da saúde do homem, de forma mais abrangente, procurando sensibilizar este público que, historicamente, descuida mais da saúde e vive menos do que o sexo oposto, sem deixar de tratar especificamente sobre o tema da campanha: o câncer de próstata.

Para o ano de 2020, estão previstas duas campanhas, com os temas "Mexa-se pela sua saúde", em parceria com a Progepe, e uma campanha a pedido da Ouvidoria.

### 3.6.7 Ações de Relacionamento

As ações de relacionamento da Unila, executadas pela SECOM, são, essencialmente, três: Unila na Feira, Visitas Guiadas e Pingado de Prosa. Elas têm formatos diferentes e são direcionadas a públicos específicos.



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

## Unila na Feira



A ação Unila na Feira leva a riqueza e a diversidade da Universidade para Feiras de Foz do Iguaçu. Visa apresentar à comunidade: ações culturais, projetos de extensão, pesquisa, atividades de estudantes e servidores, criando assim um espaço de encontro, de movimento e aprendizado. A sua execução resgata uma prática já realizada em outros anos pela UNILA.

O público-alvo dessa ação é a população que frequenta as Feiras: moradores, turistas, visitantes de Foz do Iguaçu e região.

Os objetivos do projeto são: levar a Universidade para a comunidade; dialogar com a comunidade; trabalhar o sentimento de pertencimento da comunidade; apresentar a UNILA com base nos princípios da integração e da interculturalidade; mostrar ações da Universidade que impactam na cidade e região; questionar o estereótipo da universidade pública e divulgar o tripé – ensino, pesquisa e extensão.

Além da ação permitir o relacionamento com o público externo, ela gerou, também, parcerias internas, através do grupo de trabalho formado. A Secretaria de Comunicação (SECOM) atuou como facilitadora, junto com a Pró-Reitoria de Extensão (PROEX) e o Departamento de Cerimonial.

Resultados 2019:

- Período de execução: 02/06/2019 a 29/11/2019
- Número de ações realizadas: 9, sendo 7 participações na Feirinha da JK e 2 na Avenida Paraná – durante o projeto “Domingo na Rua”.
- Número de ações apresentadas: 32 ações, entre cursos de graduação, projetos de pesquisa e de extensão, atividades das ligas universitárias e atléticas.
- Dados de circulação: aos domingos, na Feirinha da JK, circulam, em média, cinco mil pessoas. Já na atividade da Avenida na Paraná, cerca de duas mil.

Fotos: <https://www.flickr.com/photos/unila/albums/721577094256113912>

## Visitas Guiadas

O projeto Visitas Guiadas à Universidade visa aproximar a comunidade, envolver e ampliar o



debate sobre acesso ao ensino público.

Hoje, as visitas seguem um perfil de *tour* de apresentação, ou seja, são apresentados os espaços de salas de aulas, laboratório, biblioteca e, caso exista a necessidade do visitante, são feitas apresentações ou um tour específico.

As visitas são direcionadas a estudantes do ensino médio, professores e coordenadores de escolas estaduais e particulares de Foz do Iguaçu e região.

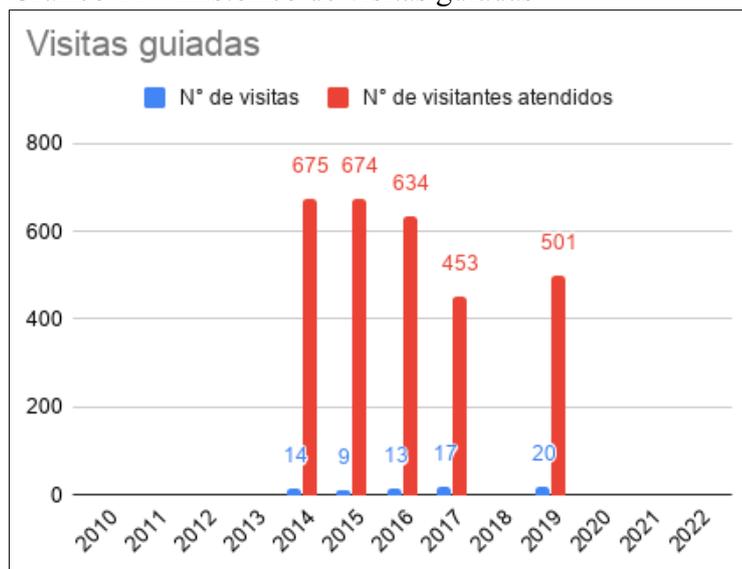
Os objetivos são: dialogar com alunos do Ensino Médio, professores e gestores de escolas; trabalhar o sentimento de pertencimento da comunidade; despertar o interesse nos estudantes em ingressar na UNILA; apresentar as formas de ingresso e os cursos; divulgar o tripé – ensino, pesquisa e extensão.

#### Resultados 2019

- Período de execução: 15 de fevereiro a 27 de novembro
- Número de visitas: 20
- Número de visitantes: 501
- 65 visitantes ingressantes 2019 da UNILA
- 436 estudantes de ensino médio
- 133 argentinos
- 368 brasileiros

Fotos: <https://www.flickr.com/photos/unila>

Gráfico 14 – Histórico de visitas guiadas





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

## Pingado de Prosa



O projeto Pingado de Prosa leva diversos temas de cunho científico da universidade para cafés de Foz do Iguaçu.

O público-alvo do projeto são frequentadores dos cafés, estudantes, professores, formadores de opinião e interessados nas temáticas de cada edição.

Os objetivos são: levar a Universidade para a comunidade; trabalhar a imagem da Unila na cidade; criar um espaço de diálogo e debate; gerar questionamentos sobre temas relevantes; gerar um produto audiovisual para o canal da Unila no Youtube; apresentar a UNILA com base nos princípios da integração e da interculturalidade.

Resultados 2019:

- O lançamento foi realizado em 07 de novembro, no Delion Café. Com o tema: “ Como restaurar a paz em um mundo polarizado?”. O público presente, composto por 30 pessoas, mostrou interesse no tema e na dinâmica, que valoriza a interatividade.

### 3.6.8 Portal UNILA

O Portal UNILA foi migrado para a nova plataforma (Plone) e novo endereço ([portal.unila.edu.br](http://portal.unila.edu.br)) em janeiro, e, gradativamente, começou-se a descentralizar a gestão de páginas específicas (cursos de graduação e pós, unidades administrativas etc).

No total, foram criadas 1.251 páginas, incluindo todas as áreas administrativas e acadêmicas.

Como dados de resultado de acessos no site, é possível destacar alguns números interessantes em 2019:

Gráfico 15 – Indicadores de acesso do site



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

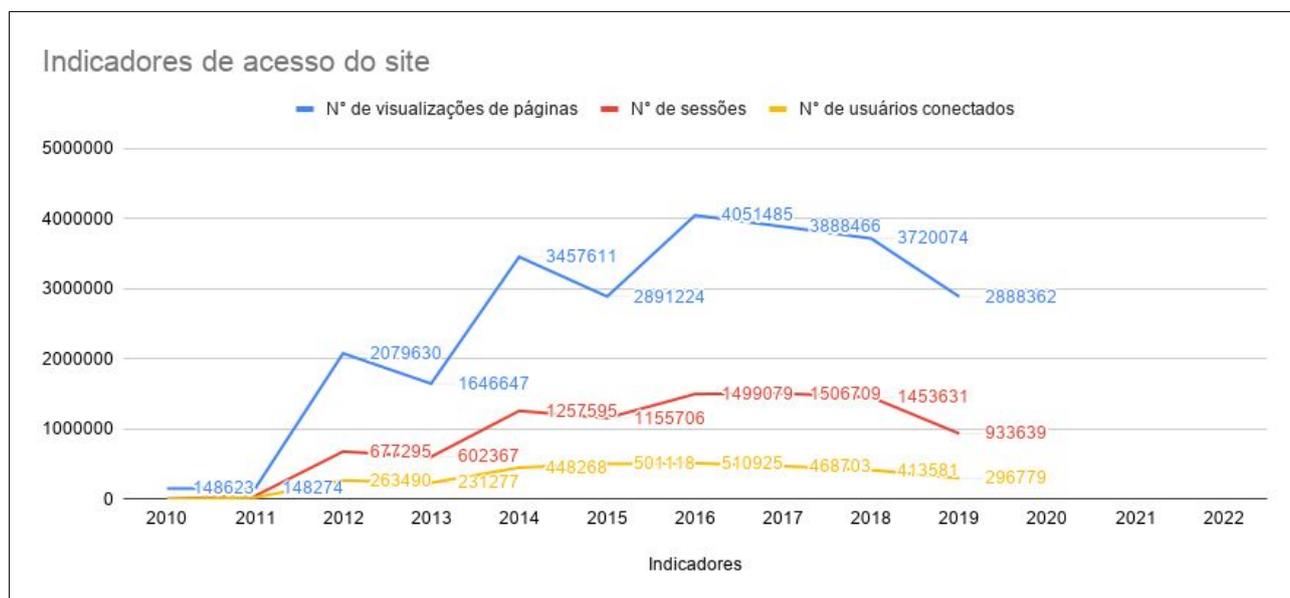


Tabela 19 – Histórico de acesso à página em 2019

Indicadores	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Tempo médio de conexão	04:37	04:07	03:46	03:51	03:26	04:31	04:15	04:04	03:37
Taxa de rejeição	37,51%	43,37%	49,73%	51,89%	57,60%	32,88%	34,27%	30,63%	48,63%

Tabela 20 – As 10 páginas mais acessadas (% do total de visualizações do site)

Página	Visualizações de página
1. Home	757.293 (27,27%)
2. /graduacao	131.483 (4,73%)
3. /ingresso/internacional/seleccin-2020	73.455 (2,65%)
4. /mestrado	40.529 (1,46%)
5. /editais	37.430 (1,35%)
6. /proagi/coinfra/horarios-intercampi	32.815 (1,18%)
7. /estudantes	31.874 (1,15%)
8. /graduacao/medicina	27.665 (1,00%)
9. /prograd/estudantes/calendario-academico	27.192 (0,98%)
10. /institucional	23.663 (0,85%)



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

Tabela 21 – As 10 notícias mais acessadas em 2019

	<b>Endereço</b>	<b>Visualizações de página</b>
1.	/inscripciones-abiertas-para-la-seleccion-internacional-de-la-unila	13.960 (6,05%)
2.	/editorias/	12.623 (5,47%)
3.	/estudiantes-que-fizeram-enem-entre-2014-e-2018-podem-concorrer-a-vagas-remanescentes	9.643 (4,18%)
4.	/unila-recebe-inscricoes-para-transferencia-externa-e-aproveitamento-de-diploma -	7.238 (3,14%)
5.	/sai-lista-de-aprovados-da-unila-matriculas-comecam-nesta-quarta-feira-30	6.152 (2,67%)
6.	/provas-especificas-para-transferencia-aproveitamento-de-diploma-reopcao-e-reingresso-confira-o-ensalamento	4.834 (2,09%)
7.	/unila-convoca-candidatos-em-lista-de-espera-para-realizar-pre-cadastro-segunda-chamada-sai-dia-25	4.824 (2,09%)
8.	/inscricoes-para-mestrado-e-doutorado-em-energia-e-sustentabilidade-comecam-neste-dia-1o	4.754 (2,06%)
9.	/nota-da-reitoria	4.218 (1,83%)
10.	/mestrado-em-historia-esta-com-inscricoes-abertas-para-aluno-regular	4.053 (1,76%)

Tabela 22 – Cidades com maior número de acesso ao site

	<b>Cidade</b>	<b>Usuários</b>	<b>Porcentagem de usuários</b>
1.	Foz do Iguaçu	81.466	25,73%
2.	Localização não indicada	32.696	10,33%
3.	Curitiba	29.040	9,17%
4.	São Paulo	18.391	5,81%
5.	Rio de Janeiro	7.131	2,25%
6.	Bogotá	6.936	2,19%
7.	Asunción	6.590	2,08%
8.	Cascavel	5.840	1,84%
9.	Brasília	3.993	1,26%
10.	Belo Horizonte	3.291	1,04%



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

Tabela 23 – Países com maior número de acesso ao site

	<b>País</b>	<b>Usuários</b>	<b>Porcentagem de usuários</b>
1.	Brasil	216.027	75,35%
2.	Paraguai	15.252	5,32%
3.	Colômbia	13.967	4,87%
4.	Argentina	5.929	2,07%
5.	Peru	4.693	1,64%
6.	EUA	4.412	1,54%
7.	Chile	3.382	1,18%
8.	Honduras	2.832	0,99%
9.	México	1.965	0,69%
10.	Guatemala	1.862	0,65%

Tabela 24 – Cidades do Brasil com maior número de acessos ao site

	<b>Cidade</b>	<b>Usuários</b>	<b>Porcentagem de usuários</b>
1.	Foz do Iguaçu	81.466	33,58%
2.	Curitiba	29.040	11,97%
3.	São Paulo	18.394	7,58%
4.	Rio de Janeiro	7.131	2,94%
5.	Localização não indicada	6.248	2,58%
6.	Cascavel	5.840	2,41%
7.	Brasília	3.993	1,65%
8.	Belo Horizonte	3.291	1,36%
9.	Porto Alegre	2.965	1,22%
10.	Santa Terezinha de Itaipu	2.951	1,22%

### 3.6.9 Outros serviços

A SECOM ainda é responsável pelos seguintes serviços:

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.



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

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

Informativo *La Semana Unilera*: é o veículo oficial de comunicação interna da UNILA, abordando diversos temas, tais como “Informes”, “Agenda de eventos”, “Acontece na cidade”, “Oportunidades”, “UNILA na Mídia”, “Notícias da Gente”. O boletim bissemanal, que já está em seu sexto ano, teve 88 edições enviadas no ano de 2019 com média de leitura de 1300 acessos.

No final de 2018, o informativo passou por mudanças de layout, reestruturação editorial e reformas técnicas. A principal novidade no ano de 2019 referente a este veículo foi o uso do Whatsapp como ferramenta de comunicação interna. Foram criados grupos de notícias divididos por públicos de interesse (Servidores e Estudantes) e, após o envio de cada edição via e-mail institucional, a equipe do DECI posta manualmente todos os informes no Portal e, posteriormente, envia-se um resumo (contendo até cinco informes, escolhidos de acordo com o grau de relevância) dessas informações, com o link completo para a nota, via WhatsApp institucional.

Para 2020, o objetivo é migrar para outra plataforma, o Mautic. Essa migração já está em andamento e será 100% finalizada no mês de janeiro.

Boletim UNILE-SE: O Boletim UNILE-SE circula sempre às quartas-feira. O *mailing* tem mais de 1.150 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.

Carta de Serviços ao Cidadão: Em atendimento a Lei nº 13.460, de 26 de junho de 2017, a SECOM coordena a atualização da Carta de Serviços da UNILA.



#### 4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

O ano de 2019 foi muito promissor na consolidação da nova estrutura e do novo posicionamento da Secretaria de Comunicação Social na universidade. Após a aprovação no Consun da nova estrutura e sua completa viabilização, os fluxos de trabalho vem se alterando para uma atuação mais estratégica. Estas transformações podem ser visualizadas na abertura de novos canais de comunicação da universidade, que diversificam o processo de comunicação construído pela Secretaria com os diversos públicos da UNILA. Além disso, a própria universidade deu um importante passo ao ter sua primeira reitoria eleita, nomeada em 2019. Outro ponto importante para a avaliação do ano foram as dificuldades enfrentadas no contexto político nacional, que uma vez mais proporcionaram desafios complexos que impactaram diretamente nas ações de comunicação.

Ao longo do ano projetos importantes foram desenvolvidos, sendo o mais importante deles a consolidação dos novos fluxos de trabalho criados a partir da nova estrutura de organograma da unidade. Com a nova estrutura a SECOM começa a atuar com equipes especializadas em Comunicação Institucional, Comunicação Interna e Comunicação Digital. Isto possibilitou uma atuação mais organizada, resultando no aumento da produção de conteúdos da Secretaria e na diversificação de canais. Com relação aos canais, foi implementado o novo portal, o programa Estação Innovacities na rádio e no Youtube, o Desafio 60 segundos no Youtube, listas de transmissão no WhatsApp focadas na comunidade interna e ações de relacionamento como UNILA na Feira e Pingado de Prosa. Com estes novos canais a produção de conteúdos da Secretaria dialoga com uma grande diversidade de públicos, o que impacta positivamente principalmente nas métricas de monitoramento nas mídias sociais.

Crescimento no número de inscritos desde 2017 (início da atual gestão da SECOM):

- Facebook: 25%
- Youtube: 141%
- Instagram: 284%
- Twitter: 22%

Já o site vem apresentando quedas em seus principais indicadores desde o início deste monitoramento, iniciado em 2017. O número de usuários conectados é um dos principais indicadores, pois indica quantas pessoas diferentes acessaram o portal ao longo do ano analisado, sendo que durante o período entre 2017/2018 este indicador obteve uma queda de 13% e no período de 2018/2019, a queda foi de 28%. Os motivos para este desempenho devem ser investigados com cuidado, porém a mudança para a plataforma nova em 2019 certamente teve impactos. Além disso a contínua mudança nos comportamentos dos usuários, que migram cada vez mais para outras plataformas no processo de busca de informações, seja o WhatsApp ou as mídias sociais, tem influência direta neste processo.

Desafios para 2020:

Finalizada a análise dos resultados de 2019, cabe agora elencar os principais desafios para 2020, podendo ser divididos novamente em dois eixos: desafios do cenário político nacional e



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

aperfeiçoamento da comunicação da universidade.

Como vem sendo recorrente nos últimos anos, a UNILA deverá enfrentar muitos desafios em 2020 em razão do contexto político. Em 2017 foi alvo do movimento que buscou creditar as universidades como instituições que gastam recursos públicos de forma desorganizada e desmedida, além da tentativa de transformar a UNILA em UFOPR. Já em 2018, além de ser ano de eleições para a presidência da república, a UNILA teve sua primeira eleição para reitor. Após finalizar o pleito eleitoral, o atraso na nomeação e as incertezas geradas por este fato também geraram impactos internamente. No ano de 2019 o bloqueio de verbas e a dinâmica de liberação de recursos no final do ano foi um dos principais desafios enfrentados pelas universidades. Além disso, a dinâmica de embate imposta pelo Ministério da Educação com as instituições de ensino superior e propostas como o Future-se, contribuíram para aumentar o cenário de incertezas durante o ano. Com base neste contexto histórico, o ano de 2020 certamente trará desafios para as universidades federais, cabendo à UNILA o papel de fortalecer suas raízes no território, aproximando parcerias na região e ampliando estes relacionamentos para agentes estratégicos em toda América Latina e Caribe.

Já no que diz respeito ao aperfeiçoamento da comunicação da universidade, a melhoria das plataformas de comunicação atuais será um primeiro objetivo, principalmente o portal da universidade. Com base nos dados da avaliação dos últimos anos é preciso estabelecer um processo de melhorias do portal, o que já vem sendo encaminhado com a realização de uma pesquisa de avaliação com a comunidade interna e a reestruturação de algumas páginas estratégicas, como a dos cursos de graduação e também dos processos seletivos. Além do portal, novos canais devem ser lançados ao longo de 2020, como o aplicativo UNILA, disponível para dispositivos Android e um canal de podcast UNILA.

A comemoração dos 10 anos da universidade é uma grande oportunidade para a divulgação da universidade, podendo ser bem aproveitada por toda a comunidade acadêmica. Além disso, para aproximar a universidade da comunidade de Foz e região, as ações de relacionamento serão potencializadas, como o UNILA na Feira e o Pingado de Prosa, somando-se a atividades de outras unidades como o UNILA ao Seu Alcance da PROEX.

Como forma de amplificar ainda mais as mensagens produzidas pela universidade é preciso ampliar os trabalhos voltados para o bilinguismo e para a internacionalização da comunicação. Para tanto é preciso prover estrutura necessária para que os conteúdos produzidos pela SECOM sejam traduzidos para o espanhol, além disso, é preciso desenvolver um plano de expansão internacional da comunicação, algo que poderá ser organizado junto com a PROINT. Este plano está atrelado a necessidade imediata de prover recursos para publicidade paga para amplificar a disseminação de conteúdos, principalmente no ambiente digital.

Estes são alguns caminhos que deverão ser trilhados no ano de 2020 que, junto com o trabalho consistente que vem sendo desempenhado pela equipe de comunicação ao longo dos anos, construa a imagem da UNILA como uma universidade referência de qualidade no ensino, na pesquisa e na extensão, em toda América Latina e Caribe.