



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

## **RELATÓRIO DE GESTÃO – EXERCÍCIO 2022**

Fevereiro/2023  
Foz do Iguaçu/PR



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

## **RELATÓRIO DE GESTÃO – EXERCÍCIO 2022**

Relatório de Gestão do exercício de 2022, sobre as principais atividades desenvolvidas e os resultados alcançados.

Junho/2021  
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

**Ricardo Gasparotto**  
Chefe do Serviço de Planejamento e Administração

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

**Jacqueline Bohn Couto**  
Chefe do Departamento de Comunicação Interna

**Roberta Moreno**  
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

<b>1 RESUMO EXECUTIVO</b>	<b>5</b>
1.1 Os principais fatos de 2022:	5
<b>2 APRESENTAÇÃO</b>	<b>6</b>
<b>3 RELATÓRIO DE AÇÕES 2022</b>	<b>8</b>
3.1 Plano de Gestão 2022	8
3.2 Métricas e Resultados	13
3.2.1 Matérias Produzidas	14
3.2.2 Assessoria de Imprensa	14
3.2.3 Mídias Sociais	15
3.2.4 Produção Gráfica	21
3.2.5 Produção Audiovisual	22
3.2.6 Campanhas	26
3.2.7 Portal UNILA	27
3.2.8 Outros serviços	30
<b>4 ANÁLISE DOS RESULTADOS</b>	<b>31</b>



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

## 1 RESUMO EXECUTIVO

### 1.1 Os principais fatos de 2022:

- 1.1.1 **Eleições presidenciais - adequação da comunicação institucional:** como em todo ano eleitoral, as iniciativas de comunicação passam pela reorganização a partir das diretrizes definidas pela Secom da Presidência, que encaminham novas normativas da comunicação em período eleitoral. Diante disso, a Secom da Unila teve de adaptar a produção de conteúdos e as interações digitais ao longo de todo o processo eleitoral, impactando profundamente na comunicação da universidade.
- 1.1.2 **Lançamento Tiktok:** sendo a plataforma com maior crescimento na web, a UNILA estruturou sua entrada no Tiktok criando um perfil próprio, voltado para a divulgação científica e também das principais oportunidades da universidade para o público daquela plataforma.
- 1.1.3 **Podcasts UNILA:** com o avanço da produção audiovisual da universidade, em especial com programas de divulgação científica, a Secom estruturou sua presença nas principais plataformas de áudio utilizadas atualmente. Divulgando os episódios dos programas audiovisuais gravados na Secom, adaptados para as versões em áudio.
- 1.1.4 **Retomada LinkedIn:** após um período sem atuação nesta rede, a Secom retoma a produção de conteúdo especializada na rede LinkedIn. Com conteúdos que privilegiam oportunidades e também aqueles que mostram as qualidades da universidade, o perfil da UNILA nesta mídia social volta a crescer.
- 1.1.5 **Lançamento do serviço “[Divulga - sites institucionais](#)”:** neste ano foi lançado o serviço que facilitou a criação de sites voltados para a divulgação da pesquisa e da extensão da universidade. A partir de agora, projetos e grupos de pesquisa, projetos de extensão e laboratórios podem criar sites utilizando a infraestrutura da universidade.
- 1.1.6 **Início da construção do “Espaço Ciência”:** o novo serviço Divulga e o Espaço Ciência se tornam uma grande plataforma de divulgação científica ao facilitar a criação de sites para grupos e projetos de pesquisa, projetos de extensão e laboratórios da universidade, além de centralizar a divulgação em um site que se constrói como um grande catálogo das ações realizadas pela universidade.
- 1.1.7 **Portal Internacional:** foi neste ano também que foi iniciado o projeto do Portal Internacional, um novo portal pensado especialmente no público internacional, para busca de novos alunos e alunas, pesquisadores e pesquisadoras e também de parcerias institucionais. Com esta nova ferramenta, será possível divulgar a universidade com mais eficiência, com conteúdos segmentados para estes públicos, melhorando o ranqueamento do portal nos mecanismos de busca internacionais.



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

**1.1.8 Regulamentação do uso seguro das mídias sociais:** buscando adequar a UNILA às novas diretrizes de segurança da informação, estabelecidas pela IN nº 6, de 23 de dezembro de 2021, pelo Gabinete de Segurança Institucional da Presidência da República, a Secom e a CTIC trabalharam para construir e aprovar uma regulamentação interna para o uso das mídias sociais por unidades acadêmicas e administrativas. Esta normativa foi aprovada pelo Comitê Gestor de Tecnologias de Informação e Comunicação (CGTIC) e já está em vigência.

## 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 20 servidores e está dividida em quatro subunidades:

DECIN – Departamento de Comunicação Institucional;  
DECI – Departamento de Comunicação Interna;  
DICG – Divisão de Comunicação Digital;  
SEA – Seção de Audiovisual;  
SERPLAD - Serviço de Planejamento e Administração.

Abaixo, a estrutura organizacional da SECOM:

Figura 01 - Organograma da Secom



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



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

Central de Serviços	<a href="https://servicos.unila.edu.br/">https://servicos.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>
Linkedin	<a href="https://www.linkedin.com/school/unila-oficial/">https://www.linkedin.com/school/unila-oficial/</a>
Tiktok	<a href="https://www.tiktok.com/@unilatok">https://www.tiktok.com/@unilatok</a>
Youtube	<a href="https://www.youtube.com/user/younilatube">https://www.youtube.com/user/younilatube</a>
Capi App	<a href="https://app.unila.edu.br/login">https://app.unila.edu.br/login</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.
Grupos de Whatsapp	<a href="https://portal.unila.edu.br/secom/produtos/whatsapp-app-institucional">https://portal.unila.edu.br/secom/produtos/whatsapp-app-institucional</a>
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>

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



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

canais citados, as respostas somente são publicadas após verificação com as áreas envolvidas.

### 3 RELATÓRIO DE AÇÕES 2022

#### 3.1 Plano de Gestão 2022

Com base nas estratégias estabelecidas no PDU, no Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) e no Plano de Gestão da Reitoria 2019-2023, a SECOM desenvolve as 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, seguem abaixo as ações planejadas pela SECOM no ano de 2022 e resultados obtidos.

Tabela 02 – Resumo do Plano de Ações 2022

Vinculação com PDU	Nome da ação	Resultados
PDI 12.2	Comunicação SIEPE	Processo de <a href="#">comunicação</a> da SIEPE realizado adequadamente, garantindo a retomada do evento no formato presencial.
PDI 12.2	Filme 12 anos	Neste ano foi iniciada a construção do roteiro do filme, que será um material mais perene, um filme institucional.
PDI 12.1	PSI, PSRH e PSIN	As campanhas dos processos seletivos internacionais foram realizadas e conseguiram garantir ótimos resultados, ampliando o número de matrículas na universidade.
PDI 12.1	Construção da Política de Comunicação	As ações para a criação da Política de Extensão não tiveram avanços em 2022.
PDI 12.2	La Semana Mural	Após um longo processo de pesquisa de soluções gratuitas para viabilizar os murais digitais para a veiculação do La Semana, não tivemos sucesso. Os softwares encontrados não tem compatibilidade com as TV's que adquirimos, forçando assim a busca por soluções pagas, construídas especialmente para a UNILA. Este é um processo que precisa ser retomado em 2023.
PDI 12.2	Notícias da Gente + Mapeamento de Egressos	A produção de conteúdos foi impactada pelo período eleitoral. Porém, neste período, foi realizado um levantamento no Mapeamento de Egressos, buscando por boas histórias. A produção destes conteúdos foi retomada no início de 2023.
PDI 12.2	UNILA em Imagens	A editoria do La Semana foi realizada normalmente ao longo do ano, publicando belas imagens da universidade no informativo.
PDI 12.2	Campanha Interna - Viver Bem	A campanha teve sua edição 2022 publicada no final do ano.
PDI 12.2	Campanha Interna - CPA	A CPA também foi foco de uma ação de comunicação interna, realizado no 3º trimestre de 2022.
PDI 12.2	Campanha Interna - Setembro Amarelo	A campanha anual para cuidados com a saúde mental foi foco dos trabalhos da comunicação interna no 3º. Neste ano a UNILA assume uma abordagem mais ampla, tratando da saúde mental neste período.
PDI 12.2	Recepção de Novos Estudantes	A Secom realizou uma ação de recepção com os novos estudantes da universidade, criando um <a href="#">espaço instagramável</a> onde os discentes pudessem tirar fotos e compartilhar que agora estão na universidade.





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

		Além disso, a Secom ajudou na divulgação da <a href="#">programação oficial</a> da recepção.
	Campanha Interna - Dia da Mulher	Anualmente a Secom realiza a produção de conteúdos especiais para o Dia da Mulher. Em 2022 foi realizada a produção da campanha “ <a href="#">Las Unileras, mulheres que fazem a UNILA</a> ”.
PDI 12.3	Campanha Interna - Integridade - PROPLAN	Diversos conteúdos sobre integridade foram veiculados no La Semana Unilera ao longo do 1º e 2º trimestre do ano.
PDI 12.3	Minuto da Ética	O Minuto da Ética é um conteúdo produzido pela Comissão de Ética da UNILA que é veiculado uma vez ao mês nos canais de comunicação interna. Ao longo do ano de 2022 ele circulou mensalmente.
PDI 12.3	Campanha Interna - Nosso Bem Comum	Em razão da priorização de outros projetos, a Campanha Nosso Bem Comum não foi realizada ao longo do ano de 2022.
PDI 12.1	Comunicação Interna - Espaço Reitoria	As publicações no Espaço Reitoria foram realizadas ao longo do ano, com conteúdos em texto e vídeo, mas sofreram uma redução ao longo do período eleitoral.
PDI 12.1	Reformulação da ID Visual da UNILA e construção de arquitetura de marcas da Universidade para cursos e órgãos suplementares	Ao longo do ano de 2022 a proposta de arquitetura da marca da UNILA avançou, chegando em um modelo que está em avaliação, para posterior apresentação e discussão com a comunidade. Além disso, a proposta de produção de marcas para cursos e órgãos suplementares também avançou, a BIUNILA e alguns PPG's já estão no processo de atualização.
	Campanhas de Processo Seletivo da UNILA	O ano de 2022 foi ímpar, pois em razão da pandemia a UNILA realizou dois ciclos de seleção em um só ano. Esta dinâmica impactou profundamente o trabalho na Secom, pois haviam prazos curtíssimos para realizar toda a produção das campanhas de seleção. Ao longo dos 4 trimestres foram realizadas 6 grandes campanhas, algumas ocorrendo simultaneamente. Ao final, todas as campanhas foram realizadas e bons resultados foram alcançados, ampliando a busca pela Unila por parte da comunidade nacional e internacional.
PG 3.75	Repaginação da Assessoria de Imprensa	O projeto de reestruturação da Assessoria de Imprensa foi realizado ao longo do ano com reuniões de avaliação entre os jornalistas e a chefia do DECIN, buscando identificar pontos de melhoria nos processos internos. Além disso, foi retomada a contratação do serviço de disparo de releases para o mailing de imprensa da América Latina.
PDI 12.4	Charlas	Desde o início da pandemia o projeto Charlas foi pausado em razão das limitações impostas pelo distanciamento social. Em 2022, como o foco do audiovisual estava no programa que o substituiu ao longo da pandemia, as Charlas não foram retomadas.
PG 4.49	Plataforma Podcasts	Desde 2020 os programas de divulgação científica produzidos pela UNILA são publicados também em formato podcast, nas melhores <a href="#">plataformas disponíveis atualmente</a> (Spotify, Anchor, Deezer). Na temporada de 2022 foram publicados 49 episódios.
PG 4.49	Vídeos Institucionais	Ao longo do ano, algumas demandas requerem a produção de materiais audiovisuais. Questões como o <a href="#">retorno às atividades presenciais pós-covid</a> , <a href="#">tutoriais de sistemas</a> , <a href="#">tutoriais de apoio</a> , <a href="#">tradução de editais em libras</a> ou <a href="#">vídeos especiais apresentando áreas</a> ou serviços são alguns dos que foram produzidos pela Secom neste período.



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

PG 4.33	Mexa-se pela sua saúde	O projeto <a href="#">Mexa-se pela sua saúde</a> é uma parceria entre a Secom e a Progepe para o fomento das atividades físicas para a comunidade da universidade. Realizado desde 2021, a temporada 2022 apresentou 8 episódios com dicas de posturas, alongamentos entre outros tópicos.
PG 4.37	Projeto Janelas da Extensão	O projeto Janelas da Extensão foi criado pela PROEX, porém não foi iniciado.
PG 4.33	Vídeos Espaço Reitoria	O espaço criado com o objetivo de dar mais transparência às ações promovidas pela reitoria teve suas atividades prejudicadas em razão do ano eleitoral, razão pela qual foi publicado somente um vídeo.
PDI 12.1	Podcast Trajetórias	O podcast <a href="#">Trajetórias</a> é um projeto de extensão realizado pelo Prof. Diego Torres e a Secom. Na primeira temporada, de 2022, foram publicados 6 episódios.
PG 4.7	Transmissão de eventos via streaming no canal do youtube	Iniciado como um serviço de apoio para as atividades acadêmicas durante a pandemia, a Secom tem organizado o <a href="#">serviço de transmissão de eventos</a> pelo canal de Youtube da universidade. Mesmo com o retorno às atividades presenciais, em 2022 foram realizadas 11 transmissões.
PDI 12.2	Coberturas fotográficas	Com a chegada de novos servidores na unidade foi possível oferecer o serviço de cobertura fotográfica para eventos, solicitado atualmente via Central de Serviços. Ao longo de 2022 diversos eventos foram atendidos, tendo suas fotos publicadas no <a href="#">Flickr Institucional</a> .
PDI 12.3	Vídeos para campanhas	O ano de 2022 foi intenso no número de campanhas, por isso a produção audiovisual teve de se concentrar no prioritário. Foram produzidos mais de 10 vídeos, entre editais em libras, tutoriais de sistemas e vídeos promocionais.
PDI 12.2	Desenvolvimento do perfil institucional no Tik tok	Em 2022 a UNILA iniciou seu perfil no <a href="#">Tiktok</a> , publicando os vídeos promocionais das campanhas e também vídeos resumidos dos produtos de divulgação científica produzidos pela SECOM. Atualmente o perfil conta com 2840 seguidores e mais de 33 mil curtidas nos vídeos.
PDI 12.2	Programa ¿Que passa ?	Durante o ano de 2022, foram publicados 45 episódios e 26 matérias jornalísticas sobre o programa. Ainda neste ano conseguimos aprimorar a produção, com a inserção de legendas em Espanhol e Português, que foram realizadas pela estagiária da DICG. Ao todo foram legendados 19 episódios. Além disso, outra conquista foi a montagem de Estúdio para a realização das gravações em modo presencial, com o lançamento do primeiro episódio nesta modalidade em 29/04/2022 e a inclusão de Libras a partir de julho/2022. Ao todo foram 17 episódios com libras.
PDI 12.2	Criação do Painel Integrado de Indicadores e Informações Institucionais	No 1º Trimestre de 2022 a Coordenadoria de Informação e Regulação Institucionais (CIRI) solicitou a criação da página “UNILA em números”, com o objetivo de divulgar os dados sobre a graduação e pós-graduação da UNILA. O trabalho de construção do site continuou ao longo do ano.
PDI 12.2	Gerenciamento de Campanhas Patrocinadas	No ano de 2022 a Secom investiu R\$32.600,00 em publicidade patrocinada no Facebook e Instagram, valor que é utilizado para promover conteúdos relacionados aos processos seletivos e algumas campanhas prioritárias para a universidade. Estes recursos são essenciais para fazer com que as oportunidades e os conteúdos



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

		produzidos pela universidade cheguem a quem não tem relação direta com ela.
PDI 12.2	Sites institucionais	Dando continuidade aos trabalhos iniciados ainda em 2021, o projeto de produção de sites institucionais para apoio às atividades de pesquisa e extensão foi finalizado em 2022. Com a entrega da normativa e da plataforma <a href="#">Divulga UNILA</a> , o projeto foi divulgado para toda comunidade. Em 2022 foram recebidas 9 solicitações de site institucional que estão com atendimento em andamento, divididas entre as categorias: 5 Vinculações com Extensão 3 Vinculações com Laboratórios 1 Vinculação com Macrounidade administrativa
PDI 12.2	Portal Internacional	Em 2022 o projeto do Portal Internacional ganhou acesso à plataforma Wordpress, espaço onde será desenvolvido o layout e o conteúdo. Neste ano o projeto foi colocado em pausa para a priorização da plataforma Divulga UNILA e Espaço Ciência.
PDI 12.2	Portal Espaço Ciência	A construção do <a href="#">portal Espaço Ciência</a> foi priorizada em 2022, tendo toda a plataforma finalizada ainda naquele ano. O trabalho de mobilização para que mais projetos solicitem o serviço de criação de sites é o foco a partir de então, para criar conteúdo e dar força para o novo portal.
PDI 12.2	Regulamentação do uso seguro das Mídias Sociais	O Gabinete de Segurança Institucional da Presidência da República publicou a Instrução Normativa nº 6/2021, em 23/12/2021, que estabelecia diretrizes de segurança da informação para o uso seguro de mídias sociais nos órgãos e nas entidades da administração pública federal. A partir deste documento, a UNILA precisou construir sua própria normativa, adequada à realidade universitária. A versão final da minuta, bem como os demais documentos referentes aos trabalhos realizados foram inseridos em processo eletrônico e enviados à CTIC, em 07/12/2022, para inclusão na pauta da próxima reunião do Comitê de Governança Digital. Todos os documentos referentes a esse trabalho, assim como o andamento do processo podem ser consultados no Processo eletrônico: 23422.025519/2022-05.
PDI 12.2	Linkedin	O LinkedIn foi retomado no ano de 2022 para a divulgação de oportunidades e outros conteúdos que tenham vínculo com o perfil da plataforma, mais voltada para relações profissionais.
PDI 12.2	SERPLAD - Contratação: Software Adobe CC	O software foi contratado no mês 05/22, onde foram disponibilizadas 06 licenças para os servidores da área de Design e Audiovisual. Durante os meses de 06 e 07/22, foi registrada uma demanda de nova contratação do software para 2023, através de IRP disponibilizada pelo Ministério da Economia. Durante o último trimestre, foi verificado qual o procedimento a ser adotado para contratar novas aquisições da anuidade do software. Software renovado por mais 36 meses, a partir de Maio de 2023.
PDI 12.2	Contratação: Impulsioneamento Facebook	Neste ano foi realizado o processo de contratação e pagamento da empresa Facebook pelo impulsioneamento de conteúdos nas plataformas Facebook e Instagram. O valor final investido foi de R\$32.500,00.
PDI 12.2	Contratação: Mailing IMAX	Os serviços de mailing de imprensa foram ativados no mês 05/22. A contratação ocorreu entre os meses de janeiro a abril de 2022. Após a



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

		contratação, o serviço foi utilizado pelo DECIN e a gestão de contrato esteve sob controle da SECOM. Durante o 3º trimestre, os serviços ocorreram normalmente. No 4º trimestre, durante o mês de Dezembro de 2022, ficou decidido que a contratação será suspensa, durante os meses de Janeiro a Março de 2023, por motivos de cortes orçamentários, previstos para a SECOM, ao qual considerou-se inviável a manutenção do pagamento, visto que outras ações orçamentárias demandam de recursos financeiros. Contrato restabelecido entre Maio e Agosto de 2023.
PDI 12.2	Contratação: TV Mural - Rise Vision Digital Signage	A demanda de aquisição de anuidade de software para gestão das TVs Mural foi desenvolvida pela SECOM e encaminhada à SEIDI/CCCL. Todavia a contratação precisou ser cancelada, devido a uma atualização da parametrização do sistema, a qual inviabilizou a utilização do software nas TVs da SECOM. Diante disso, foi solicitado o cancelamento da contratação à CCCL/PROAGI.
PDI 12.2	Aquisição: Computadores SEA	Foram trocados os computadores dos servidores das áreas de Design e Audiovisual. O único servidor que não teve o computador trocado foi Jackson, pois já possui uma máquina similar das que foram atualizadas. Não houve progresso no planejamento de compras, durante o 3º e 4º trimestres, pois a SEA não enviou demanda de quais equipamentos deveriam ser adquiridos, a considerar também a recorrente ausência de verba de investimento para a SECOM.
	Aquisição: Equipamentos Streaming	Os equipamentos de streaming foram licitados, durante os meses de Janeiro a Abril de 2022. A aquisição dos equipamentos está sendo realizada, com previsão de recebimento durante os meses de Agosto, Setembro e Outubro de 2022. Foram recebidos: o ATEM Mini PRO, 02 Flashes e 01 Mesa 12 canais. Os cabos HDMI não foram recebidos, pois o fornecedor não enviou os itens. Todavia, a SEA conseguiu cabos HDMI com a PROAGI / Almoarifado. Quanto ao outro ATEM Mini PRO, este foi adquirido e enviado ao DELABEN / ILAACH.
PDI 12.4	Compras no Cartão Corporativo	Os cartões SD e a anuidade do Flickr foram adquiridos durante o primeiro e segundo trimestre. As plataformas Dashgoo e Canva foram solicitadas à DICOM, em Setembro de 2022. Durante os meses de Novembro e Dezembro, a SECOM foi informada que não haveria verba para aquisição das anuidades do CANVA e DASHGOO, visto que o limite para a compra de softwares havia excedido o total anual. A aquisição foi retomada durante o mês de Janeiro de 2023.
	Regularização do Inventário da SECOM	O inventário de 2021 da SECOM foi encerrado no mês 04/22, com a revisão de bens não localizados. A subcomissão do inventário de 2022 foi formada. A partir de 17/10, foi realizada a verificação dos bens da SECOM. A comissão encerrou as atividades durante a primeira quinzena de Dezembro de 2022, onde foram realizadas novas buscas de itens não localizados, bem como foi emitido o relatório final do inventário de 2022 da SECOM.
	Mapeamento de Processos da SECOM	As atividades de mapeamento foram retomadas durante o primeiro e segundo trimestres. Não foi possível dar seguimento ao mapeamento durante o segundo semestre, visto a execução das demais ações no decorrer do ano de 2022. Pretende-se retomar as atividades a partir do mês de Fevereiro de 2023.
	Implementação do Comunicado Administrativo	Ação não iniciada.



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

Doação de câmeras da SEA	Ação não iniciada.
--------------------------	--------------------

Abaixo discriminamos o orçamento da SECOM para o ano de 2022, identificando os valores planejamentos e os que foram realmente executados.

Tabela 03 – Despesas programadas em 2022

Programa/ação orçamentária	Empenho	Valores empenhados	Valores pagos
Contratação de serviço de mailing institucional - I'MAX	195/2022	R\$ 9.888,00	R\$ 9.888,00
Aquisição de 07 licenças do software Adobe Creative Cloud - 12 meses	178/2022	R\$ 15.014,93	R\$ 15.014,93
Aquisição de equipamentos de audiovisual para transmissão ao vivo em plataformas de streaming para eventos e atividades da UNILA	313/2022 314/2022 315/2022 421/2022	R\$ 20.030,32	R\$ 20.030,32
Aquisição de serviços de impulsionamento nas mídias sociais - Facebook e Instagram	179/2022	R\$ 20.000,00	R\$ 20.000,00
<b>Total</b>		<b>R\$ 64.933,25</b>	<b>R\$ 64.933,25</b>

### 3.2 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 2022, 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 04 – Total de demandas recebidas pelo Sistema “Comunica”

Categoria	Qtde
Atendimento à Imprensa	70
Audiovisual	114
Artes Gráficas	139
Atualizar informações no site	314



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

Divulgação de evento	279
La Semana / Com. Interna	1124
Mídias Sociais*	319
Sugestão de Pauta	204
Visitas à UNILA	1
<b>Total</b>	<b>2564</b>

### 3.2.1 Matérias Produzidas

Tabela 05 - Distribuição de matérias por assunto

<b>Assunto</b>	<b>2022</b>
Ensino	5
Pesquisa	23
Extensão	16
Institucional	83
Processo Seletivo	60
Vida Universitária	11
Tecnologia e Inovação	2
Identidade UNILA	2

Gráfico 02 – Histórico de matérias produzidas

### 3.2.2 Assessoria de Imprensa

Gráfico 01 – Histórico de matérias produzidas



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

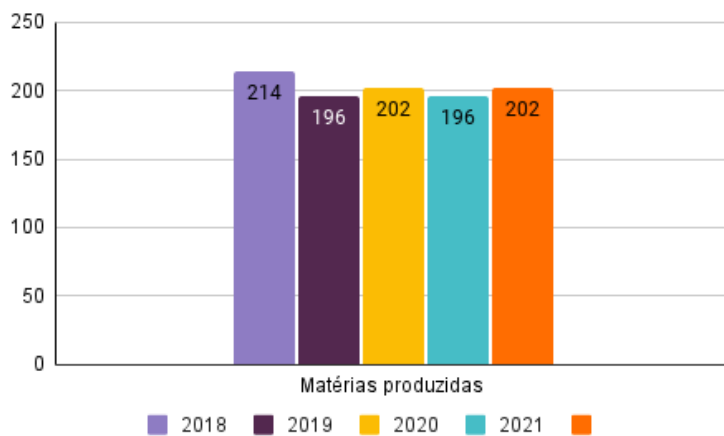
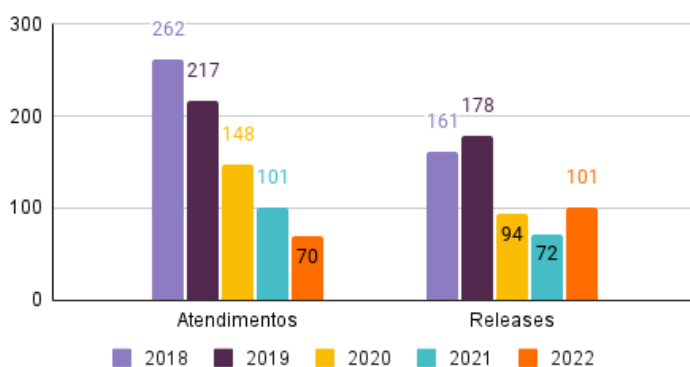


Gráfico 02 – Histórico de indicadores de assessoria de imprensa

### Assessoria de Imprensa



Os números de produção jornalística continuam seguindo uma tendência de estabilidade, mantendo aproximadamente 200 matérias por ano. Estas matérias alimentam os diversos veículos gerenciados pela universidade, sendo veiculadas além do portal, nas mídias sociais, no La Semana Unilera e também na assessoria de imprensa.

Os números da assessoria de imprensa no ano de 2022 continuam com a tendência de queda no número de atendimentos, apesar do esforço no envio de releases, que pode ser constatado no aumento do número de envios neste último ano. É preciso avaliar este cenário para propor melhorias nos processos de assessoria de imprensa.

### 3.2.3 Mídias Sociais

#### **Facebook**

Gráfico 03 – Indicadores do Facebook



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

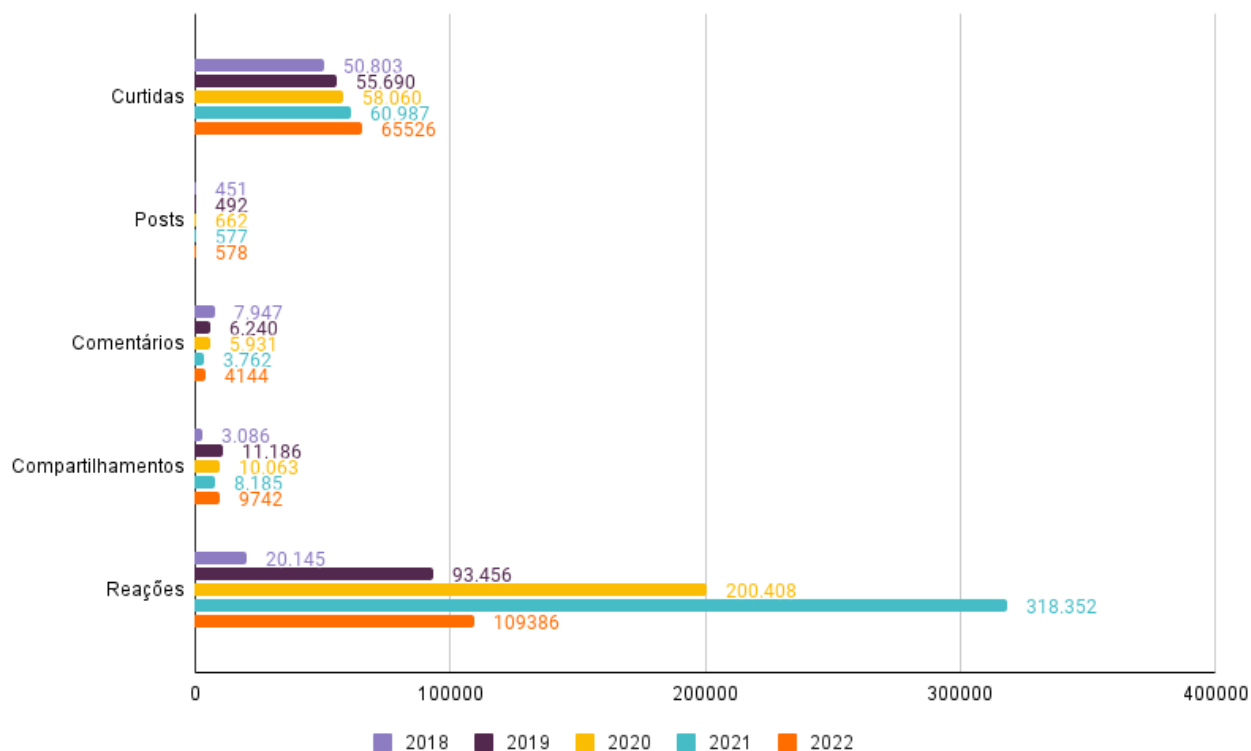


Tabela 06 – Facebook: percentual de crescimento em relação ao ano anterior (2021/2022)

Indicadores	%
Curtidas na página	7,44%
Posts	0,17%
Reações	-65,64%
Comentários	10,15%
Compartilhamentos	19,02%

Observando os dados do Facebook pode-se constatar que o crescimento da comunidade em torno do perfil da UNILA está estável, seguindo o padrão dos anos anteriores. Já em relação aos dados de engajamento da comunidade, o número de reações deste ano demonstra uma queda considerável, de 65% em relação ao ano anterior. Um dos motivos que pode explicar este fato é o retorno aos padrões de comportamento pré-pandemia, pois o número deste ano se aproxima ao que foi reportado em 2019. Porém, é preciso um acompanhamento para uma avaliação mais segura.

**Instagram**

Gráfico 04 – Indicadores do Instagram





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

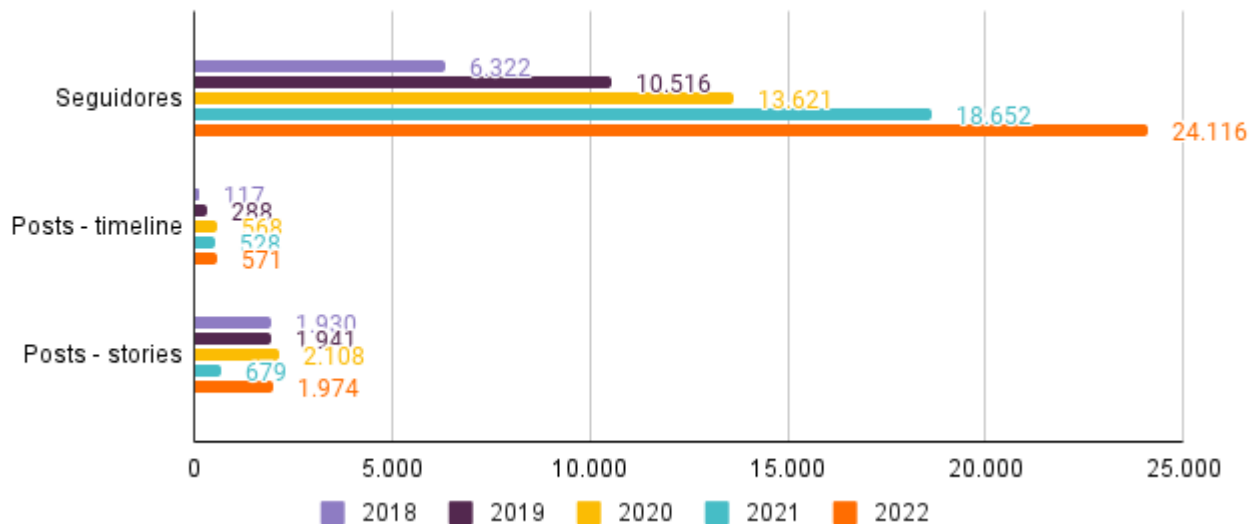


Tabela 07 – Instagram: percentual de crescimento em relação ao ano anterior (2021/2022)

Indicadores	%
Seguidores	29,29%
Posts publicados	8,14%
Posts no stories	190,72%

O crescimento da comunidade em torno do perfil UNILA no Instagram apresenta uma estabilidade ao longo dos últimos anos, apresentando uma média de crescimento de 30% ao ano, ao longo dos últimos 3 anos. A produção de conteúdos nesta mídia também está estabilizada, com cerca de 500 posts e 2000 stories ao ano. No ano de 2021 o número de stories teve uma redução considerável, porém em 2022 a média foi recuperada e deverá estabilizar no próximo ano.

### **Twitter**

Gráfico 05 – Indicadores do Twitter



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

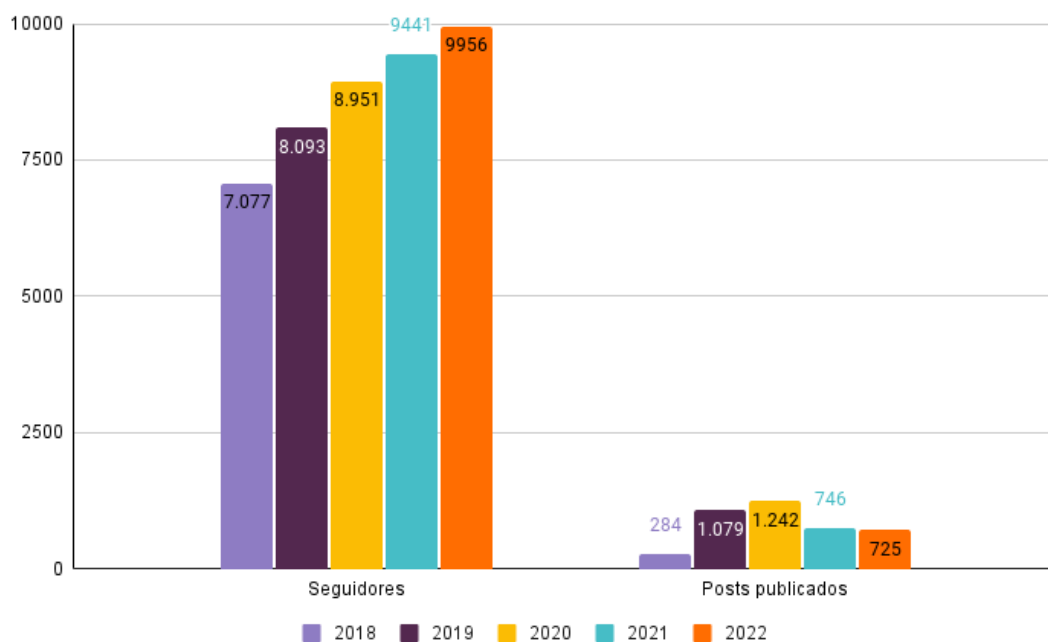


Tabela 08 – Twitter: percentual de crescimento em relação ao ano anterior (2021/2022)

Indicadores	%
Números de seguidores	5,45%
Número de posts publicados	-2,82%

O crescimento da comunidade no Twitter também apresenta estabilidade, mantendo uma média anual de 5% ao longo dos últimos dois anos. Os conteúdos publicados nesta mídia mantém uma frequência de aproximadamente 700 posts por ano.

## Youtube

### Gráfico 06 – Inscritos no Youtube



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

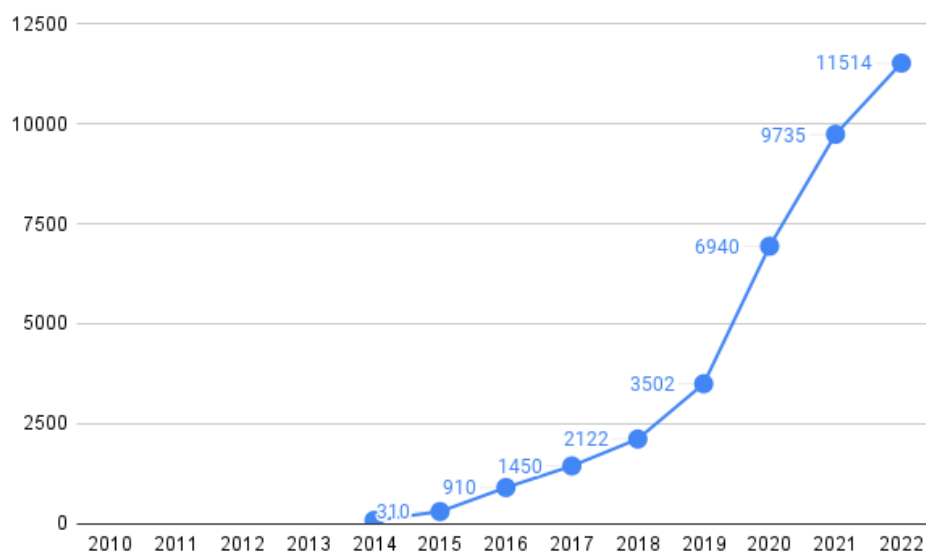


Gráfico 07 – Vídeos publicados no Youtube

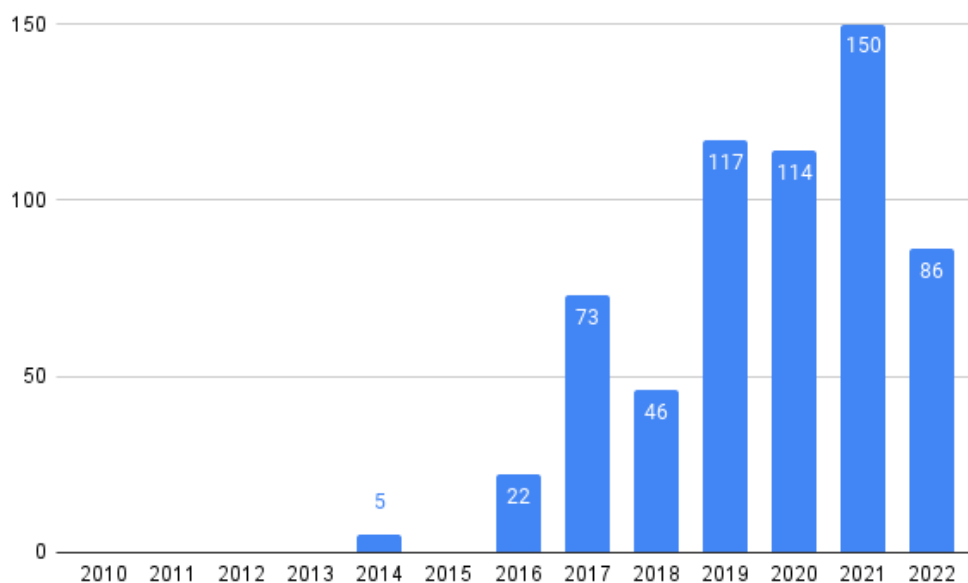


Gráfico 08 – Youtube: duração média das visualizações (min)



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

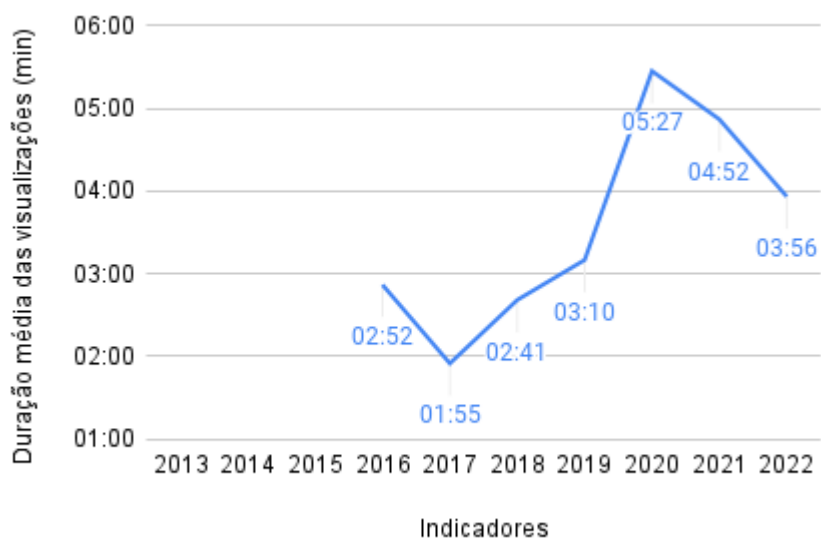


Gráfico 09 – Youtube: número de visualizações no ano

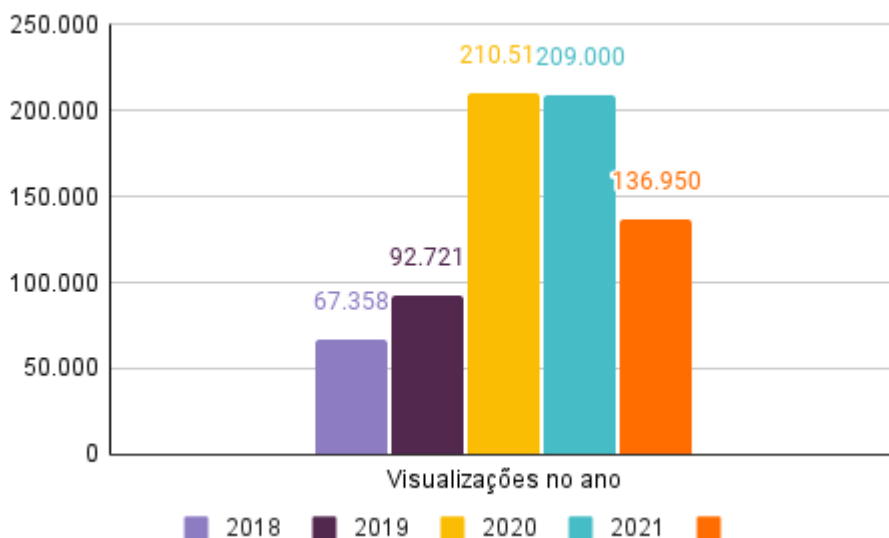


Tabela 09 – Youtube: percentual de crescimento em relação ao ano anterior (2021/2022)

Indicadores	%
Números de Inscritos	18,27%
Número de vídeos publicados	-42,67%
Número de visualizações no ano	-37,47%
Duração média das visualizações (min)	-19,18%



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

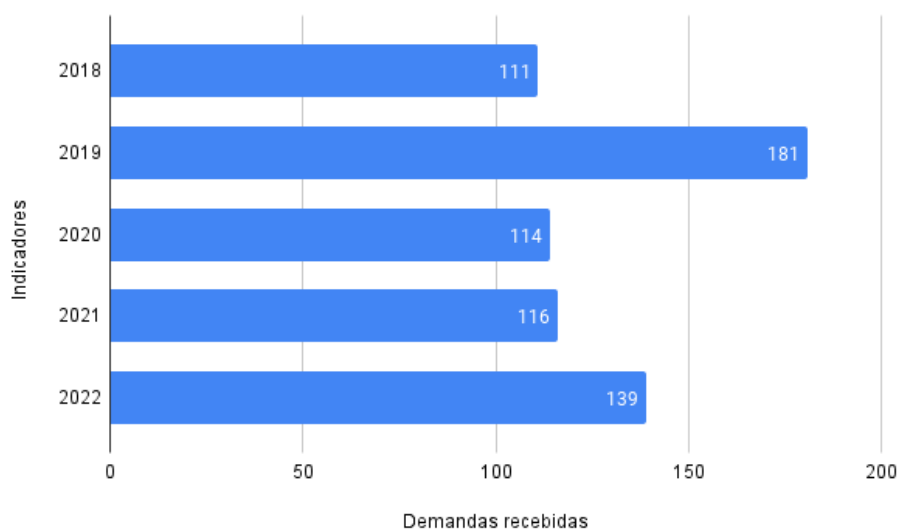
Tabela 10 – Youtube: os vídeos mais visualizados em 2022

	Vídeo	Visualizações
1.	Charla: Educação escolar inclusiva: avanços e desafios	8313
2.	Charla: Como os sonhos funcionam? Charla com Sidarta Ribeiro	7656
3.	Os efeitos da cannabis no tratamento do Parkinson e do Alzheimer / Podcasts Cortes	3068
4.	PSI - Proceso de Selección Internacional 2023 - Tutorial de Inscripción 2023	3015
5.	Fator Ciência Esp. Coronavírus - China: vem aí uma nova ordem mundial?	2857
6.	Inauguração do Alojamento Estudantil da Unila	2562
7.	PSI - Proceso de Selección Internacional 2022 - Tutorial de Inscripción 2022	2512
8.	COMO AGENDAR R.N.E EN LA POLICIA FEDERAL   UNILA	2509
9.	UNILA: 12 anos de sonhos e desafios	2217
10.	Profissão Engenharia Química: papo com o engenheiro químico e professor Nilo Índio do Brasil   UNILA	2217

O canal do Youtube da Unila, apesar de ainda continuar a crescer em número de seguidores, mostra uma tendência de queda preocupante, principalmente nos indicadores de visualizações e de duração média de visualização. É necessário observar as novas tendências de vídeo para o canal para repensar os conteúdos para a universidade, aproveitando em especial a ferramenta dos “shorts”, vídeos curtos e em formato vertical.

### 3.2.4 Produção Gráfica

Gráfico 10 – Histórico de produção gráfica





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

A partir dos dados de demandas realizadas pela equipe de designers da Secom, pode-se constatar que o volume de produção está sendo retomado, após o período de pandemia. Para os próximos anos é provável que o volume se aproxime do que foi em 2019.

### 3.2.5 Produção Audiovisual

Durante o ano, foram produzidos e publicados 86 vídeos que incluem os serviços de captação e edição das imagens, além da edição de vídeos produzidos pela comunidade acadêmica.

Ao longo de 2022 foram realizadas 11 lives, que incluem algumas transmissões das sessões do Conselho Universitário, serviço assumido pela Secom a partir deste ano.

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

### ¿Qué Pasa?

O programa manteve sua produção em 2022 com as versões em vídeo, no Youtube, e em podcast, no Spotify. O tempo de duração média dos episódios também permaneceu entre 40 min a 1 hora.

As matérias jornalísticas sobre os episódios passaram a ser pontuais, a depender do tema e interesse regional.

Os destaques do ano foram:

- A inserção de legendas em Espanhol e Português, que foram realizadas pela estagiária da DICG, Mónica. Ao todo foram legendados 19 episódios;
- A montagem de Estúdio para a realização das gravações em modo presencial, com o lançamento do primeiro episódio nesta modalidade em 29/04/2022;
- A inclusão de Libras a partir de julho/2022. Ao todo foram 17 episódios com libras.

Durante o ano de 2022, foram publicados 45 episódios e 26 matérias jornalísticas sobre o programa.

- 1) O que está por trás das obras de Bram Stoker? - Prof. Evander Ruthieri Saturno da Silva  
<https://youtu.be/kvv0hdqCH3Q>
- 2) A falta de água e os impactos da crise hídrica - Prof. Diego Moraes Flores  
<https://youtu.be/2AgyDwd1bu8>  
<https://portal.unila.edu.br/noticias/a-crise-hidrica-seus-impactos-e-a-busca-de-solucoes>
- 3) Literaturas do Fim do Mundo - Prof. Antonio Rediver Guizzo  
<https://youtu.be/u1fC6Xvjhqk>  
<https://portal.unila.edu.br/noticias/utopia-versus-distopia-e-o-debate-rumo-a-literatura-de-fim-de-mundo>
- 4) Os desafios da saúde na Tríplice Fronteira - Prof.<sup>a</sup> Maria Geusina da Silva  
<https://youtu.be/fvnsWMDi7sU>



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

- <https://portal.unila.edu.br/noticias/pesquisadora-fala-sobre-o-atendimento-de-saude-na-fronteira>
- 5) Literatura de aventura e o processo de colonização da África do Sul - Prof. Evander Ruthieri Saturno da Silva  
[https://youtu.be/sH7\\_NJn2XpI](https://youtu.be/sH7_NJn2XpI)  
<https://portal.unila.edu.br/noticias/as-representacoes-da-colonizacao-da-africa-do-sul-sob-o-olhar-de-duas-autoras-inglesas>
  - 6) Quando a liberdade de expressão vira discurso de ódio - Prof. Gustavo Oliveira Vieira  
<https://youtu.be/0o9fVDBcYNE>  
<https://portal.unila.edu.br/noticias/201cnao-criminalizar-o-discurso-de-odio-coloca-em-risco-a-convivencia-social-e-democratica201d>
  - 7) Qual é o interesse por trás do Coronavírus? - Prof. Kelvinson Fernandes Viana e Prof.<sup>a</sup> Flávia Trench  
<https://youtu.be/CZhjxI6dqHk>  
<https://portal.unila.edu.br/noticias/os-avancos-da-ciencia-no-combate-a-covid-19-e-a-importancia-da-vacinacao>
  - 8) A gestão do lixo pode salvar o mundo? - Prof.<sup>a</sup> Luciana Mello Ribeiro  
<https://youtu.be/t9ZDZkLX3W0>  
<https://portal.unila.edu.br/noticias/201ca-crise-climatica-nao-e-uma-crise-isolada-da-crise-d-os-residuos201d>
  - 9) Guerra na Ucrânia: como chegamos a este ponto? - Prof. Lucas Kerr de Oliveira  
<https://youtu.be/eamqTCnjc9E>  
<https://portal.unila.edu.br/noticias/pesquisador-de-relacoes-internacionais-explica-as-causas-do-conflito-entre-ucrania-e-russia>
  - 10) Dinossauros, paleontologia e a evolução da ciência - Prof. Hermes José Schmitz  
<https://youtu.be/VT63q54D3f0>  
<https://portal.unila.edu.br/noticias/terra-ja-vive-sexta-extincao-em-massa-e-dessa-vez-os-din-os-somos-nos>
  - 11) O enigma da morte de Guimarães Rosa - Prof. Marcelo Marinho  
<https://youtu.be/jo3uJIZCuuQ>
  - 12) Gioconda Mussolini - A primeira antropóloga do Brasil - Prof. Andrea Ciacchi  
<https://youtu.be/NPU7GXMeyAk>  
<https://portal.unila.edu.br/noticias/gioconda-mussolini-a-primeira-antropologa-brasileira>
  - 13) Por que precisamos de mais árvores em Foz do Iguaçu? - Prof. Ricardo Hartmann e Prof. Diego Moraes Flores  
<https://youtu.be/mDqB0UtAyDs>  
<https://portal.unila.edu.br/noticias/calor-e-falta-de-arvores-aumentam-consumo-de-combustiveis-em-700-mil-litros-por-ano-na-cidade>
  - 14) As tecnologias das construções das pontes do Brasil, Paraguai e Argentina - Prof. Aref Kalilo Lima Kzam



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

<https://youtu.be/Fm8BzVkr7fk>

<https://portal.unila.edu.br/noticias/foz-do-iguacu-esta-na-vanguarda-da-construcao-de-pontes>

15) Violência contra a mulher e o feminicídio - Prof.<sup>a</sup> Cleusa Gomes da Silva

<https://youtu.be/yYQ6H3vDRaY>

<https://portal.unila.edu.br/noticias/201co-lugar-possivel-de-diminuicao-da-violencia-de-genero-e-na-educacao201d>

16) Você já consome insetos e nem sabe! - Prof.<sup>a</sup> Elaine Della Giustina Soares

<https://youtu.be/LGENOpVn-Kk>

<https://portal.unila.edu.br/noticias/insetos-podem-ser-o-alimento-do-futuro>

17) Como foi a 2ª Guerra Mundial e a imigração alemã na Tríplice Fronteira? - Prof. Micael Alvino da Silva

[https://youtu.be/y7g7Cone\\_5I](https://youtu.be/y7g7Cone_5I)

<https://portal.unila.edu.br/noticias/foz-do-iguacu-e-a-segunda-guerra-mundial>

18) Indústria da moda, upcycling e meio-ambiente - Prof.<sup>a</sup> Karine Gomes Queiroz

<https://youtu.be/wVWbyNdRICs>

<https://portal.unila.edu.br/noticias/201crefletir-sobre-a-producao-dos-nossos-objetos-e-essencial-para-pensar-o-futuro-que-queremos201d>

19) Qual é a importância de se preservar um idioma? - Prof. Mario Ramão Villalva Filho

<https://youtu.be/bHH8j9FCmZA>

<https://portal.unila.edu.br/noticias/guarani-nao-e-uma-lingua-em-extincao>

20) As novas tecnologias em construções sustentáveis - Prof.<sup>a</sup> Katia Punhagui

<https://youtu.be/qGSRmrIQla8>

<https://portal.unila.edu.br/noticias/construcoes-sustentaveis>

21) As Facilidades modernas e as Geotecnologias - Prof. Diego Moraes Flores

<https://youtu.be/Mhhk6Ppz1I>

<https://portal.unila.edu.br/noticias/as-geotecnologias-estao-cada-vez-mais-presentes-no-cotidiano>

22) 100 dias de Guerra na Ucrânia - O papel da Otan no conflito - Prof. Fabio Borges

[https://youtu.be/9N8JrLxg\\_w](https://youtu.be/9N8JrLxg_w)

<https://portal.unila.edu.br/noticias/a-otan-e-a-guerra-na-ucrania>

23) O que sabemos sobre a varíola do macaco - Prof. Kelvinson Fernandes Viana

<https://youtu.be/MKQ-DfWnKjY>

<https://portal.unila.edu.br/noticias/variola-dos-macacos-1>

24) O que é Portunhol Selvagem? - Prof.<sup>a</sup> Jorgelina Ivana Tallei

<https://youtu.be/YeTnNJEKxV8>

<https://portal.unila.edu.br/noticias/sem-regras-ou-normas-portunhol-e-um-movimento-de-linguagem>

25) Para que serve o estudo da Filosofia? - Prof.<sup>a</sup> Idete Teles dos Santos

<https://youtu.be/O1pJWxwIdTc>





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

<https://portal.unila.edu.br/noticias/programa-201cque-pasa-201d-debate-o-estudo-da-filosofia>

- 26) Os desafios do ensino em regiões fronteiriças - Prof.<sup>a</sup> Laura Janaina Dias Amato  
[https://youtu.be/522CRU\\_5rQA](https://youtu.be/522CRU_5rQA)
- 27) Projetando a vida – Os avanços da biologia sintética - Prof. Cristian Antonio Rojas e o discente Mateus Araújo  
[https://youtu.be/f4dN\\_736JUA](https://youtu.be/f4dN_736JUA)
- 28) As novidades na pesquisa sobre Cannabis - Prof. Elton Gomes da Silva e a egressa Ana Carolina Ruver Martins  
[https://youtu.be/Pjft\\_SP63go](https://youtu.be/Pjft_SP63go)
- 29) Fungos: como eles estão melhorando a nossa vida? - Prof.<sup>a</sup> Rafaella Costa Bonugli Santos  
<https://youtu.be/yQTbxZTZ7W8>
- 30) A matemática dos povos originários - Prof. Zaqueu Vieira de Oliveira  
<https://youtu.be/6OWrhqdB7X0>
- 31) O que é a cosmovisão indígena? - Prof. Clovis Antonio Brighenti  
<https://youtu.be/xH9IGbZq520>
- 32) Bactérias da Antártica - Prof. Michel Passarini  
<https://youtu.be/wJTp-rGsMo0>  
<https://portal.unila.edu.br/noticias/pesquisa-da-unila-na-antartica>
- 33) A prevenção na Lei Maria da Penha: conquistas e desafios nesses 16 anos - Prof.<sup>a</sup> Karine Brito dos Santos  
<https://youtu.be/-tbznAx8p68>
- 34) A importância da preservação de anfíbios e répteis - Michel Varajão Garey  
<https://youtu.be/i9LF5Zw9omw>
- 35) O que é etnomusicologia? - Prof. Felix Ceneviva Eid  
<https://youtu.be/b6SC1IUU-Jw>
- 36) A importância dos cuidados com a saúde mental - Prof.<sup>a</sup> Adriana Chalita Gomes  
<https://youtu.be/S6E0iDPBd0I>  
<https://portal.unila.edu.br/noticias/episodio-do-que-pasa-trata-da-prevencao-ao-suicidio-e-da-importancia-da-campanha-setembro-amarelo>
- 37) O ensino de química e o teatro científico - Prof. Welington Francisco  
<https://youtu.be/ntD8Osv8vEU>
- 38) Câncer de Mama: prevenção e diagnóstico precoce - Prof.<sup>a</sup> Carolina Leão Oderich  
<https://youtu.be/EKOEesJwMpo>
- 39) Qual a importância do movimento negro na ciência e na universidade? - Prof. Waldemir Rosa  
<https://youtu.be/beK-4vLrGBY>
- 40) O Tempo e a História - Prof. Pedro Afonso Cristovão dos Santos  
<https://youtu.be/Ob45W5Q8dhQ>
- 41) Hip Hop como um movimento intelectual periférico - Prof. Waldemir Rosa



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

<https://youtu.be/uOppiLxU02A>

42) O que é TDAH? - Prof.<sup>a</sup> Adriana Chalita Gomes

<https://youtu.be/p0KrfnsNtlQ>

43) Aborto: um problema de saúde pública? - Prof.<sup>a</sup> Tatiana Pinheiro Rocha de Souza Alves

<https://youtu.be/jQl4pL0a1qM>

44) Do que é feito o Universo? - Prof. Daniel Luiz Nedel

[https://youtu.be/68a\\_mCa6uK4](https://youtu.be/68a_mCa6uK4)

45) As relações Brasil-Paraguai e o Tratado de Itaipu - Prof. Aníbal Orué Pozzo

<https://portal.unila.edu.br/noticias/negociacao-do-anexo-c-do-tratado-de-itaipu-deve-ser-pautada-no-desenvolvimento-regional-diz-pesquisador>

## 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, e a partir de 2019, com a modificação da versão gratuita, com a criação de limites de armazenamento, a Unila passou a contratar a versão paga e completa do aplicativo, que é renovada anualmente.

Tal decisão foi tomada, considerando que a instituição 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.

Tabela 11 – Indicadores do Flickr em 2022

<b>Indicadores</b>	<b>Quantitativo</b>
Fotos publicadas	20.699
Visualizações da galeria	191.040
Visualizações de álbuns	194.610
Total de visualizações	4.115.602 (desde 2014)

### 3.2.6 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 2022:



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

### Campanhas publicitárias

As [campanhas institucionais](#) são ferramentas de comunicação intensivas com vistas a conquistar um objetivo específico. Geralmente são focadas nos principais processos de seleção de estudantes da universidade, mas atendem também alguns objetivos de comunicação interna. Abaixo apresentamos uma tabela com o resumo das campanhas produzidas no ano de 2022.

Tabela 12 – Relação de investimento em campanhas institucionais

<b>Campanhas Institucionais 2022 (DECIN / SECOM)</b>	<b>Valor investido em publicações</b>	<b>Publicações em redes-sociais</b>
<a href="#">Processos Seletivos Internacionais (PSI / PSIN / PSRH) - Ingresso 2022</a>	R\$ 10.000	10
<a href="#">Dia da Mulher</a>	R\$ 600	6
<a href="#">Vagas Ociosas</a>	R\$ 2.000	6
<a href="#">Processos Seletivos Nacionais (SiSU / Música / Vagas Remanescentes) - Ingresso 2022</a>	R\$ 5.500	23
<a href="#">Processos Seletivos Internacionais (PSI / PSIN / PSRH) - Ingresso 2023</a>	R\$ 8.000	11
<a href="#">SIEPE 2022</a>	R\$ 1.000	16
<a href="#">Processos Seletivos Nacionais (SiSU / Música / Vagas Remanescentes) - Ingresso 2023</a>	R\$ 5.500	9*

O ano de 2022 foi diferenciado, pois tivemos dois processos seletivos de ingresso de alunos para graduação, como forma de conter o prejuízo dos períodos da pandemia de Covid-19. Este foi um desafio assumido pela universidade que impactou diretamente na Secom, ocasionando diversos contratempos em outros projetos assumidos pela unidade.

Diante da grande demanda gerada pelas campanhas a Secom teve de remanejar alguns projetos e pedidos de apoio para outros períodos.

#### 3.2.7 Portal UNILA

A gestão do Portal UNILA, sob responsabilidade da Divisão de Comunicação Digital, é um trabalho contínuo e subdivide-se nas seguintes atividades:

- 1) Descentralização e acompanhamento
- 2) Reestruturação de páginas
- 3) Atendimento a demandas diversas

Abaixo segue alguns indicadores de acesso ao site, referente a 2022:



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

Gráfico 11 – Indicadores de acesso ao Portal Unila

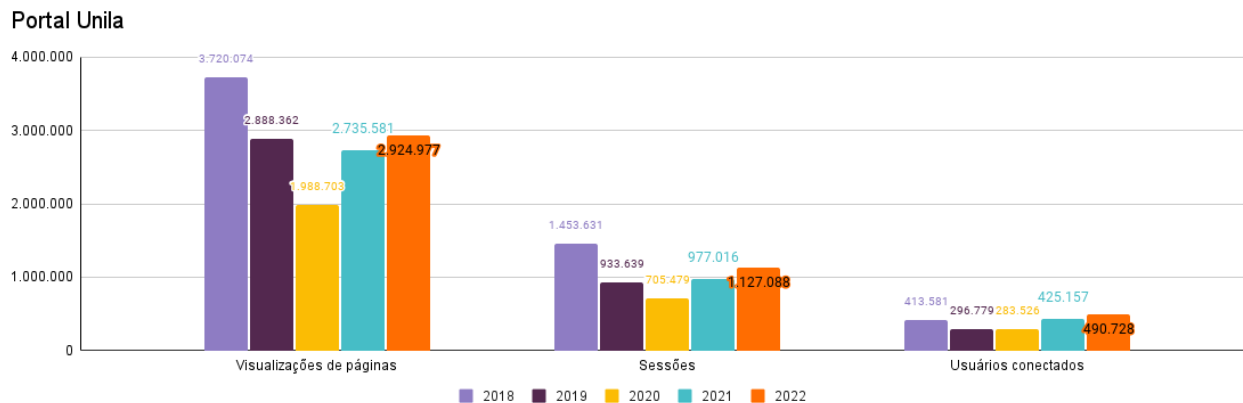


Tabela 13 – Histórico de acesso à página

Indicadores	2019	2020	2021	2022
Nº de visualizações de páginas	2888362	1988703	2735581	2924977
Nº de sessões	933639	705479	977016	1127088
Nº de usuários conectados	296779	283526	425157	490728
Tempo médio de conexão	00:03:37	00:03:04	00:03:01	00:03:02
Taxa de rejeição	48,63%	53,77%	54,68%	57,59%

Tabela 14 – As 10 páginas mais acessadas em 2022

Página		Visualizações de página
1.	Home	496.449
2.	/graduacao	105.553
3.	/ingresso/internacional	95.284
4.	/mestrado	63.070
5.	/estudantes/calendar...academico-graduacao	57.077
6.	/ingresso	39.573
7.	/estudantes	32.655
8.	/editais	29.470
9.	/graduacao/medicina	24.274
10.	/ingresso/sisu/2022	23.929

Tabela 15 – As 10 notícias mais acessadas em 2022



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

<b>Endereço</b>		<b>Visualizações de página</b>
1.	/unila-lanza-convocatoria-para-el-ingreso-de-estudiantes-internacionales	12.379
2.	/unila-abre-inscripciones-para-transferencia-externa-aproveitamento-de-diploma-reingresso-e-reopcao	9.603
3.	/os-avancos-da-ciencia-no-combate-a-covid-19-e-a-importancia-da-vacinacao	7.112
4.	/pesquisador-explica-como-funcionam-as-vacinas-de-rna-messenger	6.870
5.	/unila-esta-com-inscripciones-abertas-para-cursos-de-pos-graduacao	6.781
6.	/nota-oficial-da-reitoria-da-unila-carta-aberta-a-sociedade-2	5.928
7.	/editorias/	5.849
8.	/abiertas-las-inscripciones-del-proceso-de-seleccion-internacional	4.304
9.	/unila-divulga-lista-de-aprovados-matriculados-que-comecam-nesta-quinzena-11	4.059
10.	/unila-oferta-vagas-para-estudantes-indigenas-em-29-cursos-de-pos-graduacao	3.312

Tabela 16 – Países com maior número de acesso ao site em 2022

	<b>País</b>	<b>Usuários</b>	<b>Porcentagem de usuários</b>
1.	Brasil	377.897	(76,46%)
2.	Paraguai	20.811	(4,21%)
3.	Colômbia	16.279	(3,29%)
4.	Estados Unidos	12.775	(2,58%)
5.	Haiti	12.347	(2,50%)
6.	Peru	6.787	(1,37%)
7.	Argentina	5.828	(1,18%)
8.	Bolívia	3.867	(0,78%)
9.	Equador	3.223	(0,65%)
10.	Venezuela	3.016	(0,61%)



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

### 3.2.8 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.

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”. Neste ano o informativo começou a ser disparado diariamente, respondendo a uma demanda da comunidade para ter mais agilidade no envio dos principais informes.

Boletim UNILE-SE: O Boletim UNILE-SE voltou a circular nas quartas-feiras.

Carta de Serviços ao Cidadão: Neste ano, a Carta de Serviços foi migrada para o portal Gov.Br.

- <https://portal.unila.edu.br/acessoainformacao/carta-servicos>



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

#### 4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

O ano de 2022 foi marcado pelo processo eleitoral para presidência. As eleições presidenciais sempre alteram a rotina das atividades de comunicação, por conta das obrigações dispostas na Lei Eleitoral e também das Instruções Normativas atualizadas a cada nova eleição pela Secretaria de Comunicação da Presidência da República. Por mais que as universidades não tenham uma participação direta no pleito eleitoral, elas são sempre foco de vigília dos órgãos de controle e do TSE, por isso as orientações causam grande incerteza sobre como devem ser adaptadas para as atividades institucionais. Por conta disso, ao longo dos três meses de campanha as diretrizes de comunicação da universidade foram adequadas às orientações provenientes da SECOM/PR.

Além das eleições, outros dois acontecimentos tiveram impacto nas ações da unidade, a mudança do escritório da Vila A e a implementação do PGD. A mudança causou atrasos na continuidade das gravações dos programas audiovisuais, principalmente. Pois o estúdio que havia sido construído pela equipe, lá na Vila A, teve de ser deslocado para o Jardim Universitário, o que demorou mais que o previsto. Somente no ano seguinte é que o estúdio seria finalizado e as atividades seriam retomadas. Como forma de se antecipar a este problema a equipe antecipou a gravação de muitos programas, garantindo que as mídias da universidade mantivessem a rotina de publicação de conteúdo até o início de março de 2023.

Já a implementação do PGD na Secom é um processo que vem sendo construído coletivamente, com a equipe sugerindo atualizações na lista de atividades que foi construída para a unidade. No final do ano de 2022 o PGD foi iniciado e, ao longo dos primeiros meses de 2023 diversas atualizações já foram solicitadas para a melhoria da descrição das atividades e na correção da estimativa de tempo necessária para a realização das ações.

Ao longo do ano de 2022 as ações da Secretaria foram se consolidando, o que pode ser visto nos ótimos indicadores das mídias que foram apresentados neste relatório. A Secretaria vem demonstrando um crescimento consistente ao longo dos anos, fruto de um trabalho planejado coletivamente que consolida uma estrutura voltada para ampliar o acesso da universidade pública, para o aprofundamento da internacionalização e para a construção da reputação da UNILA como uma universidade pública, gratuita, de qualidade e socialmente referenciada.

Para o próximo exercício, a Secom tem desafios já delineados que se voltam para a internacionalização, para a ampliação do alcance da comunicação e para a construção de sua Política de Comunicação. Dentre as ações de internacionalização destacam-se a necessidade de continuar com a construção do Portal Internacional, o foco em ampliar a tradução de conteúdos de comunicação. Além disso, é necessário ampliar o orçamento das ações de comunicação, em especial no impulsionamento de conteúdos patrocinados. Atualmente a Secom realiza esta atividade no Facebook e Instagram, mas outras áreas também precisam ser exploradas, como o Google, LinkedIn, Youtube e TikTok.

A Política de Comunicação é um documento que já está em discussão pela equipe desde 2015, tendo agora finalizada sua minuta, criada com base em uma extensa pesquisa realizada entre outras universidades e Institutos Federais que já tem o documento publicado. Cabe agora implementar as ações de construção colaborativa com a comunidade acadêmica, estabelecendo seminários e audiências para a escuta da comunidade.

De projetos novos, destacam-se a implementação da Resolução CGD n° 01/2023 sobre o uso seguro de mídias sociais, que está em vigor e agora se iniciam os trabalhos para as adequações necessárias. E, por fim, o projeto de Documentário Fotográfico, com foco em criar uma forma de mostrar a Identidade UNILA por meio da fotografia. Com este projeto será criada uma exposição



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

fotográfica que poderá circular pela cidade e, posteriormente, poderá virar um livro para registrar a diversidade e a multiculturalidade da universidade. Esta é a primeira ação deste projeto, que deverá originar novas exposições com novas temáticas.