

Universidade Federal Rural do Semi-Árido

2024

Relatório Integrado de Gestão

**Assessoria de
Comunicação**

EXPEDIENTE**Higo Lima**

Jornalista Chefe da ASSECOM

Passos Júnior

Jornalista

Katharinne Magalhães

Jornalista

Diego Farias

Técnico de Audiovisual

Eduardo Mendonça

Operador de Câmera

Monalisa Teixeira**Blenda Alícia****Analice Sousa****Ester Chagas** (até agosto de 2024)**Kennedy Eduardo** (até novembro de 2024)

Estagiários

1- Introdução

Um dos objetivos estratégicos da Assessoria de Comunicação da Universidade Federal Rural do Semi-Árido (Assecom/Ufersa) é ampliar a divulgação os projetos, pesquisas e ações da Universidade para a comunidade acadêmica e toda a sociedade, integrando toda a comunidade interna e externa, fortalecendo e consolidando o envolvimento da instituição com a sociedade.

De acordo com o seu regimento institucional, a Assecom atua como órgão de assessoramento, coordenação, execução, acompanhamento, controle e avaliação das ações relacionadas à comunicação da Ufersa. Ligada a Reitoria da Universidade, a unidade busca na sua prática diária promover o diálogo por meio de seus diversos canais de comunicação, tais quais o Portal Institucional, Redes Sociais, Produção e distribuição de conteúdos noticiosos em variadas linguagens e formatos.

O conteúdo produzido pela Assessoria de Comunicação, bem como as diretrizes estabelecidas na política de gerenciamento da comunicação e disseminação do conteúdo da Universidade, visa atender às demandas de expectativas do (1) público interno, a saber, a comunidade acadêmica (docentes, técnico-administrativos e estudantes) e os colaboradores (terceirizados, estagiários, bolsistas) e (2) público externo (comunidade em geral e, em específico, a imprensa).

As atividades e a rotina da Assecom têm como base o Regimento da Assessoria de Comunicação. O ano de 2024 fora marcado por uma intensa agenda de acontecimentos, incluindo, de sobremaneira, a greve dos servidores técnicos administrativos, e a transmissão de cargo à Reitoria.

O Portal da Ufersa (<https://ufersa.edu.br>) segue consolidado como sendo o canal de maior quantitativo de conteúdo produzido pela Assecom, sendo a plataforma para recepcionar, com exclusividade, diversos produtos, a exemplo dos Comunicados, das Notas (Explicação, Repúdio e Falecimento) da divulgação de calendário de eventos. É também o meio de comunicação da Universidade com o maior número de acessos.

No Portal Ufersa são postadas notícias, imagens, artigos, audiovisual e vídeos, facilitando a divulgação de conteúdos e a integração, gerando um

ambiente de credibilidade junto ao público. É a Assecom o setor responsável por gerenciar e alimentar com conteúdo noticioso a página de notícias do Portal da Ufersa. No entanto, não são da responsabilidade da Assessoria de Comunicação as postagens de conteúdos nos subdomínios do Portal.

Os produtos, diretrizes e serviços de comunicação desenvolvidos pela Assecom são planejados conforme princípios comuns às linguagens: texto, imagem fotográfica, ilustrações, áudio e vídeo. Os produtos, serviços e diretrizes de competência seguem as normas preconizadas nos instrumentos de normatização, como o Manual de Rotinas e Procedimentos, Manual de Identidade Visual, entre outros, disponíveis no site da instituição.

2 - Produção de Releases

No ano de 2024 a equipe de comunicação da Ufersa alimentou o Portal Institucional com um total de 482 publicações referentes ao cotidiano da Universidade. No Portal, o usuário vai encontrar também informações sobre editais, documentos institucionais, informações sobre os cursos, programas de pós-graduação, pró-reitorias e demais serviços oferecidos à sociedade, conteúdos não produzidos pela Assecom.

Os textos produzidos pela equipe da Assecom, os “releases”, funcionam como importante ferramenta de comunicação para o trabalho de divulgação e difusão de informações. Podemos defini-lo como um material informativo, cujo objetivo é servir aos jornalistas com informações relevantes sobre um determinado assunto, evento, produto ou ação institucional. Trata-se de um texto jornalístico para informar e sugerir coberturas pelos veículos de comunicação. O objetivo é garantir que a informação anunciada seja veiculada na imprensa, a fim de garantir espaço nos veículos de comunicação por meio de mídia espontânea.

Na Ufersa, a Assecom trabalha com releases mais completos que são veiculados no Portal Ufersa e adaptados para a linguagem de outras mídias, como as Redes Sociais, rádio difusão e televisão e ainda enviados aos veículos de imprensa.

Abaixo, a produção anual por mês:

Tabela 01 – Produção de Releases 2024

RELEASES													
Mês	Jan	Fev	Mar	Abr.	Mai	Jun	Jul	Ago.	Set	Out	Nov	Dez	Total
Quant.	39	44	56	52	48	38	46	49	41	57	55	50	575

Fonte: Assecom/Ufersa

Quantitativo de textos produzidos mensalmente por áreas teremos:

Tabela 02 – Produção de Releases 2024 por área

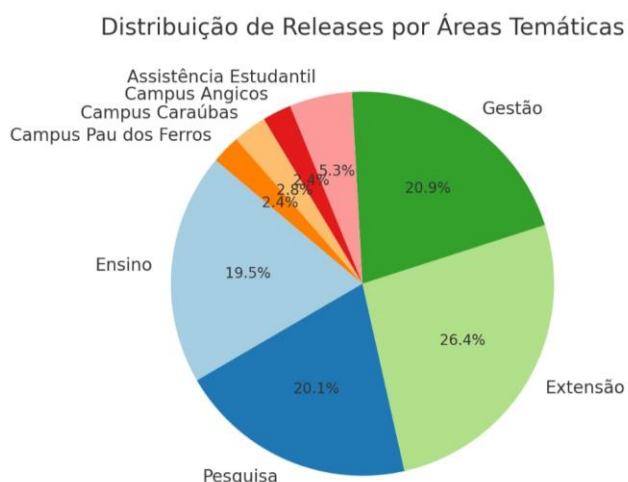
2024	TEXTOS	ENSINO	PESQUISA	EXTENSÃO	GESTÃO	PROAE	ANGICOS	CARAÚBAS	PDF
Jan	24	5	8	5	3	1	0	1	0
Fev	31	7	7	8	7	0	1	3	1
Mar	32	6	10	13	4	2	0	1	2
Abr	37	6	13	14	7	0	0	0	1
Mai	24	3	15	9	2	0	0	1	0
Jun	33	3	5	8	7	1	1	1	1
Jul	28	5	7	10	6	2	1	1	0
Ago	50	4	9	16	15	6	0	2	0
Set	61	16	3	12	14	3	5	0	4
Out	61	14	5	10	14	6	1	2	2
Nov	54	16	9	11	15	4	1	1	0
Dez	47	11	8	14	9	1	2	1	1
TOTAL	482	96	99	130	103	26	12	14	12
	100%	19,5%	20,1%	26,4%	20,9%	5,3%	2,4%	2,8%	2,4%

Fonte: Assecom/Ufersa

A seguir, expomos um gráfico com percentuais dos textos por áreas acadêmicas se destacando a extensão com 26,4% das publicações, seguido pelas áreas de pesquisa e pós-graduação, com 20,1%; gestão, com 20,9%; ensino, com 19,5% e, a assistência estudantil, com 5,3%.

As ações da assistência estudantil estão principalmente relacionadas a atividades esportivas, pois muitas das ações relacionadas a comunidade estudantil entraram em na área da extensão, pesquisa e até mesmo de gestão. Com relação aos campi, o percentual de publicações é inferior a 3%, um índice ainda muito baixo.

Produção de Releases 2024



3 - Programas de Rádio e Streaming

Durante o ano de 2024, a Ufersa deu continuidade à parceria sem fins lucrativos com a emissora de frequência modulada, a Rádio Santa Clara – a FM 105 – com o programa “Ufersa no Ar”, exibido semanalmente, todas as sextas-feiras, no horário das 6h30 às 7h. No total, no decorrer do ano foram veiculados 29 programas, quando na oportunidade foram divulgadas as principais ações realizadas pela Universidade e uma entrevista ao vivo por programa com temas de maior destaque na semana.

A quantidade é menor que 2023, mas essa queda se explica pela necessidade, ao longo do ano, de descontinuidade em alguns períodos, sendo, em janeiro, conforme tradicionalmente já acontece, nos meses de abril, maio e junho, em decorrência da paralização das atividades dos técnicos administrativos e professores. No restante do ano, manteve-se a média mensal de 4 programas.

Um dos destaques, fora criado o quadro “Conversa com a Gestão”, no qual, semanalmente, um convidado da nova Gestão da Universidade apresentava as propostas e desafios de sua pasta.

4 - Acessos ao Portal

Os acessos ao Portal se dão modo direto, ou seja, já pelo endereço URL do Portal, e ainda em conexão com as demais mídias da Ufersa. Vale salientar que o Portal funciona de forma integrada com as outras mídias institucionais, que, por sua vez, atuam de maneira autônoma e com finalidades diferentes. Por exemplo, o *Twitter* e o *Facebook* ajudam a replicar o material que é postado no site, impulsionando assim o conteúdo do Portal; o *YouTube* contém, ainda, campanhas exclusivas para a plataforma; no *Instagram* são divulgadas imagens que retratam a rotina da universidade, menos usuais nas publicações do Portal.

A ideia é de um ambiente integrado, no qual as mídias dialoguem entre si, cada uma com suas características, complementando a informação. O acumulado de acesso ao Portal Ufersa ao longo do ano chegou ao montante superior a 829 acessos em 2024.

- Dados de acesso ao Portal Ufersa em 2024

Janeiro – 85.592 (+)

Fevereiro – 79.600

Março – 70.238

Abril – 70.630

Maio – 70.289

Junho – 50.227

Julho – 80.579

Agosto – 74.844

Setembro – 66.026

Outubro – 65.756

Novembro – 59.749

Dezembro – 44.204 (-)

Total do ano - 829.734

- Páginas mais acessadas no Portal 2024

Assecom – 16.746

Nead -11.972

SiSU – 10.563

Prograd – 6.083

CPPS – 4.694

Proppg – 3.433

- Termos mais usados nos sites de buscas

Ufersa, ufersa seleção de estágio, ufersa cursos, secitec ufersa, unifersa, ufersa engenharias, contatos ufersa, ufersa.com.br, ufersa Mossoró matrícula

- Notícias mais acessadas em 2024

Ufersa e ANAC divulgam Edital para curso de piloto de avião civil - 12.472

Edital oferece vagas para servidores nível médio e superior na Ufersa - 10.687

Aprovados Chamada Regular devem enviar documentação até 07/02 - 4.957

Com regularização do Calendário, sem. 2024.1 inicia em 20 de maio - 2.342

Publicado novo edital de concurso público para servidores técnicos - 2.270

SiSU 2024: Confira detalhes e orientações da Lista de Espera - 1.893

Ufersa publica edital com 16 vagas para Professor Substituto - 1.864

Rodrigo Codes, reitor nomeado, anuncia equipe da gestão da Ufersa - 1.773

Ufersa será primeira Universidade do país a oferecer formação de piloto comercial - 1.758

Ufersa divulga cronograma dos editais de vagas ociosas para 2025.1 - 1.499

As 10 matérias com maior número de acesso, consequentemente, estão indexadas com as *tags* Processos Seletivos, Oportunidades, Edital, Seleção, Concursos e Serviços destinadas à assistência, graduação, pós-graduação.

Em relação aos termos mais procurados nos buscadores, é importante observar que segue a tendência de procura a partir de variações para (1) o nome da Universidade, tanto quanto à sigla, quanto ao nome por extenso, (2) variações de termo para o Portal Ufersa e (3) variações para busca sobre o SISU na Ufersa. A grafia das palavras obedece à reincidência de como foram digitadas no campo de busca. No mais, segue na Tabela 7, os termos mais buscados.

5 - Coberturas Especiais

Ao longo de 2024 intensificamos a cobertura dos principais acontecimentos da Universidade, a partir de uma agenda de conteúdo para todas as plataformas e mídias institucionais, suporte à imprensa e assessoramento à administração. Neste sentido, merece destaque a cobertura do acompanhamento do processo de consulta e formação da Lista Tríplice, o

processo de Transição e Transferência de cargo à Reitoria, as solenidades de Formatura nos quatro campi e as assembleias universitárias.

6 - Redes Sociais

A Assessoria de Comunicação também gerencia e produz conteúdo para as redes sociais oficiais da Instituição, enquanto canais para disseminação do conteúdo produzido pela Assecom para divulgação da Universidade. Ao longo de 2024, foram contabilizados os seguintes números nas redes sociais:

- **Instagram** <https://www.instagram.com/ufersa/>

39 mil seguidores (em 2023 eram 34 mil): 5 mil novos seguidores

2.891 publicações (em 2023 eram 2.266): 625 novas publicações

- **Twitter** <https://twitter.com/ufersa>

7.629 seguidores

*Por mudanças de configuração na plataforma, foi perdida a sequência de posts.

- **Facebook**

A Plataforma do Facebook bloqueou a conta da instituição, não tendo sido mais possível resgatá-la. Considerando, no entanto, a queda no engajamento, o desvirtuamento da Política de Conteúdo da Plataforma, a Assessoria de Comunicação decidiu por descontinuar e retirar o Facebook do catálogo de redes sociais oficiais da Universidade, seguindo a tendência adotada por outras instituições.

Para fins de registro, até o relatório de 2023, havia registrado 16.435 Seguidores/curtidas.

- **Linkedin** <https://www.linkedin.com/school/16257570/admin/>

10.636 seguidores (Em 2023 eram 8.443 seguidores)

- **Youtube** <https://www.youtube.com/@TVUfersa>

5,1 mil inscritos (Em 2023 eram 4.800 inscritos)

250 vídeos (Em 2023 242 vídeos publicados)

7 - Produção Audiovisual

A equipe da Assecom produz regularmente vídeos, campanhas e documentários institucionais. Os vídeos deixam a comunidade interna e o público externo por dentro de projetos, pesquisas e eventos, bem como fortalecem a imagem da Ufersa, inclusive, com chamadas semanais para o Portal sobre o que é destaque na Universidade.

O presente relatório contempla as produções de áudio e vídeo confeccionadas e ou/publicadas no nosso Portal Institucional, bem como nas demais plataformas virtuais de acesso livre (como Youtube, Instagram e Facebook), de autoria e gerência da Assessoria de Comunicação durante o ano de 2024, conforme abaixo:

- **Vídeos produzidos:**

YouTube: 8 vídeos

Instagram: 52 vídeos (incluindo o quadro “Destaques”)

Destaques: 24

Demandas setoriais: 3 vídeos

Podcast: 2 (em produção de temporada especial)

Reportagens - 5;

Documentário - 2

Igualmente, destacamos que trabalhamos com demandas setoriais, atendendo as solicitações dos departamentos quanto às produções que visam, sobretudo, viabilizar inscrição em concursos, promoção de eventos, divulgação de serviços, trabalhos acadêmicos, dentre outros. Tivemos ainda a produção de três documentários: “Laboratório a céu aberto”, sobre a Fazenda Experimental e o “Bem Morar”, a partir do depoimento de estudantes moradores da Residência Universitária.

Todas as peças audiovisuais produzidas pela Assecom Ufersa estão disponibilizadas no endereço eletrônico: <https://www.youtube.com/@TVUfersa>

8 - Produção de Artes

A Assecom Ufersa desenvolveu projetos de identidade visual, criação de marcas, diagramação de peças e publicações institucionais de diversos setores da Universidade. Ao longo do ano o setor de direção de arte/design construiu um trabalho conjunto com as outras unidades da comunicação possibilitando a execução de uma identidade visual consistente e com um padrão de qualidade de excelência prezado pela Ufersa. A ação objetivou promover positivamente a imagem institucional por meio de sua marca e identidade visual, além de beneficiar setores e departamentos com marcas, cartazes, folders e produtos dentro do padrão institucional.

É importante ressaltar o aumento significativo no número de materiais criados pelo setor, isso pode ser constatado quando comparamos o número total de demandas digitais atendidas no ano de 2023 e, em paralelo, a redução, graduação e estratégica, na produção de material gráfico para impressão. A Assessoria de Comunicação vem incentivando o uso racional de impressão e material de papel, por isso, o incentivo à preferência pela digitalização em detrimento de imprimir material.

Para 2024, destaque para o volume de artes produzidas para o “SiSU” e a campanha “Natal Sem Fome”. Também foi diagramado o e-book referente ao IV Ano de Gestão (<https://assecom.ufersa.edu.br/publicacoes/>); além da criação da identidade visual para material de vídeo, tais quais os documentários citados acima.

Tabela 08 - Termos mais usados nos sites de buscas

MÊS	MATERIAL DIGITAL
Janeiro	25
Fevereiro	49
Março	31
Abril	18
Maio	20
Junho	9
Julho	15
Agosto	21
Setembro	55
Outubro	36
Novembro	24
Dezembro	15
TOTAL	318

9 - Clipping

O clipping é uma das atividades do trabalho de assessoria de comunicação que consiste em fazer um levantamento das notícias publicadas pelos veículos de comunicação, onde a imprensa cita direta ou indiretamente a Instituição. A Assecom identifica as citações a partir da palavra **Ufersa**, na plataforma Google. A compilação aqui apresentada representa a etapa final de um esforço de comunicação para divulgar fatos, informações, serviços ou produtos de interesse de uma empresa ou instituição. O clipping funciona como um processo contínuo de monitoramento, análise e arquivamento de menções relacionadas com a Ufersa seja de forma direta ou indireta.

Salientamos que todo o levantamento é disponibilizado mensalmente na home do Portal Ufersa, no espaço nomeado por “Clipping” e cujo conteúdo está distribuído por mês e com atualização permanente.

A seguir apresentamos o quantitativo mensal das notícias que foram clipadas, bem como a avaliação destas ao longo de 2024. O clipping monitorou 1.182 publicações na mídia ao longo do ano. A distribuição entre notícias positivas e negativas mostra uma predominância positiva, com 93,9% de notícias positivas e com picos de negatividade em meses específicos, sendo a grande maioria relacionada com a greve.

Tabela 03 – Comparação entre notícias positivas e negativas a partir do clipping

MÊS	POSITIVA	NEGATIVA	TOTAL
JANEIRO	114	00	114
FEVEREIRO	124	01	125
MARÇO	120	16	136
ABRIL	148	07	155
MAIO	93	02	95
JUNHO	99	31	130
JULHO	82	04	86
AGOSTO	96	00	96
SETEMBRO	76	00	76
OUTUBRO	59	09	68
NOVEMBRO	68	02	70
DEZEMBRO	31	00	31
TOTAL	1.110	72	1.182

Abaixo, mencionamos algumas considerações relevantes:

Janeiro - Todas as notícias foram positivas, refletindo um período inicial do ano focado em temas relevantes e de interesse público, como a oferta de vagas no SISU e a curiosa história da galinha que colocou um ovo diferente. Essa abordagem ajuda a criar um clima favorável para a Universidade logo no começo do ano

Fevereiro - Positivas: Destaque para a oferta de vagas para cursos EAD e a regularização do calendário acadêmico, reforçando a atuação institucional no âmbito acadêmico e administrativo. Negativa: Uma única crítica sobre obras inauguradas pela reitora avaliadas como irrelevantes.

Março - Positivas: Houve notícias sobre conquistas individuais, como a estudante campeã de karatê, e a manutenção do título de doutora da reitora. Negativas: O destaque ficou com a greve dos técnicos-administrativos, gerando 16 notícias negativas.

Abril - Positivas: Anúncios importantes, como o curso de pilotos e a vitória do professor Rodrigo Codes para a reitoria, foram muito bem recebidos. Negativas: A greve continuou sendo um ponto sensível, acompanhado de críticas sobre a não reeleição da reitora pela candidata.

Maio - Positivas: Ações de impacto social, como a campanha para desabrigados do RS, reforçam o papel solidário da Universidade. Negativas: A greve ainda foi o tema mais recorrente, ressaltando a dificuldade em contornar a crise.

Junho - Positivas: O encerramento da greve e temas como o concurso público foram bem recebidos. Negativas: Foi o mês com maior número de notícias negativas, principalmente por causa da greve e do caso de assédio sexual envolvendo um professor.

Julho - Positivas: Iniciativas como o Novo PAC e a campanha de apoio ao estudante de medicina com câncer tiveram impacto positivo. Negativas: A manobra da reitora para inviabilizar eleições e o sacrifício de um cão por um professor geraram polêmica.

Agosto - Um mês inteiramente positivo, com destaque para a nomeação do novo reitor e o foco em conquistas institucionais.

Setembro - Outro mês sem notícias negativas. Os temas giraram em torno do concurso público e a mudança de reitoria, que sinalizam transições organizadas e positivas.

Outubro - Positivas: A campanha Natal Sem Fome e o destaque da medicina no MEC reforçam a reputação acadêmica e social. Negativas: O déficit

orçamentário e a paralisação dos técnicos administrativos voltaram a preocupar, afetando a percepção da gestão financeira.

Novembro - Positivas: O Simpósio de Óleo e Gás e o acordo de justiça restaurativa mostram o protagonismo acadêmico e social da instituição.

Negativas: O déficit orçamentário permanece como uma questão relevante e potencialmente prejudicial à imagem institucional.

Dezembro - Apenas notícias positivas, como o sucesso da Campanha Natal Sem Fome e emendas parlamentares para universidades, encerrando o ano com uma imagem institucional sólida e fortalecida.

10 - Boas Práticas Adotadas

O Ano de 2024 representou para equipe de comunicação da Ufersa um ano de muito trabalho e conquistas. Tanto que os dados aqui apresentados superaram em muito os números atingidos no ano de 2022, que foi também um ano diferenciado em virtude da pandemia da Covid-19, com quase toda a Universidade no sistema remoto.

Entre as boas práticas, vale mencionar o aumento na produção de conteúdo relacionado aos campi fora da sede. O crescimento na produção de conteúdo também se repeliu no setor de produção criativa, mesmo em se tratando de um ano com sucessivas interrupções. Registramos também em 12 meses um aumento no número de seguidores no Instagram, sobretudo no último trimestre do ano.

Ao longo de 2024, mantivemos sólida relação na parceria com o Programa Univerciência, produzido pela Universidade Estadual do Oeste da Bahia (UESB), que congrega 50 instituições públicas de ensino superior, sendo exibido em Tevês Universitárias de 12 Estados do país, além do Canal Saúde e Canal Futura e com a Rádio FM 105, em Mossoró.

Uma das formas de ampliar a comunicação da Ufersa com a sociedade é por meio do relacionamento com a imprensa e a opinião pública, incluindo veículos de comunicação de massa e mídias independentes. Além do atendimento diário às solicitações locais, regionais e nacionais faz parte da atividade da Assecom realizar de envio de sugestões para possível matérias e/ou entrevistas a serem veiculadas no rádio, televisão, jornais, sites e blogs.

Esse conteúdo chega à comunidade externa, estrategicamente, pode duas formas (1) matéria provocada pela mídia, quando esta demanda da Assessoria de Comunicação dados e informações ou contato de fontes para entrevista e reportagens nos mais diversos assuntos; ou quando a imprensa usa a reprodução de material produzido pela Assecom e disponível nas mídias e plataformas oficiais.

O modelo de “Boletim Informativo” enviado por e-mail foi descontinuado ao fim de 2023, considerando a baixa demanda e retorno do produto. Praticamente, esta atividade foi substituída pelo disparo de conteúdo via WhatsApp, mas ainda forma experimental. Em média, a Assecom envia à imprensa cerca de 9 mensagens de sugestão de pauta.

Desafios - Entre os desafios de 2024, permanecemos indicando o baixo número de servidores profissionais na área de comunicação no setor. A unidade continua, desde a sua criação, contando com apenas 3 jornalistas (e merece destaque a carga horária especial, o que torna a situação ainda mais latente); um editor de imagens e um fotógrafo; um profissional terceirizado para as artes, mas que pediu desligamento no mês de dezembro de modo que finalizamos o ano com dificuldade de reposição da vaga.

Ainda neste interim, no mês de outubro, dois servidores foram removidos para outros setores. São eles: Eurico Marx (Portaria PROGEPE/UFERSA Nº 700/2024) e Adams Moraes (Portaria PROGEPE/UFERSA Nº 688/2024)

A Universidade requereu e conseguiu a concessão de um canal para estação de rádio e canal de televisão junto à Empresa Brasileira de Comunicação (EBC), no entanto, não há recursos financeiros nem um projeto estruturado que viabilize a implantação das duas estações. Neste sentido, a demanda foi encaminhada para 2025 na tentativa de diligências que tornam a conquista viável.

No mais, seguimos fortalecendo, para 2025, a missão institucional de divulgação das ações desenvolvidas pela Universidade com o objetivo de fortalecer a transparência, o acesso às informações e a prestação de contas de forma ética e responsável.