



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DO PARÁ
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO

RELATÓRIO ANUAL DE ATIVIDADES DE GESTÃO:
EXERCÍCIO 2025

Santarém – PA
Janeiro de 2026

ADMINISTRAÇÃO SUPERIOR

Reitora

Aldenize Ruela Xavier

Vice-Reitora

Solange Helena Ximenes Rocha

Pró-Reitor de Administração

Warlivan Salvador Leite

Pró-Reitora da Cultura, Comunidade e Extensão

Ediene Pena Ferreira

Pró-Reitora de Ensino de Graduação

Carla Marina Costa Paxiuba

Pró-Reitor de Gestão Estudantil

Luamim Sales Tapajós

Pró-Reitora de Gestão de Pessoas

Fabriciana Vieira Guimarães

Pró-Reitora de Pesquisa, Pós-Graduação e Inovação Tecnológica

Kelly Christina Ferreira Castro

Pró-Reitor de Planejamento e Desenvolvimento Institucional

Cauan Ferreira Araújo

ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO (ASCOM) DA UFOPA

Campus Santarém/Unidade Tapajós
Rua Vera Paz, s/n – Bairro Salé, Santarém – PA
BMT 2, 3º andar, sala 431

Sítio Web: <http://www.ufopa.edu.br/comunicacao/>

Correios eletrônicos (e-mails):

- comunica@ufopa.edu.br (Administração)
- comunicaufopa@gmail.com, imprensa@ufopa.edu.br (Jornalismo)
- marketinginstitucional@ufopa.edu.br (Marketing Institucional)

Telefones: (93) 2101-6533 / (93) 99149-7763 (Jornalismo)

Assessora de Comunicação:

ALBANIRA MARIA COELHO

Portaria n.º 341/2023 – Reitoria (23/09/2023) e Portaria n.º 03/2026 – Reitoria
(05/01/2026)

Siape 2178881

FIGURAS, QUADROS E TABELAS

Figura 1	– Organograma da Ascom	6
Quadro 1	– Servidores lotados na Ascom	8
Quadro 2	– Ações de gestão ambiental e sustentável da Ascom em 2025	10
Quadro 3	– Gestão de riscos da Ascom	16
Tabela 1	– Qualificação da força de trabalho da Ascom	9
Tabela 2	– Ações realizadas pela Ascom em 2025	11

SUMÁRIO

1 VISÃO GERAL DA UNIDADE	6
1.1 Identificação	6
1.2 Organização Administrativa	6
1.3 Infraestrutura Física	7
1.4 Gestão de Pessoal	7
1.5 Sustentabilidade Ambiental	9
2 RESULTADOS ALCANÇADOS	10
3 GESTÃO DE RISCOS	16
4 INOVAÇÃO E MELHORIA DE PROCESSOS	17
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	20
ANEXOS	21

1 VISÃO GERAL DA UNIDADE

1.1 Identificação

A Assessoria¹ de Comunicação (Ascom) é constituída de: *Secretaria Executiva*; *Seção de Jornalismo e Divulgação Científica*; e *Seção de Marketing Institucional*.

Esta assessoria tem como objetivo aprimorar a comunicação institucional, fortalecendo estratégias, ações e canais de comunicação para divulgar informações da Universidade aos públicos interno e externo.

As atividades são pautadas no tripé formado por *ensino*, *pesquisa* e *extensão* e abrangem as áreas de administração; revisão de textos; jornalismo; relações públicas; publicidade e propaganda; e design gráfico.

1.2 Organização administrativa

Figura 1 – Organograma da Ascom



¹ A Resolução n.º 282-Consun, de 17 de setembro de 2020, aprovou o *Regimento da Assessoria de Comunicação da Ufopa*, transformando a Coordenação de Comunicação em **Assessoria de Comunicação**. Disponível em: https://sigrh.ufopa.edu.br/sigrh/public/colégiados/filtro_busca.jsf.

1.3 Infraestrutura física

A Assessoria de Comunicação ocupa a sala 431 do Bloco Modular Tapajós 2 “Sebastião Tapajós”, no 3.º andar, na Unidade Tapajós, Campus Santarém.

A infraestrutura física atende minimamente às demandas, mas limita a acomodação da equipe, a ergonomia e a realização simultânea de atividades que exigem espaços diferenciados, devido ao volume crescente de solicitações e diversidade de produtos.

Apesar das restrições, a unidade manteve o funcionamento regular mediante organização interna. Para o futuro, é necessária a adequação ou ampliação do espaço para melhores condições de trabalho e eficiência.

1.4 Gestão de pessoal

No exercício de 2025, a Assessoria de Comunicação (Ascom) contou, inicialmente, com 10 (dez) servidores em sua lotação. Contudo, em outubro de 2025 houve a saída de uma servidora que ocupava o cargo de assistente de administração, passando a unidade a contar com 9 (nove) servidores em efetivo exercício ao final do período, distribuídos nas áreas administrativas, jornalísticas, revisão de textos, programação visual e marketing institucional, conforme demonstrado no quadro 1 e na tabela 1.

Quadro 1 – Servidores lotados na Ascom

Cargo	Servidor(a)	Matrícula SIAPE		Total
Assistente em administração	Daniel Ramalho	1965038		1
Jornalista	Albanira Maria Coelho	2178881		5
	Jorgelene dos Santos Oliveira	1467145		
	Maria Lúcia Sabaa Srur Moraes	1795360		
	Rosa Luciana Pereira Rodrigues	1240142		
	Talita Cristina Araújo Baena	1914720		
Programador visual	Jocelyn Monteiro de Alencar	2115359		1
Publicitária	Manuele Marques Rodrigues	2112981		1
Revisor de textos	Júlio César da Assunção Pedrosa	1790155		1
Total de servidores:				9

Tabela 1 – Qualificação da força de trabalho da Ascom

Escolaridade/Titulação	Docentes²	Técnicos Administrativos
Doutorado	0	3
Mestrado	0	0
Especialização	0	6
Graduação	0	0
Médio	0	0
Até o Fundamental	0	0
TOTAL	0	9

O quantitativo de servidores em exercício mostrou-se insuficiente para atender plenamente ao volume crescente de demandas da comunicação institucional, especialmente nas áreas do marketing e da programação visual, resultando em sobrecarga e necessidade constante de priorização das atividades estratégicas. Apesar desse cenário, a equipe manteve a regularidade dos serviços prestados por meio da reorganização interna do trabalho e do uso de ferramentas de gestão de demandas.

1.5 Sustentabilidade Ambiental

O quadro 2 apresenta resumo das ações do setor, quanto à gestão ambiental e sustentabilidade, durante o exercício de 2025.

² Não há servidores da categoria docente lotados na Assessoria de Comunicação.

Quadro 2 – Ações de gestão ambiental e sustentável da Ascom em 2025

Projeto/Ação	Práticas adotadas
Redução do uso de copos descartáveis	Não houve uso
Redução do consumo de papel e cartuchos	Pouco uso
Redução do Consumo de água	Pouco uso
Redução do Consumo de energia	Pouco uso
Contratações de empresas que adotem práticas sustentáveis	Não
Reciclagem (papel, copo etc.)	Não
Campanhas realizadas	Não
Separação do resíduo para coleta seletiva	Não
Adoção de equipamentos de TI que utilizem menor consumo de energia	Não
Redução dos custos de telefonia	Pouco uso
Promoção ou incentivo a ações de saúde e qualidade de vida dos servidores	Não
Serviço de transporte (redução no uso de combustível que agride o meio ambiente)	Não houve uso

2 RESULTADOS ALCANÇADOS

A tabela 2 apresenta resumo do resultado das ações do setor no exercício de 2025.

Tabela 2 – Ações realizadas pela Ascom em 2025

AÇÃO	2024	2025	Variação
Atendimento à imprensa	36	72	+100,0%
Áudio e vídeo releases	0	230	– (não aplicável – $E_p=0$)
Boletim de Serviço (com aditivos)	12	11	–8,3%
Campanhas publicitárias	5	5	0,0%

Cobertura de eventos	9	10	+11,1%
Coletiva de imprensa	1	0	-100,0%
Criações gráficas	3	10	+233,3%
Demandas via GLPI (Jornalismo, Marketing, Administração)	596	806	+35,2%
Envio de releases (provocados) ³	3	44	+1.366,7 %
Eventos e projetos especiais em parceria	0	3	- (não aplicável - Ep=0)
Envio de Boletins Informativos (Alunos, Servidores, Imprensa)	16	46	+187,5%
Atualização de notícias e destaques	0	25	- (não aplicável - Ep=0)
Notificações pelo SIGAdmin	78	81	+3,8%
Peças publicitárias	0	9	- (não aplicável - Ep=0)
Publicações em redes sociais	353	280	-20,7%
Publicações no Portal da Ufopa	460	622	+35,2%
Textos redigidos/revisados	454	587	+29,3%
Ufopa na Mídia Clipping e monitoramento de notícias (links)	1506	2230	+48,1%
Vídeos institucionais	1	2	+100,0%

Ressalta-se que os indicadores de desempenho da unidade evidenciam evolução positiva ao longo de 2025, refletindo a reorganização estratégica das prioridades da Assessoria de Comunicação, mesmo diante da limitação do quadro

³ O crescimento observado decorre da baixa base de comparação no exercício anterior (Ep = 3), refletindo a intensificação do envio de releases à imprensa em 2025.

de pessoal em efetivo exercício. Houve melhora significativa no atendimento das demandas institucionais, com maior racionalização dos fluxos de trabalho e qualificação das entregas realizadas, com exceção do índice de 0% no item “Imprensa Coletiva”, por se tratar de uma ação diretamente vinculada a situações de crise que demandam esclarecimentos coletivos, circunstância que não se fez necessária na Ufopa ao longo do ano de 2025.

Nesse contexto, a Ascom direcionou esforços para produtos e ações considerados essenciais à comunicação institucional, com destaque para o fortalecimento do atendimento à imprensa, a ampliação da produção editorial para o Portal da Ufopa, o monitoramento sistemático de mídia e a centralização das solicitações por meio do sistema GLPI, contribuindo para maior eficiência, controle e efetividade no atendimento às demandas.

Gestão Orçamentária e Financeira

A Assessoria de Comunicação não tem orçamento próprio.

a) Indicadores do PDI (Plano de Desenvolvimento Institucional)

Indicador:

Número de acessos e publicações das redes oficiais da Ufopa (site institucional e redes sociais).

Meta:

Ampliar o alcance e o engajamento das publicações institucionais.

Resultado:

1. Aumento de 10,9% no total de publicações nos canais oficiais.⁴
2. Aumento de 35,2% nas publicações do site institucional.

Em 2025, o indicador registrou **aumento de 10,9% no total de publicações nos canais oficiais da Ufopa**. Quanto aos **acessos**, manteve-se **elevado alcance das publicações**, com **104.966 pessoas alcançadas nas redes sociais**, evidenciando ampla visibilidade da comunicação institucional.

Análise (ações, riscos e impacto):

⁴ Para fins deste relatório, consideram-se canais oficiais da Ufopa o site institucional e as redes sociais institucionais sob gestão da Ascom, incluindo Facebook, Instagram, YouTube e demais plataformas utilizadas para divulgação oficial.

O crescimento percentual observado decorre do fortalecimento do Portal Institucional como canal central da comunicação pública da Ufopa e da priorização de conteúdos estratégicos voltados à transparência, à prestação de informações à sociedade e à divulgação das ações institucionais. Esse direcionamento contribuiu para maior alcance das publicações, ampliação do acesso às informações oficiais e qualificação da comunicação com a comunidade interna e externa, reduzindo riscos de desinformação, dispersão de demandas e comunicação paralela, além de fortalecer a imagem institucional e a credibilidade da Universidade.

Indicador:

Número de ações de incentivo à melhoria da comunicação organizacional.

Meta:

Realizar ao menos 1 ação de capacitação de grande impacto institucional.

Resultado:

- Em 2025, a Ascom realizou **1 ação de incentivo à melhoria da comunicação organizacional: o Curso Media Training para Cientistas, com carga horária de 12 horas.**

Análise (ações, riscos e impacto):

A ação contribuiu para a qualificação de pesquisadores e porta-vozes da Ufopa, fortalecendo a comunicação institucional e o relacionamento com a imprensa, além de promover o alinhamento e a unificação das falas institucionais. Como mitigação de riscos, o Media Training reduziu a possibilidade de exposições inadequadas, interpretações imprecisas de informações científicas e desalinhamentos discursivos em interações públicas, minimizando impactos negativos à imagem institucional. A iniciativa ampliou a capacidade técnica dos participantes para lidar com entrevistas, situações de crise e divulgação científica, assegurando maior coerência, clareza e segurança na representação pública da Universidade.

Indicador:

Percentual de satisfação da comunidade acadêmica com a comunicação interna.

Meta:

Elevar gradativamente o nível de satisfação da comunidade acadêmica.

Resultado:

Embora a pesquisa formal de satisfação da comunidade acadêmica ainda esteja em fase de planejamento, **observa-se indício qualitativo de melhoria na comunicação interna**, evidenciado pelo aumento de **35,2% no uso do sistema GLPI**, que passou a ser utilizado de forma mais sistemática como canal oficial para solicitação de serviços e demandas comunicacionais.

Análise (ações, riscos e impacto):

A ampliação do uso dos canais oficiais e a padronização dos fluxos informacionais contribuíram para maior organização da comunicação interna, criando condições favoráveis para a implementação futura de instrumentos formais de aferição da satisfação da comunidade acadêmica.

Indicador:

Produtos de comunicação institucional.

Meta:

Manter e ampliar a produção de produtos de comunicação.

Resultado:

Itens com aumento de produção:

Publicações no Portal da Ufopa: +35,2%

- Releases enviados à imprensa: +400%
- Vídeos institucionais: +100%

Síntese do indicador:

- 16 itens apresentaram crescimento em relação a 2024, evidenciando ampliação qualitativa e quantitativa dos produtos estratégicos de comunicação.

Análise (ações, riscos e impacto):

O aumento do número de itens com crescimento reflete o esforço contínuo da Assessoria de Comunicação na priorização de ações institucionais estratégicas, evidenciando a ampliação qualitativa e quantitativa dos produtos de comunicação. Em 2025, a Ascom apresentou crescimento mensurável em itens estratégicos, com intensificação da produção editorial, fortalecimento da relação com veículos

da mídia e ampliação da presença institucional em diferentes ferramentas de comunicação. Esse trabalho resultou em maior visibilidade pública da Ufopa, melhor posicionamento institucional e alcance ampliado das informações oficiais. Como impacto, houve mitigação de riscos associados à baixa visibilidade, à fragmentação da comunicação e à circulação de informações não oficiais, ao mesmo tempo em que se consolidaram canais institucionais estratégicos, em consonância com o Objetivo Estratégico OE-PI-10 do PDI 2024–2031.

3 GESTÃO DE RISCOS

O quadro de gestão de riscos da Ascom tem como objetivo identificar, avaliar e mitigar os riscos que podem afetar a comunicação institucional da universidade.

Quadro 3 – Gestão de riscos da Ascom

Riscos identificados da Assessoria de Comunicação

PROCESSO	RISCO BAIXO	RISCO MODERADO	RISCO ALTO	RISCO CRÍTICO	TOTAL
Promoção da comunicação institucional	0	1	3	6	10
TOTAL	0	1	3	6	10
%	0%	10%	30%	60%	100%

Controles Internos adotados para prevenir ou mitigar os riscos

PROCESSO	Preventivos	Mitigatórios	Detectivos	TOTAL
Promoção da comunicação institucional	8	6	0	14
TOTAL	8	6	0	14
%	57,1%	42,9%	0%	100%

O perfil de risco da Ascom concentra-se majoritariamente em riscos altos e críticos, especialmente relacionados à reputação institucional, uso inadequado dos canais oficiais, falhas de comunicação e capacidade operacional da unidade.

Controles Internos.

Preventivos (8): normativas de comunicação, fluxos obrigatórios, planejamento estratégico, centralização da divulgação, orientação a servidores, definição de porta-vozes, padronização de canais, capacitação interna.

Mitigatórios (6): protocolos de crise, planos de contingência, priorização de demandas, redistribuição de atividades, racionalização de ações, resposta institucional centralizada.

4 INOVAÇÃO E MELHORIA DE PROCESSOS

A Assessoria de Comunicação desenvolveu, no exercício de 2025, iniciativas voltadas à inovação e à melhoria contínua de seus processos de trabalho, com foco na eficiência, na qualificação dos serviços prestados e no fortalecimento da comunicação institucional.

Otimização de Fluxo (GLPI): Consolidou-se o uso do sistema GLPI como canal oficial para o recebimento das solicitações de ampla divulgação e demais demandas de comunicação. Essa iniciativa possibilitou maior organização do fluxo de trabalho, rastreabilidade das demandas e geração de relatórios gerenciais, contribuindo para o monitoramento das atividades e para a tomada de decisão baseada em dados.

Inovação de Serviço (Capacitação): A realização do curso de *Media Training* configurou-se como inovação no âmbito dos serviços da Ascom, ao qualificar fontes institucionais para o relacionamento com a imprensa e a comunicação pública. A iniciativa contribui para a melhoria da entrega final ao usuário e para o aprimoramento da qualidade e da confiabilidade da informação científica e institucional que chega à sociedade.

Modernização da Estrutura: No exercício de 2025, iniciou-se o estudo para a criação da identidade visual da Ufopa, com vistas à padronização dos materiais institucionais e ao fortalecimento da marca da universidade. A iniciativa busca assegurar maior coerência visual e reconhecimento institucional nos diversos canais de comunicação. Além disso, foi iniciada a construção da Política de

Comunicação Institucional e de outras normativas que nortearão o processo comunicacional na instituição.

Otimização de Processos de Design: Criação e implementação de **templates padronizados para redes sociais**. Essa medida agilizou a produção diária de peças gráficas pela equipe de Marketing e fortaleceu a identidade visual da instituição nas plataformas digitais

Modernização Digital e Acessibilidade: Embora o site institucional da Ufopa já se encontre consolidado como principal canal oficial de comunicação pública da universidade, no exercício de 2025 teve início o processo de redesign da plataforma, com vistas à adequação ao Design System Gov, à melhoria da usabilidade e da acessibilidade da informação e ao alinhamento às diretrizes de comunicação digital do governo federal.

Inovação em Canais Digitais (WhatsApp): Em 2025, foi criado o canal oficial de notícias da Ufopa no WhatsApp, ampliando os meios de comunicação institucional e diversificando os canais de acesso à informação. A iniciativa fortalece a comunicação direta com a comunidade acadêmica e a sociedade, permitindo maior alcance, agilidade na disseminação de informações oficiais e alinhamento às práticas contemporâneas de comunicação pública digital.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

No exercício de 2025, a Assessoria de Comunicação manteve a execução de suas atividades essenciais, mesmo diante da redução do quadro de servidores em efetivo exercício e do crescimento contínuo das demandas institucionais. Esse cenário exigiu elevada capacidade de reorganização interna, definição de prioridades e fortalecimento dos fluxos de trabalho a fim de assegurar a continuidade dos serviços prestados.

Apesar das limitações operacionais, a unidade registrou avanços em indicadores estratégicos, especialmente no atendimento à imprensa, no monitoramento de mídia, na produção editorial e na consolidação dos canais oficiais de comunicação, evidenciando o papel estratégico da Ascom no fortalecimento da imagem institucional da Ufopa.

A demanda crescente por comunicação institucional reforça a necessidade de recomposição da equipe, formalização de normativas e fortalecimento do planejamento estratégico, em alinhamento ao Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) 2024–2031, de modo a assegurar maior eficiência, padronização e sustentabilidade das ações de comunicação da Ufopa.

ANEXOS

PUBLICAÇÕES NO SÍTIO WEB DA UFOPA POR ASSUNTOS (TAGS) (2025)	
Ufopa	129
Cultura e Extensão	64
Editais e Concursos	28
Eleições	18
Ensino e Educação	69
Eventos	99
Multicampi	13
Pesquisa e Inovação	32
Processo Seletivo	80
Coronavírus	0
Sustentabilidade	10
TOTAL	542
TEXTOS REDIGIDOS/REVISADOS (2025)	
Notícias revisadas	550
Comunicados em geral	12
Notas de pesar	24
Memorandos	0
Portarias	0
Outros	1
TOTAL	587

BOLETIM DE SERVIÇO (2025)	
Edições mensais	9
Aditivos	2
TOTAL	11
AÇÕES DA SEÇÃO DE JORNALISMO E DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA – GLPI (2025)	
Articulação de entrevista com pesquisadores	26
Atendimento à imprensa	72
Atualização de mailing de imprensa	2
Atualização de notícias e destaques	240
Áudio e vídeo release	230
Cobertura de eventos	10
Coletivas de imprensa	0
Contatos de pesquisadores	145
Divulgação de notícias (Demandas via GLPI Jornalismo)	806
Envio de release (provocado)	44
Eventos e projetos especiais em parceria	3
Inclusão na agenda de eventos do site	80
Ufopa na Mídia Clipping e monitoramento de notícias (links)	2230
AÇÕES DA SEÇÃO DE MARKETING INSTITUCIONAL (2025)	
Campanhas Publicitárias	
PSR	
PSEI	
Pré-COP30	

Eleições Reitoria	
Jornada Acadêmica	
Peças publicitárias (datas comemorativas) (2025)	
Dia de Campo	
Volunturismo	
Aula Magna em Rurópolis	
Sala de situação meteorológica	
Projeto CarbonARA – Avião	
Projeto CarbonARA – Torre	
Caravana Fluvial Iaraçu	
Ufopa na COP30	
Avaliação institucional	
Redes Sociais (2025)	
Facebook Página: Ufopa – Universidade Federal do Oeste do Pará	
Número de seguidores: 27.297 seguidores.	
Faixa etária predominante 25-34 anos (45,5%), seguida da de 35-44 anos (30,2%)	
Principais localizações: Santarém (39,5%); Belém (6,9%); Manaus (3,9%); Oriximiná (2,9%)	
Gênero: Mulheres (64,8%); Homens (35,2%)	
Número de publicações: 36	
Alcance de publicações em 2025: 82.635 mil pessoas	
Publicação com maior alcance em 2025: PSR 2026 (Alcance: 51.769; Curtidas e reações: 52; Comentários: 2; Compartilhamentos: 5)	

Temas com maior repercussão: PSR, COP30.	
Instagram Ufopa Oficial (2025)	
Número de seguidores: 32.444	
Faixa etária predominante 18-24 anos (36,9%), seguida da de 25-34 anos (21,7%)	
Principais localizações: Santarém (44,1%); Belém (6,4%); Oriximiná (2,8%)	
Gênero: Mulheres (67%); Homens (33%)	
Conteúdo	
Número de publicações no Feed: 90	
Número de stories: 125	
Número de Reels: 27	
Número de vídeos maiores: 0	
Publicação com maior alcance em 2025: "Corte Orçamentário" (Alcance: 22.331; Curtidas e reações : 1.442; Compartilhamentos: 2.381)	
Reels com maior alcance em 2024: "Ufopa 15 Anos" (Alcance: 30.997 pessoas; Curtidas: 1.543; Comentários: 151; Compartilhamentos: 218)	
Stories com maior alcance em 2025: "PSR 2026" (Alcance: 3.334; Interações com o story: 30)	
Temas com maior repercussão: PSR; Cursos; Cardápio do RU	
YouTube Comunicação Ufopa (2025)	
1.526 inscritos	
Número de publicações: 2 vídeos novos (497 vídeos ao total)	
TOTAL DE PUBLICAÇÕES NAS REDES SOCIAIS – 280	

TOTAL DE ALCANCE NAS REDES SOCIAIS - 104.966	
Criação gráfica (2025)	
Crachá Ufopa	
Modelos de produtos gráficos da Ufopa (agenda, calendário, bloco de anotações, caneca, ecobag, pasta, camisa)	
Template para redes sociais	
Pré-COP30 Ufopa: Universidades pela Sociobiodiversidade	
Fonaprace 2025	
III Dia de Campo da Fazenda Experimental da Ufopa	
III Workshop de Pesquisa e Pós-Graduação da Ufopa	
XII Jornada Acadêmica da Ufopa	
Aniversário da Ufopa: 16 Anos	
Redesign do site institucional: padronização Design System Gov	
Sítios institucionais (2025)	
Produção de banners para site: 47	
Produção de imagens de destaque: 25	