



Ministério da Educação
Universidade Federal do Cariri
Diretoria de Comunicação

RELATÓRIO ANUAL DE ATIVIDADES

2022

Relatório Anual, com métricas referentes a conteúdos institucionais da UFCA, elaborados pela Dcom, publicados em canais oficiais da Universidade no ano de 2022.

JUAZEIRO DO NORTE - CE

2023



**Ministério da Educação
Universidade Federal do Cariri
Diretoria de Comunicação**

EQUIPE

Gabriel Nogueira de Souza

Diretor de Comunicação

Ana Paula Lima de Araújo

Coordenadora de Conteúdo Institucional

Danielle Bezerra Feitosa

Chefe do Núcleo de Gestão de Mídias Sociais

Georgia Mendes Sousa

Chefe do Núcleo de Identidade Visual

Paulo José Teixeira dos Santos

Assessor de Documentação, Protocolo e Dados Estratégicos

Emanoella Callou Belém *

Gerente da Divisão de Produção e Curadoria de Registros Imagéticos

Otniel Rodrigues dos Santos **

Gerente da Divisão de Acessibilidade Informacional

Adriana Cristina Gomes de Araújo

Administradora

Gabriela Silva Meneses

Jornalista

Cícero Mardônio Silva Lira

Auxiliar Administrativo Terceirizado

*Lotada no Instituto Interdisciplinar de Sociedade, Cultura e Artes (IIsca/UFCA)

**Lotado na Secretaria de Acessibilidade (Seace/UFCA)

JUAZEIRO DO NORTE - CE

2023

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Organograma da Dcom.....	14
Figura 2 - Talentos da Dcom.....	15
Figura 3 - Cadeia de valor da UFCA.....	15
Figura 4 - Mapa estratégico da UFCA.....	16
Figura 5 - Dcom no PDI 2025 UFCA.....	17
Figura 6 - Serviços prestados pela Dcom.....	18
Figura 7 - Descrição das quatro principais fontes de dados do relatório.....	19
Figura 8 - Evolução do número de tickets registrados nos últimos três anos.....	23
Figura 9 - Evolução do número de notícias elaboradas pela Dcom nos últimos três anos.....	28
Figura 10 -Evolução do nº de eventos publicados no Portal da UFCA (2020 a 2022).....	31
Figura 11 - Evolução do nº de informes no Portal da UFCA (2020 a 2022.....	32
Figura 12 - Evolução do nº de informes por e-mail (2020 a 2022).....	34
Figura 13 - Evolução do nº de atendimentos de Assessoria de imprensa feitos pela Dcom/UFCA (2020 a 2022).....	35
Figura 14 - Reprodução das imagens “thumbs” das duas lives de 2022.....	36
Figura 15 - Evolução do tempo (em minutos) de vídeos produzidos pela Dcom/UFCA (2020 a 2022).	38
Figura 16 - Evolução do nº de peças gráficas produzidas pela Dcom/UFCA (2020 a 2022)	39
Figura 17 - Evolução do nº de postagens em mídias sociais digitais - Instagram e Facebook (2021 e 2022)	40
Figura 18 - Resumo das demandas de esforço da Dcom/UFCA em 2022.....	41
Figura 19 - Evolução do nº de sessões e tempo médio de sessões abertas no Portal da UFCA (2020 a 2022).....	43
Figura 20 - Evolução do nº de visualizações no Portal da UFCA (2020 a 2022).....	44
Figura 21 - Evolução do nº de páginas por visita ao Portal da UFCA (2020 a 2022).....	45

Figura 22 - Evolução do alcance da conta oficial da UFCA no Instagram (2020 a 2022).....	47
Figura 23 - Evolução do nº de visualizações no canal oficial do YouTube (2020 a 2022).....	48
Figura 24 - Evolução do tempo médio de visualizações no YouTube Oficial da UFCA (2020 a 2022)	49
Figura 25 - Títulos das notícias mais e menos lidas de todo o ano de 2022, publicadas no Portal da UFCA.	56
Figura 26 - Reprodução dos cards das imagens das notícias mais e menos lidas de todo o ano de 2022, publicadas no Portal da UFCA.	57
Figura 27 - Frame do vídeo da postagem de maior repercussão de 2022, do perfil oficial da UFCA no Instagram (feed).	61
Figura 28 - Reprodução do card de abertura da postagem com a segunda maior repercussão de 2022, do perfil oficial da UFCA no Instagram (feed).....	61
Figura 29 - Reprodução do card de abertura da postagem com a terceira maior repercussão de 2022, do perfil oficial da UFCA no Instagram (feed).....	62
Figura 30 - Reprodução do card de abertura da postagem com a quarta maior repercussão de 2022, do perfil oficial da UFCA no Instagram (feed)	63
Figura 31 - Reprodução do card de abertura da postagem com a quinta maior repercussão de 2022, do perfil oficial da UFCA no Instagram (feed)	63
Figura 32 - Conteúdos em destaque publicados no perfil oficial da UFCA no Instagram (@ufcaoficial), como stories, em 2022.....	65
Figura 33 - Reprodução das 05 postagens de maior repercussão de 2022, da página oficial da UFCA no Facebook.	67
Figura 34 - Reprodução da postagem de maior repercussão de 2022, no canal oficial da UFCA no YouTube.	68
Figura 35 - Reprodução da postagem com a segunda maior repercussão de 2022, no canal oficial da UFCA no YouTube.....	69
Figura 36 - Reprodução da postagem com a terceira maior repercussão de 2022, no canal oficial da UFCA no YouTube.....	69

Figura 37 - Reprodução de imagem da postagem com a quarta maior repercussão de 2022, no canal oficial da UFCA no YouTube.	70
Figura 38 - Reprodução da postagem com a quinta maior repercussão de 2022, no canal oficial da UFCA no YouTube.....	70
Figura 39 - Evolução taxa de rejeição do Portal da UFCA (2020 a 2022)	72
Figura 40 - Curtidas em mídias digitais oficiais da UFCA (2021 e 2022).....	73
Figura 41 - Comentários em mídias digitais oficiais da UFCA (2021 e 2022).....	75
Figura 42 – Compartilhamentos em mídias digitais oficiais da UFCA (2021 e 2022).....	76

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Quantidade de atendimentos requeridos à Dcom/UFCA, em 2022, por tipo de serviço.....	20
Tabela 2 - Serviços mais demandados para a Dcom/UFCA via OS Tickets em 2022.....	21
Tabela 3 - Volume de solicitações de tickets por mês registrados nos últimos três anos.	22
Tabela 4 - Maiores demandantes de serviços para a Dcom/UFCA, em 2022.....	24
Tabela 5 - Maiores demandantes dos serviços mais solicitados em 2022	25
Tabela 6 - Principal serviço solicitado por cada demandante em 2022.....	26
Tabela 7 - Volume de notícias elaboradas e publicadas pela Dcom nos últimos três anos.....	28
Tabela 8 - Quantidade de eventos publicados no Portal da UFCA pela Dcom nos últimos três anos	30
Tabela 9 - Quantidade de informes no Portal nos últimos três anos.....	31
Tabela 10 - Quantidade de informes enviados por e-mail nos últimos três anos (informe @todos)	33
Tabela 11 - Quantidade de informes a públicos segmentados enviados por e-mail - 2022.....	33
Tabela 12 - Quantidade de atendimentos de Assessoria de imprensa feitos pela Dcom/UFCA nos últimos três anos	34
Tabela 13 - Tempo (em minutos) de vídeos produzidos pela Dcom/UFCA nos últimos três anos	37
Tabela 14 - Quantidade de peças gráficas produzidas pela Dcom/UFCA em 2022.....	38
Tabela 15 - Quantidade de sessões no Portal nos últimos três anos.....	42
Tabela 16 - Quantidade de visualizações de páginas no Portal da UFCA nos últimos três anos.....	43
Tabela 17 - Quantidade de páginas por visita ao Portal da UFCA nos últimos três anos.....	45

Tabela 18 - Alcance da conta oficial da UFCA no Instagram, nos últimos três anos.....	46
Tabela 19 - Quantidade de visualizações no canal oficial do YouTube, últimos três anos.....	47
Tabela 20 - Tempo médio (em segundos) de visualizações no YouTube Oficial da UFCA, últimos três anos	48
Tabela 21 - Número de Seguidores em Redes Sociais Digitais oficiais da UFCA	53
Tabela 22 - Páginas em destaque em 2022.....	55
Tabela 23 - Palavras-chave em Destaque: termos mais buscados no google sobre a UFCA em 2022	55
Tabela 24 - Títulos das notícias mais e menos lidas de cada mês de 2022, publicadas no Portal da UFCA.	58
Tabela 25 - Resumo da repercussão das postagens da UFCA no Instagram @ufcaoficial, em feed, por categoria	60
Tabela 26 - Resumo sobre a repercussão de postagens no Instagram (stories) - 2022.....	64
Tabela 27 - Resumo da repercussão das postagens no canal UFCA TV, no YouTube, em 2022, por categoria	68
Tabela 28 - variação da taxa de rejeição do Portal da UFCA, últimos três anos.....	71
Tabela 29 – Número de curtidas em mídias digitais oficiais da UFCA (2021 e 2022)	72
Tabela 30 - Número de comentários em mídias digitais oficiais da UFCA (2021 e 2022)	74
Tabela 31 - Número de compartilhamentos em mídias digitais oficiais da UFCA (2021 e 2022).	75

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Volume de tickets registrados em 2022, a cada mês.....	23
Gráfico 2 - Volume de notícias elaboradas e publicadas pela Dcom em 2022, a cada mês.....	28
Gráfico 3 - Volume de eventos publicados no Portal da UFCA, em 2022, a cada mês.....	30
Gráfico 4 - Volume de informes publicados no Portal da UFCA, em 2022, a cada mês.....	32
Gráfico 5 - Volume de informes enviados por e-mail para a comunidade acadêmica, em 2022, a cada mês.	33
Gráfico 6 - Volume de atendimentos de Assessoria de imprensa pela Dcom/UFCA em 2022, a cada mês.....	35
Gráfico 7 - Minutos totais de vídeos produzidos pela Dcom/UFCA, por mês.....	37
Gráfico 8 - Quantitativos de peças gráficas agrupadas em níveis de complexidade de confecção, elaboradas pela Dcom/UFCA, em 2022, a cada mês.....	39
Gráfico 9 - Quantitativo de sessões no Portal da UFCA em 2022, por mês.....	42
Gráfico 10 - Quantitativo de visualizações de páginas no Portal da UFCA em 2022, por mês.....	44
Gráfico 11 - Quantitativo de páginas por visita ao Portal da UFCA em 2022, por mês.....	45
Gráfico 12 - Alcance da conta oficial da UFCA no Instagram em 2022, por mês.....	46
Gráfico 13 - Quantitativo de visualizações no canal oficial do YouTube em 2022, por mês.....	48
Gráfico 14 - Tempo médio de visualizações no YouTube Oficial da UFCA em 2022, por mês.....	49
Gráfico 15 - Perfil dos receptores (Portal da UFCA) - Gênero do visitante.....	50
Gráfico 16 - Perfil dos receptores (Portal da UFCA) - Sessões por idade.....	50
Gráfico 17 - Perfil dos receptores Instagram (@ufcaoficial) - Seguidores por gênero.....	51
Gráfico 18 - Perfil dos receptores de publicações no Instagram (@ufcaoficial) - Audiência por idade e gênero.....	51
Gráfico 19 - Perfil dos receptores de publicações na página da UFCA no Facebook - Gênero da audiência.....	52
Gráfico 20 - Perfil dos receptores (gênero e faixa etária) de mensagens publicadas na página da UFCA no Facebook.	52
Gráfico 21 - Novos seguidores e seguidores totais, por ano, do perfil oficial da UFCA no Instagram.	53
Gráfico 22 - Novas curtidas e curtidas totais na página oficial da UFCA no Facebook.....	54

Gráfico 23 - Novos inscritos e inscritos totais, por ano, do canal oficial da UFCA no YouTube (UFCA TV)	54
Gráfico 24 -Variação da taxa de rejeição do Portal da UFCA em 2022, por mês.....	71
Gráfico 25 -Número de curtidas em mídias digitais oficiais da UFCA, em 2022, por mês.....	73
Gráfico 26 - Número de comentários em mídias digitais oficiais da UFCA, em 2022, por mês.....	74
Gráfico 27 - Número de compartilhamentos em mídias digitais oficiais da UFCA, em 2022, por mês.....	76

Sumário

1. INTRODUÇÃO.....	13
1.1 A Dcom/UFCA	13
1.2 Serviços prestados pela Dcom	17
1.3 Fontes dos dados	18
2. ESFORÇO – DCOM/UFCA.....	19
2.1 Dados OS Ticket	20
2.1.1 Atendimentos realizados pela Dcom/UFCA em 2022	20
2.1.2 Maiores demandantes de serviços para a Dcom/UFCA em 2022	23
2.1.2.1 Maiores demandantes dos serviços mais solicitados à Dcom/UFCA em 2022.....	25
2.1.2.2 Principal serviço solicitado à Dcom/UFCA em 2022 por cada demandante	26
2.2. Dados do Portal da UFCA e do arquivo da Dcom/UFCA	28
2.2.1 Notícias.....	28
2.2.2 Eventos	29
2.2.3 Informes (Portal da UFCA)	31
2.2.4 Informes (e-mail).....	32
2.2.5 Assessoria de Imprensa	34
2.2.6 Transmissões ao vivo.....	36
2.2.7 Vídeos Gravados	37
2.2.8 Produção de Peças Gráficas	38
2.2.9 Postagens em mídias sociais.....	39
2.2.10 Produção de crachás	40
3. ALCANCE.....	41
3.1. Sessões no Portal.....	41
3.2. Visualizações de páginas no Portal.....	43
3.3 Alcance do Instagram (@ufcaoficial).....	46
3.4 Visualizações Totais YouTube (UFCA TV).....	47
4. INTERESSE.....	49
4.1 Perfil dos receptores (Portal da UFCA).....	50
4.2 Perfil dos receptores (Instagram)	51
4.3 Perfil dos receptores (Facebook).....	52
4.4 Número de Seguidores em Redes Sociais Digitais oficiais da UFCA	53
4.5 Páginas em destaque – melhor performance no período	54

4.6 Termos mais buscados no Google sobre a UFCA	55
4.7 Notícias mais e menos lidas, no período	56
5. REPERCUSSÃO.....	59
5.1 Instagram Feed.....	59
5.1.1 Postagens em Destaque	60
5.2 Instagram Stories.....	64
5.2.1 Postagens em Destaque	64
5.3 Facebook.....	66
5.4 YouTube	68
6. EXPERIÊNCIA	71
6.1 Taxa de Rejeição do site.....	71
6.2 Quantidade de Curtidas (por mídia).....	72
6.3 Quantidade de Comentários (por mídia)	74
6.4 Quantidade de Compartilhamentos (por mídia)	75
7. CONSIDERAÇÕES FINAIS	76

1. INTRODUÇÃO

O presente Relatório Anual de Atividades apresenta os dados das atividades desenvolvidas pela Diretoria de Comunicação da Universidade Federal do Cariri (Dcom/UFCA), no ano de 2022. Em sua terceira edição, este documento procura traduzir o cenário da Comunicação Institucional na UFCA intermediada pela Dcom, ao apresentar esforço e produção das atividades desenvolvidas por essa Diretoria, e demonstrar dados inerentes ao(s) público(s) que acessa(m) e assiste(m) às informações da instituição. Além de nortear a Diretoria em termos de acompanhamento de resultados e de seus planejamentos, este relato pode servir para toda a Universidade no sentido de compreender e melhor direcionar esforços em torno daquilo que se deseja comunicar e informar. No relatório, são apresentados os dados expressados no ano de 2022 e, quando possível, promove-se uma comparação desses com os dos anos anteriores. Os dados deste relatório estão elencados sob cinco pilares fundamentais: **a** esforço da equipe da Dcom/UFCA; **b**. alcance dos conteúdos produzidos ou gerenciados pela Dcom/UFCA; **c**. interesse dos públicos da instituição; **d**. repercussão dos conteúdos produzidos ou divulgados pela Dcom/UFCA; **e**. experiência dos públicos no consumo de mensagens da Universidade.

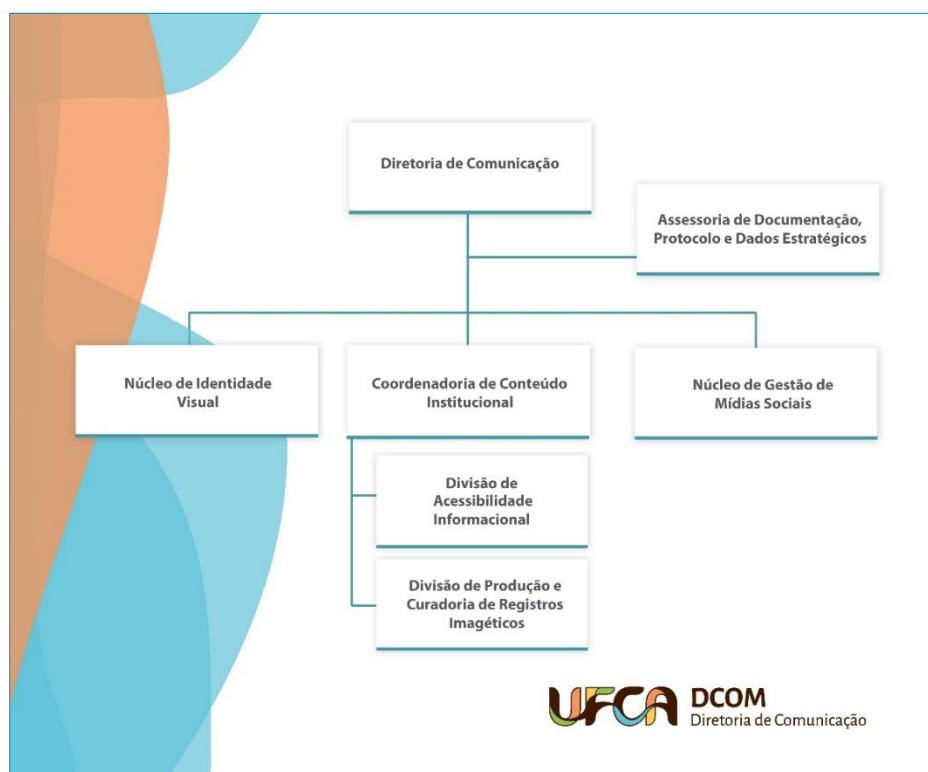
1.1 A Dcom/UFCA

A Diretoria de Comunicação é um órgão suplementar à Reitoria da Universidade Federal do Cariri, dedicada exclusivamente à Comunicação na instituição. De acordo com o Regimento Geral da UFCA, art. 33, “os órgãos suplementares são órgãos executivos da Administração Superior para o desenvolvimento de atividades de apoio ao ensino, pesquisa, extensão, cultura e à gestão universitária”. Conforme se dispõe no Plano de Desenvolvimento Institucional da UFCA (PDI 2025), as atribuições gerais da Dcom são “Desenvolver produtos e ações sistematizadas de comunicação direcionados aos públicos internos (estudantes, professores, servidores técnicos) e externos (veículos de comunicação, movimentos sociais, órgãos públicos e privados)”. Nessa linha, a Dcom atua especificamente na Gestão de Conteúdo dos canais oficiais da UFCA (o que envolve planejamento, apuração, produção, edição, publicação, relatoria e acompanhamento de conteúdos institucionais), na Comunicação Interna da instituição, na Assessoria em Comunicação à comunidade acadêmica, na Assessoria de Imprensa da UFCA e na elaboração de instrumentos que reforcem visualmente a identidade da instituição, como materiais gráficos e recursos visuais

digitais. A Diretoria também é responsável por gerir o relacionamento da UFCA com veículos de comunicação externos, sempre pautada pela ética, pela celeridade e pela correção das informações transmitidas, observados os princípios legais que regem a Comunicação na Administração Pública. As produções da Dcom se baseiam principalmente nas necessidades dos diversos públicos da UFCA, sejam: internos (estudantes, servidores docentes, servidores técnico-administrativos e colaboradores terceirizados) ou externos (estudantes do ensino médio, professores/pesquisadores de outras universidades, movimentos sociais, veículos de comunicação e outras instituições que mantenham relacionamento com a UFCA).

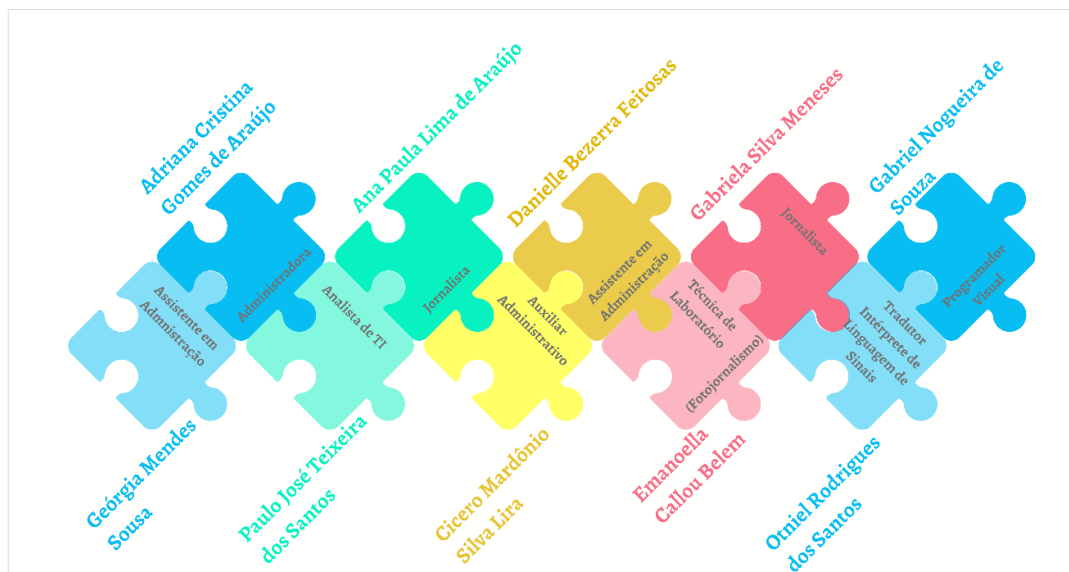
Administrativamente, a Dcom tem um quadro de pessoal composto por 9 servidores efetivos na Diretoria (07 na lotados na própria Dcom e 02 lotados em outras unidades, mas com função no setor), 01 colaborador e, sempre que viável, conta com a atuação de bolsistas e estagiários. A Diretoria possui a estrutura administrativa trazida em seu Organograma, apresentado na Figura 1 e conta com os profissionais elencados na Figura 2.

Figura 1 - Organograma da Dcom.



Fonte: Dcom/UFCA (2023).

Figura 2 -Talentos da Dcom.



Fonte: Dcom/UFCA (2023).

Na cadeia de valor da UFCA (Figura 3), a Dcom encontra-se como responsável, em conjunto com outras unidades, pelos seguintes macroprocessos: i. Gerenciar a estratégia, as informações, acervos, modernização e avaliação institucionais; ii. **Desenvolver a comunicação institucional e as relações institucionais**; iii. Gestão da sustentabilidade social, ambiental e financeira; iv. Promover a gestão de pessoas, a qualidade de vida e a acessibilidade; v. Formação de pessoas capazes de participar de ações transformadoras da sociedade; vi. Contribuição para o desenvolvimento socioeconômico e a dinâmica cultural do Cariri.

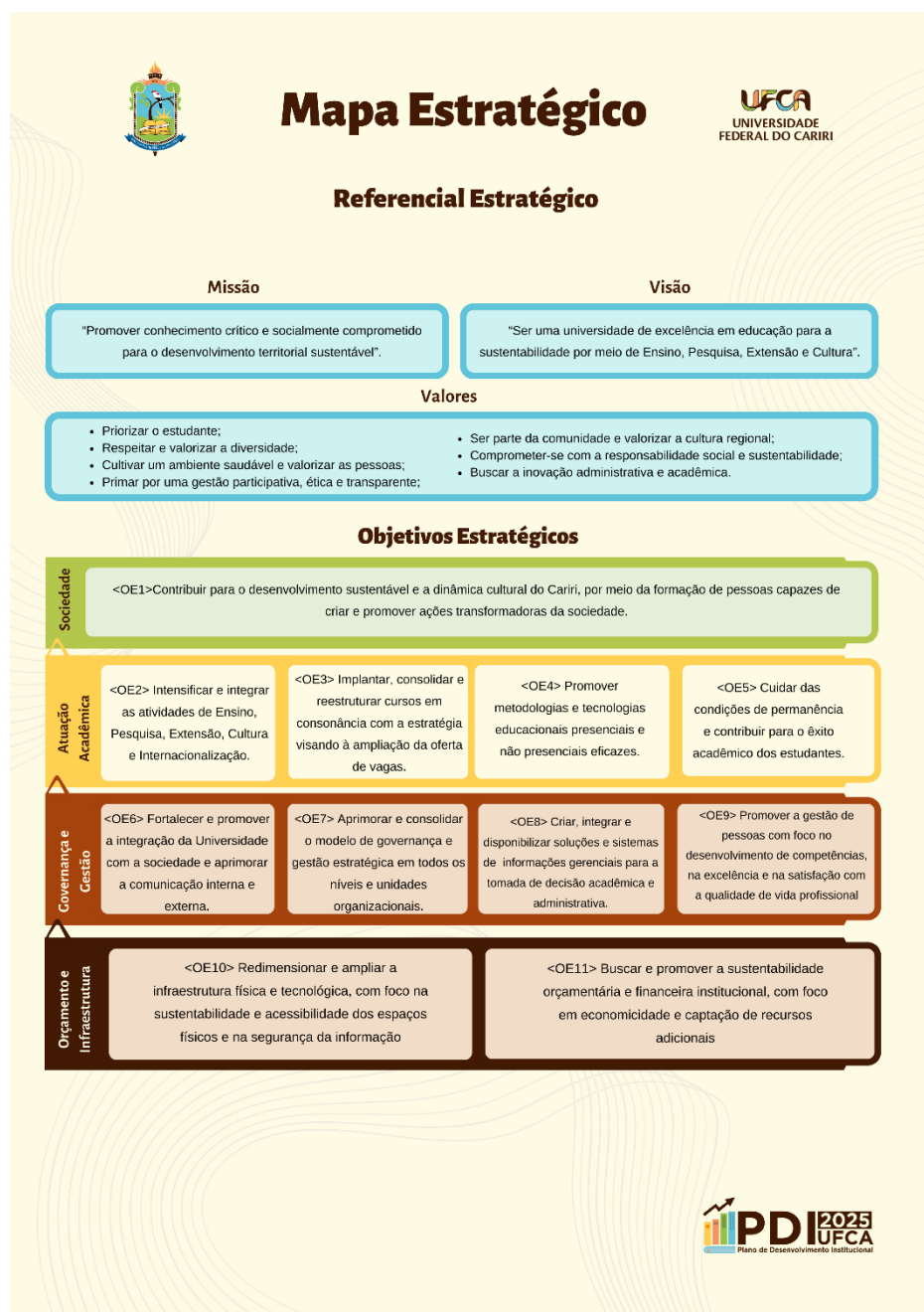
Figura 3 - Cadeia de valor da UFCA.



Fonte: <https://sites.ufca.edu.br/cgpp/cadeia-de-valor/>

No Mapa Estratégico UFCA 2025 (Figura 4), a Dcom está contemplada no Eixo estratégico 'Comunicação Institucional e Relacionamento com a Sociedade', estando como unidade coordenadora do Objetivo Estratégico <OE-06> "Promover e fortalecer a integração da Universidade com a sociedade e aprimorar a comunicação interna e externa". Nesse sentido, as ações e atuações da Diretoria de Comunicação da UFCA devem se nortear na busca da realização desse objetivo estratégico, de forma a contribuir com o alcance e realização da missão e visão da UFCA e dos resultados institucionais.

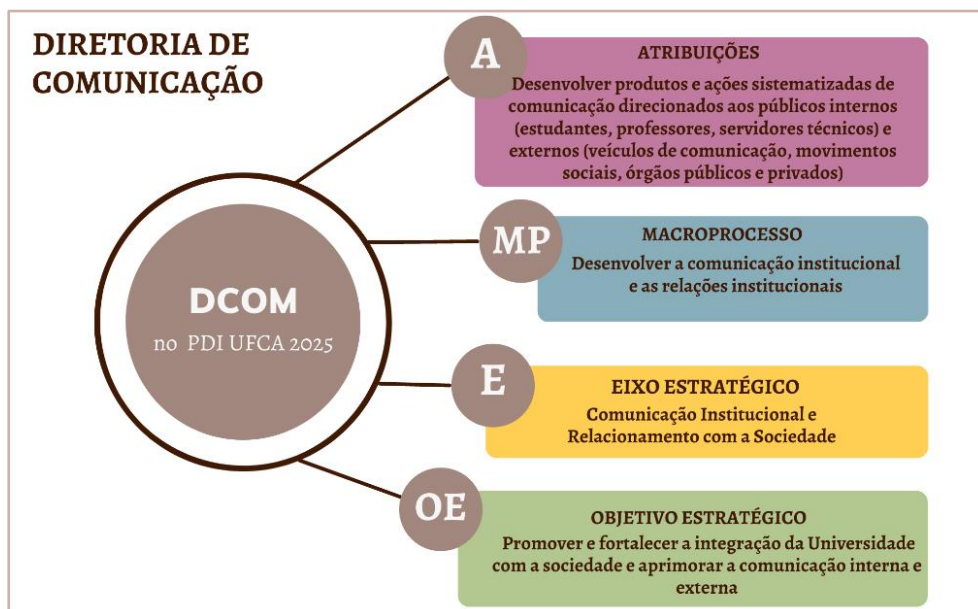
Figura 4 - Mapa estratégico da UFCA.



Proplan/UFCA (2023) Planejamento Estratégico Institucional – PEI UFCA 2025.

De maneira ilustrativa, a Figura 5 resume a presença e a participação da Diretoria de Comunicação no PDI UFCA 2025.

Figura 5 - Dcom no PDI 2025 UFCA.














Fonte: Elaborado a partir do PDI 2025 UFCA.

Após essa apresentação da Diretoria de Comunicação, suas atribuições e estrutura, bem como de seu posicionamento e contribuição estratégica na UFCA, parte-se, a partir daqui, para o detalhamento das atividades realizadas pela Dcom no ano de 2022, apresentando-se os principais dados referentes aos serviços prestados pela Diretoria no referido ano.

1.2 Serviços prestados pela Dcom

A comunidade universitária e demais cidadãos podem visualizar, no Portal da UFCA, o catálogo de serviços que são realizados pela Dcom no âmbito da Universidade. Ao acessá-los pelo Portal, cada serviço é detalhado com sua descrição, bem como o subsetor da Dcom responsável por executá-lo e a maneira de como ser acionado. A Figura 6 demonstra a relação desses serviços:

Figura 6 - Serviços prestados pela Dcom

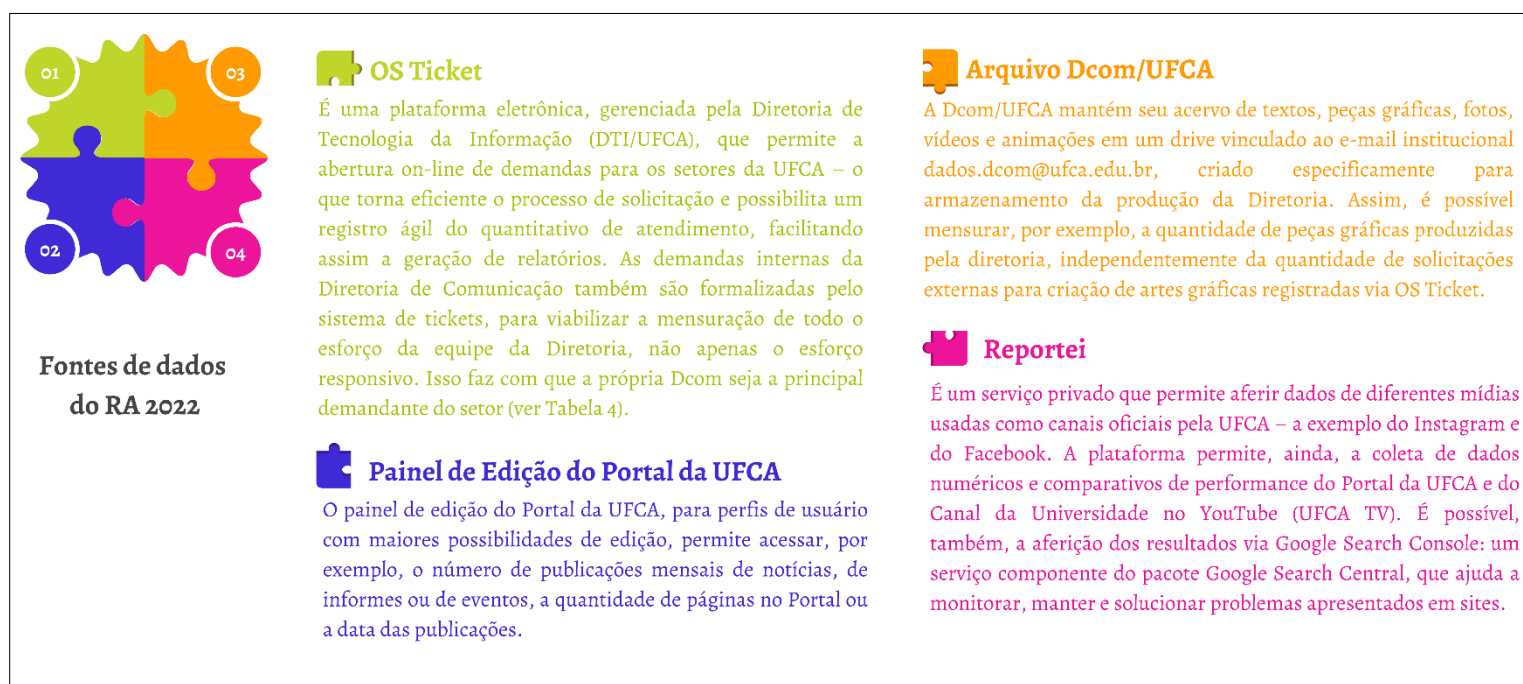
<p>01</p>  <p>Assistência para conteúdo estático no Portal</p>	<p>02</p>  <p>Criação de Artes Gráficas</p>	<p>03</p>  <p>Divulgação de Eventos no Portal</p>
<p>04</p>  <p>Impressão de Material Gráfico</p>	<p>05</p>  <p>Solicitação de Assessoria de Imprensa</p>	<p>06</p>  <p>Solicitação de Informe por e-mail</p>
<p>07</p>  <p>Sugestão de Divulgação em Redes Sociais Digitais</p>	<p>08</p>  <p>Sugestão de Divulgação em TV Indoor</p>	<p>09</p>  <p>Sugestão de Pauta para Notícias no Portal</p>
<p>10</p>  <p>Sugestão de Pauta para Registro Fotográfico</p>	<p>11</p>  <p>Sugestão de Pauta para Vídeo Institucional</p>	

Fonte: Dcom/UFCA (<https://www.ufca.edu.br/instituicao/administrativo/estrutura-organizacional/orgaos-suplementares/dcom/>)

1.3 Fontes dos dados

Algumas ferramentas são utilizadas para acompanhamento e mensuração dos dados trazidos neste relatório. As quatro principais fontes de dados para a confecção deste relatório são: a. o relatório emitido pelo sistema OS Ticket; b. o arquivo da Diretoria de Comunicação; c. o painel de edição do Portal da UFCA e d. os relatórios emitidos pela plataforma 'Reportei'. Cada uma dessas fontes é detalhada na o Figura 7:

Figura 7 - Descrição das quatro principais fontes de dados do relatório.



Fonte: Elaborado a partir de: OS Tickets. Reportei. Dcom/UFCA.

Além dessas fontes, outros mecanismos, como os e-mails gerenciados pela Dcom/UFCA, permitem aferir, por exemplo, o volume de informes enviados, mês a mês, a quantidade de demandas de assessoria de imprensa ou a quantidade de releases enviados a veículos externos de Comunicação. Faz-se a ressalva de que, em virtude das determinações e vedações à comunicação nas instituições públicas no período eleitoral, algumas atividades de 2022 podem ter sofrido impacto e possível redução em relação aos anos precedentes.

2. ESFORÇO – DCOM/UFCA

Em 2022, o cenário vivenciado pelas instituições e por toda a sociedade era ainda o da pandemia da covid-19, já com a possibilidade de vacinação e com a retomada das atividades presenciais, mas ainda inspirando cuidados e algumas reservas em relação à doença. O trabalho da Dcom continuou sendo de grande importância para a Universidade no sentido de manter toda a comunidade universitária informada de cada pauta no decorrer desse ano, bem como acessível a toda a sociedade para acompanhamento do que acontece na Universidade. Nesse cenário, os serviços da Dcom continuaram sendo solicitados e atendidos, de forma a promover a comunicação institucional e a difusão de informações com os públicos internos e externos à Universidade.

2.1 Dados OS Ticket

2.1.1 Atendimentos realizados pela Dcom/UFCA em 2022

A comunidade universitária encaminhou à Dcom, no ano de 2022, um total de 1.611 solicitações de atendimento por meio da ferramenta OS Tickets. Em 2021, esse total foi de 1.422, e de 1.263 em 2020.

A ferramenta permite gerar um relatório de acompanhamento que possibilita alguns detalhes sobre os atendimentos, conforme se apresenta adiante.

Tabela 1 – Quantidade de atendimentos requeridos à Dcom/UFCA, em 2022, por tipo de serviço.

Serviço	2022	2021	2020
Assistência para conteúdo estático no Portal	229 (+ 44,5%)	158 (+ 18%)	129
Criação de Artes Gráficas	291 (-5,82%)	309 (-1%)	313
Divulgação de Eventos no Portal	129 (-1,52%)	131 (+ 73%)	36
Impressão de Material Gráfico	38 (+ 1.800%)	2 (-90,5%)	21
Solicitação de Assessoria de Imprensa	121 (+ 1,7%)	119 (-9%)	130
Solicitação de Informe por e-mail	641 (+ 18%)	545 (+ 25,6%)	434
Sugestão de Divulgação em Redes Sociais Digitais	91 (- 8,1%)	99 (+ 88%)	22
Sugestão de Divulgação em TV Indoor	10 (+10 Tickets)	0	9
Sugestão de Pauta para Notícias no Portal	48 (- 2,05%)	49 (-66,9%)	148
Sugestão de Pauta para Registro Fotográfico	11 (+1.000%)	1 (-66,7%)	3
Sugestão de Pauta para Vídeo Institucional	2 (- 77,8%)	9 (-50%)	18
	1.611 (+ 13,3%)	1.422 (+ 12,6%)	1.263

Fonte: OS Ticket - DTI/UFCA




Como se percebe na Tabela 1, o mais solicitado, entre os 11 serviços oferecidos pela Dcom/UFCA via OS Ticket, foi o envio de informe por e-mail, que correspondeu a 39,9% do total de solicitações para a Dcom/UFCA, incluindo as demandas internas.

Ressalte-se que nem todas as solicitações de informe por e-mail foram efetivamente atendidas, pelo fato de ser necessário o cumprimento de requisitos previstos na Política de Comunicação para o envio. Um desses critérios é a obrigatoriedade de o solicitante compor a estrutura organizacional da UFCA, de forma que os demandantes externos tiveram suas solicitações negadas, assim como alguns informes podem não ter tido a solicitação via ticket formalizada, de modo que, no geral, foram publicados 682 informes em 2022, dos quais 183 foram encaminhados para públicos específicos, por meio de informes segmentados.

Para o envio de um informe segmentado, as solicitações passam por uma triagem, sendo enviadas apenas para os públicos interessados nas informações em questão. O objetivo é diminuir o volume de mensagens enviadas a cada usuário/a, que passa a receber informações mais pertinentes às suas respectivas rotinas acadêmicas ou administrativas. A questão foi levada à Diretoria de Tecnologia da Informação (DTI/UFCA), que viabilizou a solução de envio de informes segmentados. A adoção de "Informes segmentados" foi aprovada em reunião do Comitê de Governança da UFCA realizada em abril de 2021.

As segunda e terceira demandas mais solicitadas por meio dos tickets foram as de criação de artes gráficas e de assistência para conteúdo estático no Portal. A ordem dos serviços demandados em 2022 com seus percentuais sobre o total de demandas encontra-se detalhada na Tabela 2.

Tabela 2 - Serviços mais demandados para a Dcom/UFCA via OS Tickets em 2022.

Serviço		2022	2021	2020
1º	Solicitação de Informe por e-mail 	641 (39,8%)	538	405
2º	Criação de Artes Gráficas 	291 (18%)	309	313
3º	Assistência para conteúdo estático no Portal 	229 (14,2%)	158	129
4º	Divulgação de Eventos no Portal	129 (8%)	131	36
5º	Solicitação de Assessoria de Imprensa	121 (7,5%)	119	130
6º	Sugestão de Divulgação em Redes Sociais Digitais	91 (5,6%)	99	22

7º	Sugestão de Pauta para Notícias no Portal	48 (3%)	49	148
8º	Impressão de Material Gráfico	38 (2,4%)	2	21
9º	Sugestão de Pauta para Registro Fotográfico	11 (0,7%)	1	3
10º	Sugestão de Divulgação em TV Indoor	10 (0,6%)	0	9
11º	Sugestão de Pauta para Vídeo Institucional	2 (0,1%)	9	18

Fontes: OS Ticket – DTI/UFCA

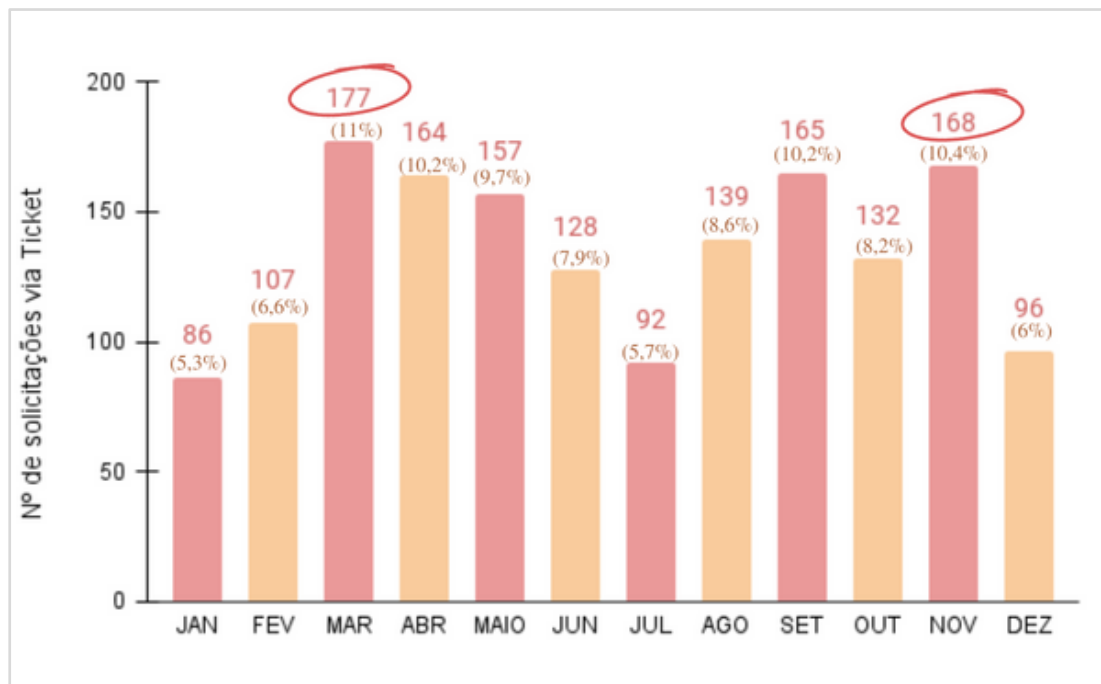
Assim como se pode observar na Tabela 3, considerando-se as solicitações de serviços demandados via OS Ticket para a Dcom/UFCA, a cada mês, verifica-se que os meses de 2022 em que houve maior demanda foram os de março e novembro. Em 2021 os meses com maiores demandas foram março e outubro. Já em 2020, as maiores demandas ocorreram em março e julho.

Tabela 3 – Volume de solicitações de tickets por mês registrados nos últimos três anos.

Tickets	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	Total no ano
2022	86	107	177	164	157	128	92	139	165	132	168	96	1.611
2021	73	90	184	134	115	113	130	128	106	142	122	85	1.422
2020	135	62	140	73	95	100	150	130	119	101	91	67	1.263

Fonte: OS Ticket - DTI/UFCA

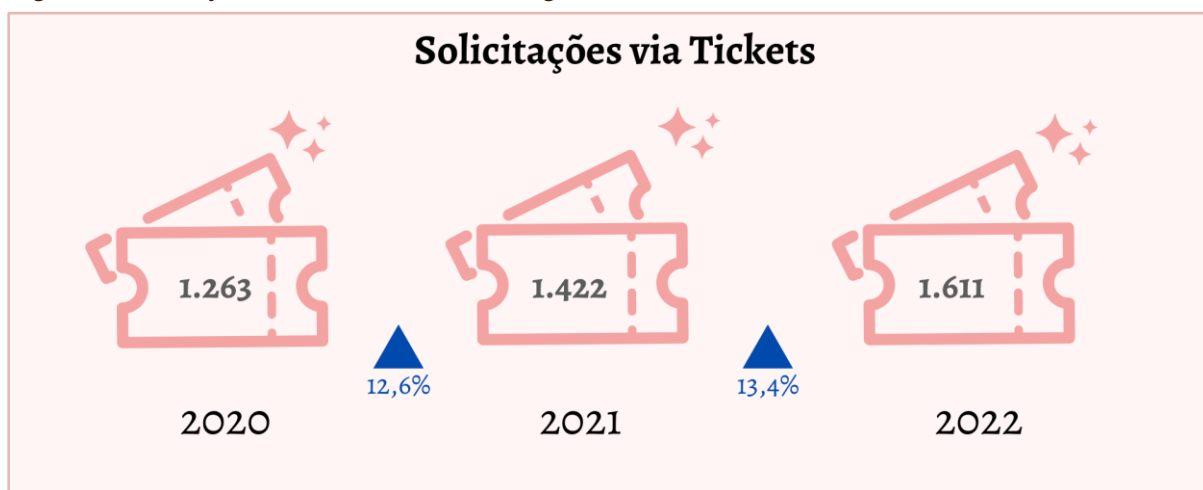
Gráfico 1 – Volume de tickets registrados em 2022, a cada mês.



Fonte: OS Ticket - DTI/UFCA

É possível notar um gradual aumento de solicitações de serviços à Dcom por meio do OS Tickets no decorrer dos últimos três anos, como se ilustra abaixo:

Figura 8 – Evolução do número de tickets registrados nos últimos três anos.



Fonte: OS Ticket – DTI/UFCA

2.1.2 Maiores demandantes de serviços para a Dcom/UFCA em 2022

Por vezes, a própria Dcom é responsável pela abertura do ticket, para registro de serviços prestados por ela mesmo. Assim, ela continua sendo o demandante mais recorrente nos dados

elencados pelo OS Ticket, ou seja, gerando tickets para suprir o serviço atendido, mas que não teve registro da solicitação de atendimento. Essa é uma forma de tentar deixar os números de atendimento de acordo com a realidade executada. Entre os demais setores da Universidade, a Pró-Reitoria de Gestão de Pessoas (Progep/UFCA) é a maior solicitante. Em seguida, tem-se a Pró-Reitoria de Cultura (Procult/UFCA), a Pró-Reitoria de Pesquisa, Pós-Graduação e Inovação (PRPI/UFCA), a Secretaria dos Órgãos Deliberativos Superiores (Seods) e a Pró-Reitoria de Extensão (Proex/UFCA). Os dados sobre os demandantes dos 1.611 tickets gerados em 2022 encontram-se detalhados a seguir.

Tabela 4 - Maiores demandantes de serviços para a Dcom/UFCA, em 2022.

	Demandantes	% do total	Nº de Tickets		
			2022	2021	2020
1º	Dcom	(20%)	322	346	360
2º	Progep	(11%)	176	103	103
3º	Procult	(7,4%)	119	70	48
4º	PRPI	(5,3%)	85	87	83
5º	Seods	(5,3%)	85	-	-
6º	Proex	(4,7%)	76	74	54
7º	Prograd	(4,5%)	72	90	81
8º	CCSA	(4%)	65	61	42
9º	Proplan	(4%)	65		
10º	Gabinete da Reitoria	(3,2%)	52	41	39
11º	DTI	(2,7%)	44	51	42
12º	Prae	(2,8%)	44	70	54
13º	SIBI	(2,1%)	35	7	16
14º	CCT	(1,9%)	30	26	21
15º	IFE	(1,9%)	30	22	52
16º	DLA	(1,6%)	26	11	4
17º	IISCA	(1,55%)	25	42	32
18º	Comissão de ética	(1,5%)	24		
19º	Acessibilidade	(1,4%)	23	20	19
20º	Dinfra	(1,4%)	23	21	15

21º	Proad	(1,2%)	20	20	8
22º	SCI	(1,2%)	19	8	6
23º	Aluno	(1,05%)	17	38	33
24º	Auditoria	(1,05%)	17	3	0
25º	CCAB	(1,05%)	17	14	15
26º	CEAD	(1,05%)	17		
27º	Ouvidoria	menos de 1%	14	11	8
28º	Famed	menos de 1%	13	15	14
29º	Diari	menos de 1%	12	2	5
30º	Sedop	menos de 1%	12	10	8
31º	UGI	menos de 1%	8	-	-
32º	Comunidade externa	menos de 1%	6	2	4
33º	Sepad	menos de 1%	5	11	3
34º	Cerimonial	menos de 1%	4	8	11
35º	Comissão Coord.Consulta Pública (Eleição Reitor e Vice)	menos de 1%	3	-	-
36º	CPA	menos de 1%	3	-	-
37º	Cieco - 19	menos de 1%	2	-	-
38º	Procuradoria	menos de 1%	1	-	-

Fonte: OS Ticket - DTI/UFCA

2.1.2.1 Maiores demandantes dos serviços mais solicitados à Dcom/UFCA em 2022

Tabela 5 - Maiores demandantes dos serviços mais solicitados em 2022

Serviço	Demandante	Quantidade	% Do total
Solicitação de Informe por e-mail	Progep	97	15,1%
	Seods	80	12,4%
	Proex	65	10,1%
	Gabinete da Reitoria	42	6,5%*
	Procult	37	5,7%
Criação de Artes Gráficas	Dcom	196	67,3%
	Progep	17	5,7%

	CCT	8	2,7%
	Proplan	7	2,4%
	SIBI; DTI	6	2,9%*
Assistência para conteúdo estático no Portal	Progep	40	17,5%
	Prograd	27	11,8%
	Proplan	14	6,1%
	DTI; Procult	11	4,8%
Divulgação de Eventos no Portal	Procult	42	32,5%
	CCSA	19	14,7%
	CCT	9	7%
	Aluno	8	6,2%
	Progep	7	5,4%
	Prograd; IISCA; CCAB	6	4,7%*
Solicitação de Assessoria de Imprensa	Dcom	103	85%
	CCSA	4	3%
	Aluno	3	2,5%
	Procult	2	1,7%
Sugestão de Divulgação em Redes Sociais Digitais	Procult	16	17,6%
	Progep	13	14,3%
	Prae; Dcom	10	11%*

Fonte: OS Ticket - DTI/UFCA

*Para cada setor da célula.

2.1.2.2 Principal serviço solicitado à Dcom/UFCA em 2022 por cada demandante

Tabela 6 - Principal serviço solicitado por cada demandante em 2022.

Demandante	Serviço	Quantidade
Acessibilidade	Informe por e-mail	14
Aluno	Evento	8
Auditoria	Conteúdo estático no Portal	8
CCAB	Evento	6
CCSA	Evento	19
CCT	Evento	9

Cead	Informe por e-mail	7
Comissão de ética	Informe por e-mail	18
Dcom	Arte	196
Diari	Arte	3
	Informe por e-mail	3
	Conteúdo estático no Portal	3
Dinfra	Informe por e-mail	21
DLA	Informe por e-mail	15
DTI	Informe por e-mail	23
Comunidade externa	Material gráfico	3
Famed	Conteúdo estático no Portal	5
Gabinete da Reitoria	Informe por e-mail	42
	Material gráfico	7
IFE	Conteúdo estático no Portal	7
	Evento	6
Ilsc	Evento	6
Ouvidoria	Informe por e-mail	5
Prae	Informe por e-mail	17
Proad	Informe por e-mail	16
Procult	Evento	42
Procuradoria	Conteúdo estático no Portal	1
Proex	Informe por e-mail	65
Progep	Informe por e-mail	97
Prograd	Conteúdo estático no Portal	27
Proplan	Informe por e-mail	23
PRPI	Informe por e-mail	56
SCI	Conteúdo estático no Portal	10
Seods	Informe por e-mail	80
Sepad	Conteúdo estático no Portal	3
SIBI	Informe por e-mail	24
UGI	Conteúdo estático no Portal	3

Fonte: OS Ticket - DTI/UFCA

2.2. Dados do Portal da UFCA e do arquivo da Dcom/UFCA

O Portal da UFCA foi um canal muito utilizado pela Diretoria de Comunicação em 2022 na comunicação institucional. Os dados sobre as publicações feitas estão descritas logo a seguir, em conjunto com outros dados colhidos do arquivo da Dcom/UFCA.

2.2.1 Notícias

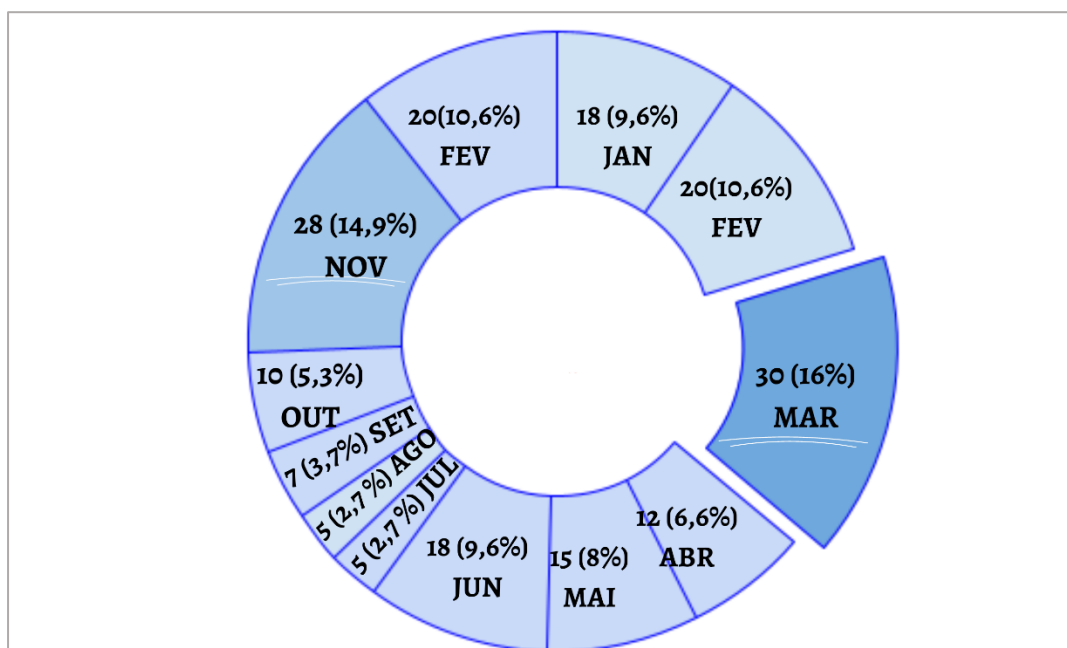
Foram produzidas e publicadas, no ano de 2022, um total de 188 notícias no Portal da UFCA, o que significa uma média entre três e quatro notícias por semana. Março e novembro foram os meses com o maior número de publicações em 2022, com 30 e 28 postagens, respectivamente. Em 2021, foram 196 notícias publicadas no Portal. As postagens, em cada mês de 2022, encontram-se detalhada na tabela e no gráfico a seguir. De forma ilustrativa, apresenta-se, também, um quadro comparativo entre os últimos três anos.

Tabela 7 – Volume de notícias elaboradas e publicadas pela Dcom nos últimos três anos.

Notícias	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	Total no ano
2022	18	20	30	12	15	18	5	5	7	10	28	20	188
2021	15	11	16	15	18	15	20	20	16	17	13	20	196
2020	8	8	27	21	23	20	17	16	4	16	12	23	195

Fonte: Portal da UFCA

Gráfico 2 – Volume de notícias elaboradas e publicadas pela Dcom em 2022, a cada mês.



Fonte: Portal da UFCA

Figura 9 – Evolução do número de notícias elaboradas pela Dcom nos últimos três anos.



Fonte: Portal da UFCA

2.2.2 Eventos

Foram publicados, no ano de 2022, um total de 82 eventos no Portal da UFCA: um a cada 3 dias, em média. Em 2020, pela recorrência desse tipo de pauta e também para otimizar os esforços da equipe da Dcom/UFCA, eventos passaram a ser divulgados apenas na área específica para esse tipo de conteúdo, no Portal. Antes, eles eram divulgados também como notícia. Os meses com o maior número de publicações de eventos no Portal da UFCA, em 2022, foram setembro e

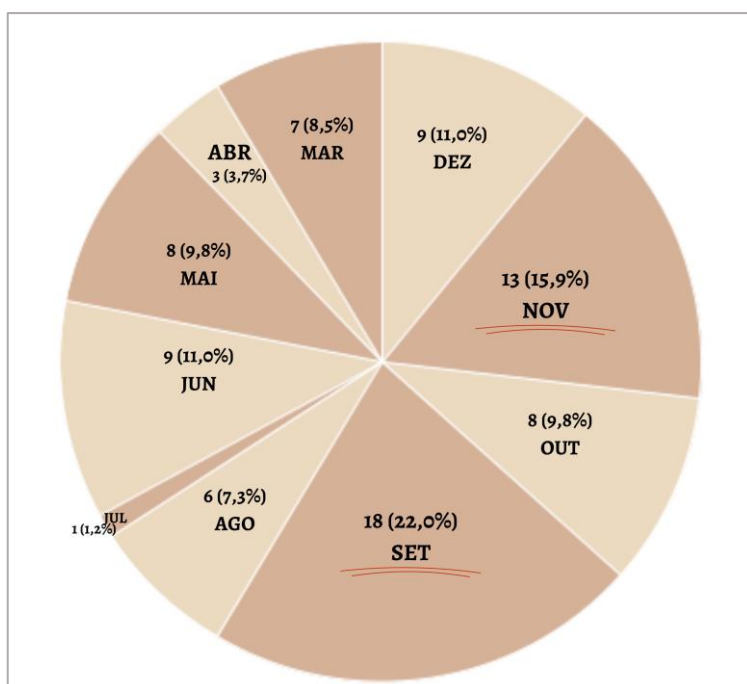
novembro, com 18 e 13 postagens, respectivamente. As ilustrações abaixo demonstram a demanda de eventos em 2022.

Tabela 8 – Quantidade de eventos publicados no Portal da UFCA pela Dcom nos últimos três anos.

	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	Total no ano
2022	0	0	7	3	8	9	1	6	18	8	13	9	82
2021	1	1	6	8	9	17	6	12	8	10	7	6	91
2020	2	0	1	0	1	9	13	14	11	14	13	8	82

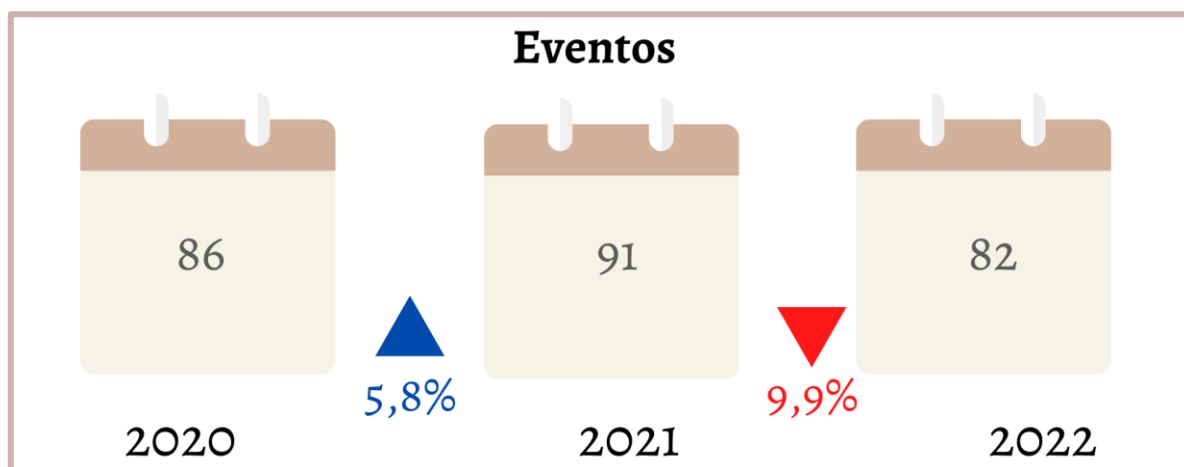
Fonte: Portal da UFCA

Gráfico 3 – Volume de eventos publicados no Portal da UFCA, em 2022, a cada mês.



Fonte: Portal da UFCA.

Figura 10 – Evolução do nº de eventos publicados no Portal da UFCA (2020 a 2022).



Fonte: Portal da UFCA.

2.2.3 Informes (Portal da UFCA)

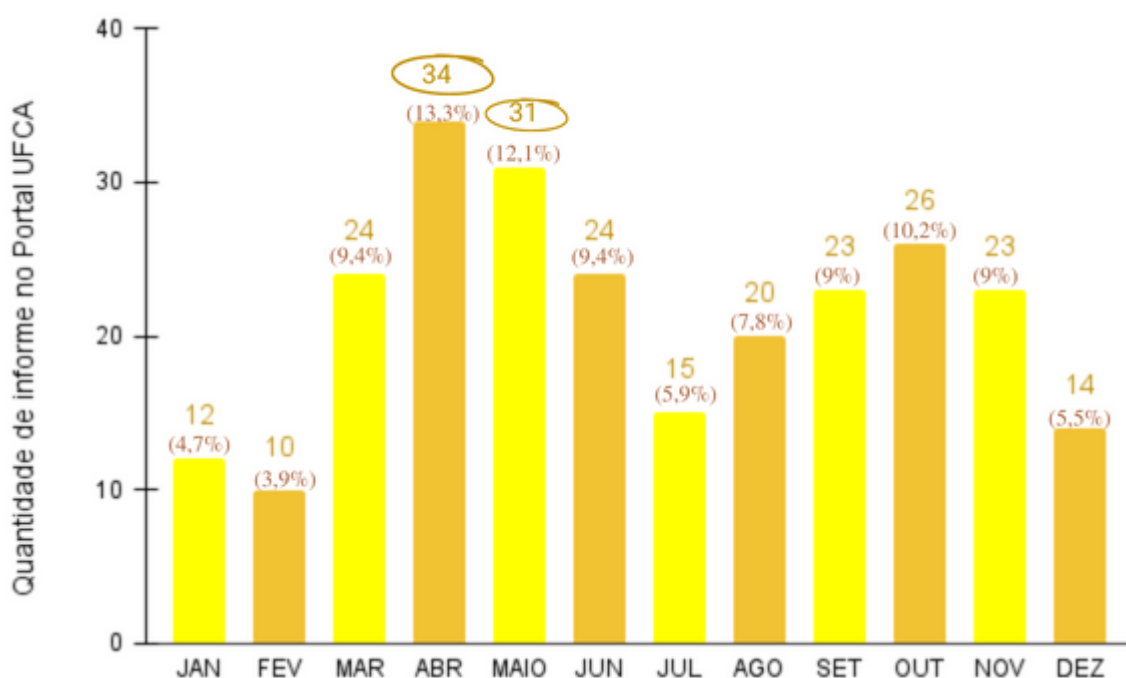
Na Tabela 9, a seguir, estão ilustrados os dados referentes à publicação de informes no Portal da UFCA em 2022. No total, nesse ano, foram publicados 256 informes no Portal: 57 a menos que em 2021, que teve publicados 313 informes nesse canal. Os meses com o maior número de publicações de informes no Portal da UFCA em 2022 foram abril e maio, com 34 e 31 postagens, respectivamente. Em 2022, a média foi em torno de quase 5 informes no Portal por semana. No Portal, o informe tem a função de noticiar oportunidades e avisos para os públicos internos.

Tabela 9 – Quantidade de informes no Portal nos últimos três anos.

	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	Total no ano
2022	12	10	24	34	31	24	15	20	23	26	23	14	256
2021	9	29	65	41	26	20	20	22	18	28	29	6	313
2020	16	25	48	39	24	27	42	47	31	40	11	13	363

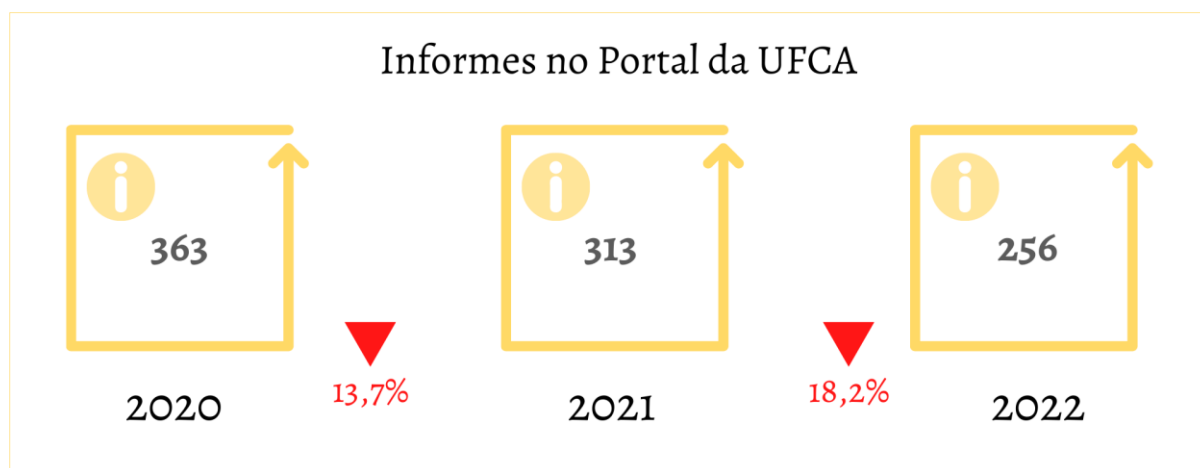
Fonte: Portal da UFCA.

Gráfico 4 – Volume de informes publicados no Portal da UFCA, em 2022, a cada mês.



Fonte: Portal da UFCA

Figura 11 – Evolução do nº de informes no Portal da UFCA (2020 a 2022).



Fonte: Portal da UFCA.

2.2.4 Informes (e-mail)

Foram enviados por e-mail, à comunidade acadêmica, no ano de 2022, um total de 682 informes: uma média de 1,9/dia, o que equivale à faixa de 13 informes via e-mail por semana. O envio de informes é uma prerrogativa exclusiva da Dcom/UFCA, que realiza disparos a partir da demanda dos setores. Os meses com o maior número de disparos foram outubro e setembro, com

55 e 53 envios, respectivamente. Em 2022, do total de 682, foram enviados 183 informes segmentados e, os 499 restantes, foram enviados para todos os públicos cadastrados no informestodos@ufca.edu.br. As demandas mensais de informes gerais e segmentados encontram-se detalhadas nas tabelas abaixo.

Tabela 10 – Quantidade de informes enviados por e-mail nos últimos três anos (informe @todos).

	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	Total no ano
2022	25	29	48	36	40	36	33	44	53	55	48	52	<u>499</u>
2021	23	39	63	46	45	45	46	50	47	42	40	25	511
2020	39	17	48	33	25	33	35	33	22	51	26	18	<u>380</u>

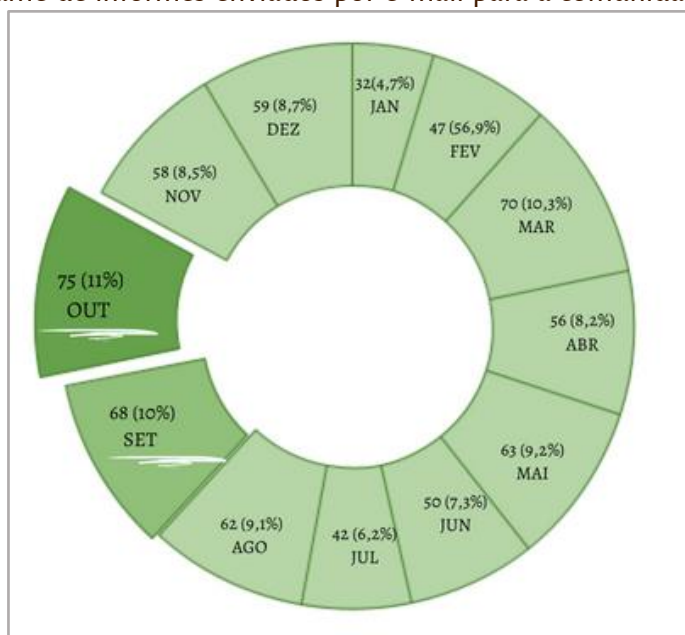
Fonte: SIGAdmin - Sistema de Administração dos Sistemas.

Tabela 11 – Quantidade de informes a públicos segmentados enviados por e-mail – 2022

	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	Total no ano
2022	7	18	22	20	23	14	9	18	15	20	10	7	<u>183</u>

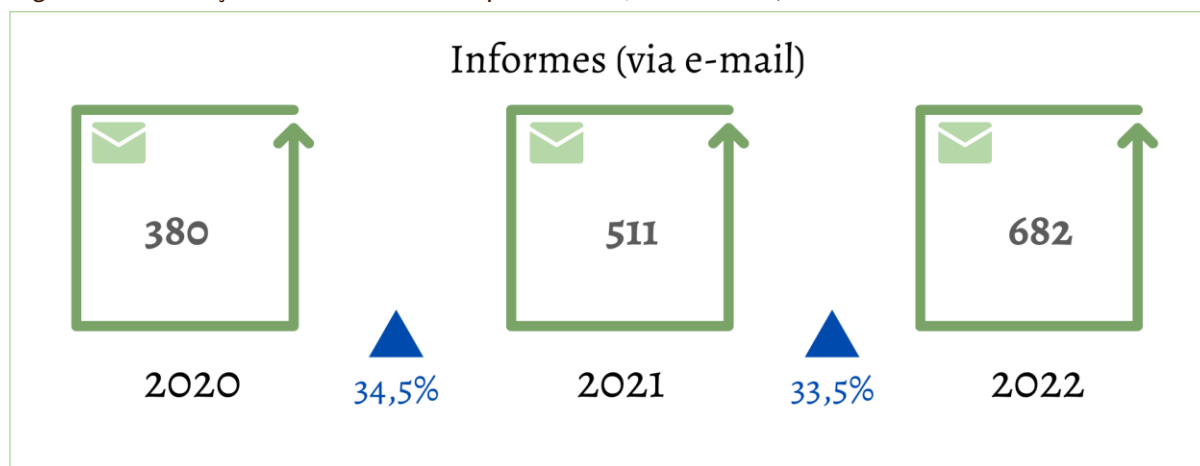
Fonte: Google.

Gráfico 5 – Volume de informes enviados por e-mail para a comunidade acadêmica, em 2022, a cada mês.



Fonte: Google.

Figura 12 – Evolução do nº de informes por e-mail (2020 a 2022).



Fonte: Google e SIGAdmin.

2.2.5 Assessoria de Imprensa

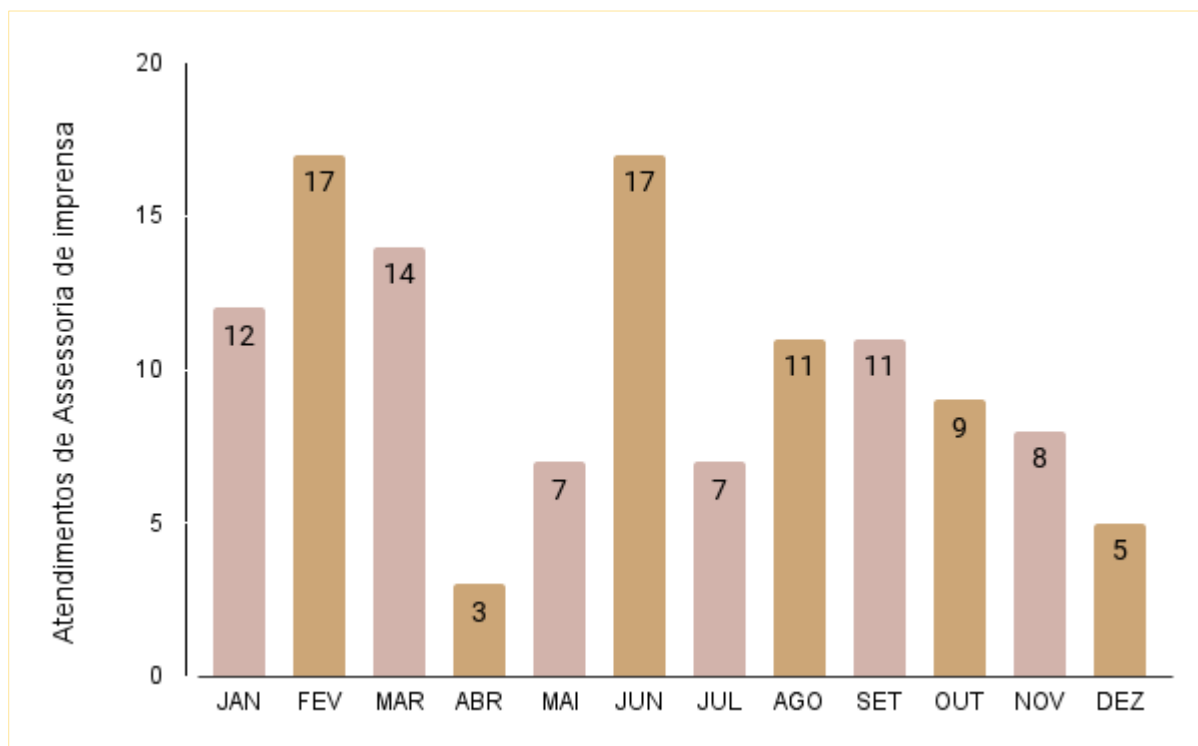
O serviço de Assessoria de Imprensa realizado em 2022 pela Dcom/UFCA foi de, pelo menos, 121 atendimentos. Também pela falta de recursos para aquisição de serviços de monitoramento, atualmente a Dcom utiliza apenas o OS Ticket para mensurar suas ações de assessoria, registrando na plataforma as solicitações externas e as demandas de iniciativa interna. Pelo fato de que a assessoria exige velocidade no tempo de resposta, nem todos os atendimentos puderam ser registrados via ticket em 2022 e, assim, existe subnotificação desses atendimentos. Dessa forma, seguem, à frente, os dados coletados sobre o serviço de assessoria de imprensa em 2022.

Tabela 12 – Quantidade de atendimentos de Assessoria de imprensa feitos pela Dcom/UFCA nos últimos três anos.

	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	Total no ano
2022	12	17	14	3	7	17	7	11	11	9	8	5	121
2021	6	3	9	7	4	14	6	5	8	31	18	8	119
2020	13	1	1	3	30	9	16	8	17	13	11	8	130

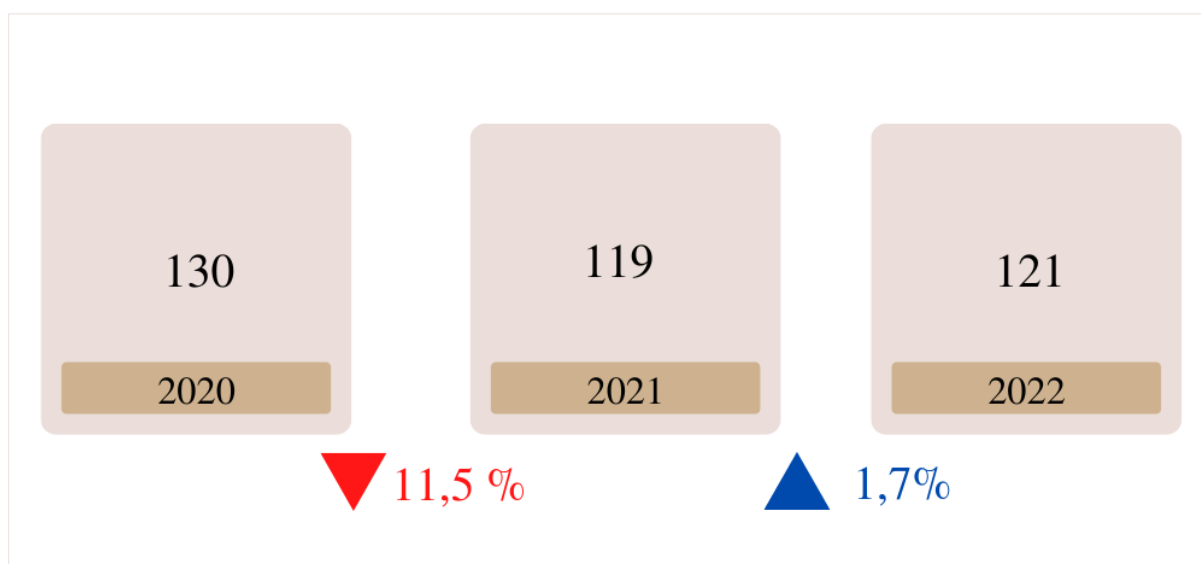
Fonte: OS Ticket

Gráfico 6 – Volume de atendimentos de Assessoria de imprensa pela Dcom/UFCA em 2022, a cada mês.



Fonte: OS Ticket.

Figura 13 – Evolução do nº de atendimentos de Assessoria de imprensa feitos pela Dcom/UFCA (2020 a 2022).

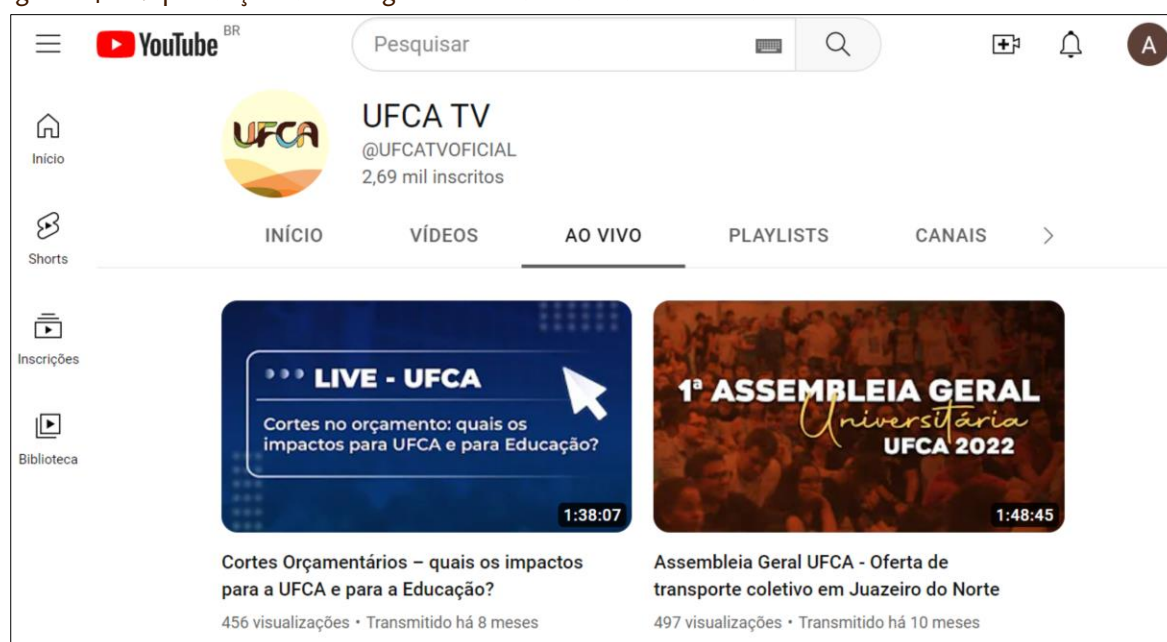


Fonte: OS Ticket.

2.2.6 Transmissões ao vivo

Foram realizadas pela Diretoria de Comunicação, em 2022, duas lives (transmissões ao vivo), pelo YouTube (UFCA TV). Essas transmissões ocorreram em março (1ª Assembleia Geral Universitária UFCA 2022, sobre transporte coletivo para os campi da UFCA) e em junho (sobre cortes no orçamento e impactos para a UFCA e para a Educação). Na live de março, a primeira assembleia geral proporcionou uma mobilização da comunidade universitária, em que alunos, servidores, colaboradores, gestores e membros da sociedade trouxeram opiniões e ideais acerca do transporte público para o bairro Cidade Universitária de Juazeiro do Norte (pouco assistido pela rede de transporte coletivo à época) e levantaram proposições para busca de melhoria da situação junto às instâncias competentes. A segunda live contou com a presença do Reitor e dos pró-reitores de Administração e de Planejamento e Orçamento. O tema da live foi o corte de orçamento promovido pelo Ministério da Educação (MEC), no fim de maio de 2022. Os gestores contextualizaram a situação desse bloqueio e expressaram preocupação diante dos impactos da redução do orçamento discricionário da UFCA, que poderia atingir contratos de prestação de serviços, bem como atingir sobremaneira os investimentos na Universidade. Ambas as transmissões foram mediadas pela jornalista Ana Paula Lima, da Dcom/UFCA.

Figura 14 – Reprodução das imagens “thumbs” das duas lives de 2022.



Fonte. Dcom/UFCE. YouTube

2.2.7 Vídeos Gravados

Foram produzidos e editados pela Diretoria de Comunicação, em 2022, 30 vídeos (não incluindo lives), que foram veiculados no Instagram da UFCA (@ufcaoficial) e também no YouTube (UFCA TV). Em 2021, foi 13 a quantidade de vídeos produzidos e editados e, em 2020, 73 vídeos. A diminuição do volume de produção e edição de vídeos oscila em virtude da necessidade de técnicos de audiovisual efetivos, profissionais que a Dcom ainda não possui em seu quadro de pessoal.

Em 2022, os meses com mais tempo de vídeos produzidos foram janeiro e novembro, com tempos respectivos de 86,3min20s e 13min35s. O tempo total de vídeos em 2022 foi de 142:42s.

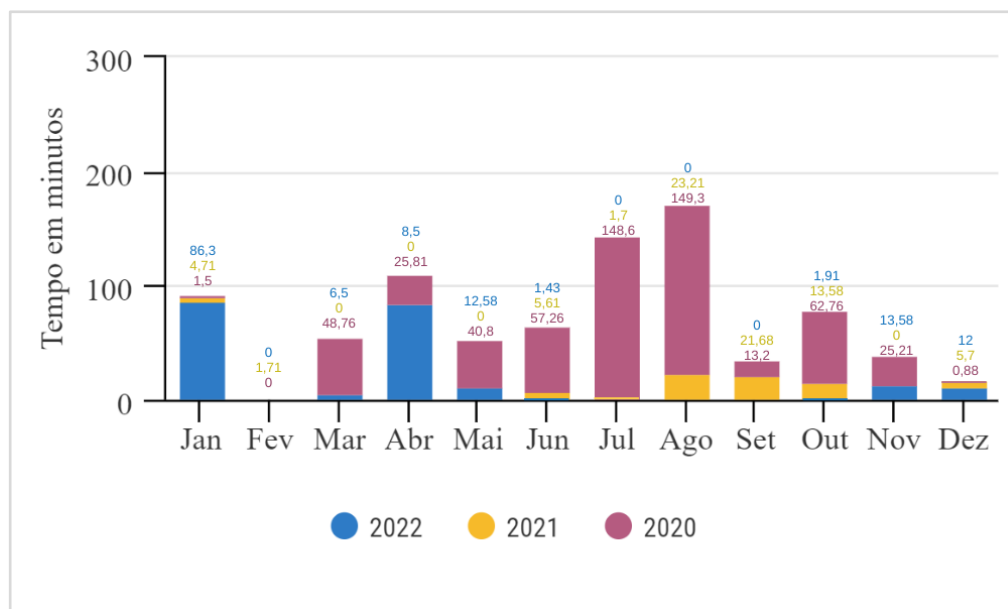
Tabela 13 – Tempo (em minutos) de vídeos produzidos pela Dcom/UFCA nos últimos três anos.

ANO	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	Total no ano
2022	86,3*	0	6,5	8,5	12,58	1,43	0	0	0	1,91	13,58	12	142,8
2021	4,71	1,71	0	0	0	5,61	1,7	23,21	21,68	13,58	0	5,7	77,9
2020	1,5	0	158,76	25,81	40,8	57,26	142,86	149,3	13,2	62,76	25,21	0,88	678,34

Fonte: Dcom/UFCA.

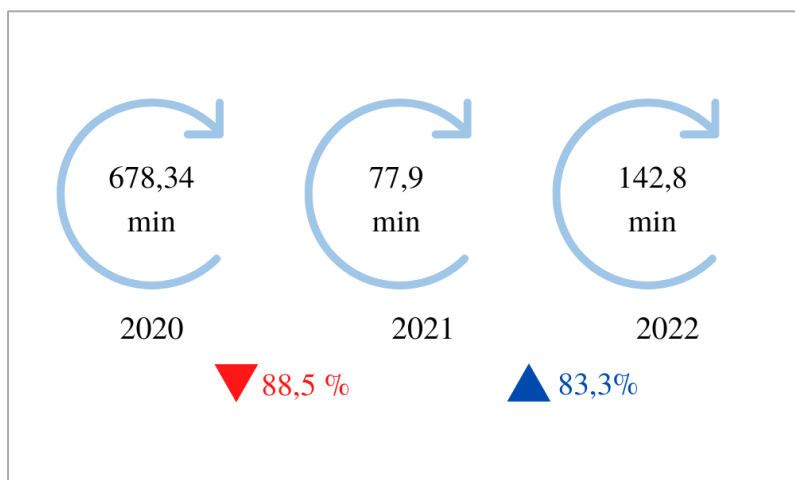
*O total do tempo se sobressai em janeiro de 2022 em virtude do Edital do SiSu em Libras.

Gráfico 7 – Minutos totais de vídeos produzidos pela Dcom/UFCA, por mês.



Fonte: Dcom/UFCA.

Figura 15 - Evolução do tempo (em minutos) de vídeos produzidos pela Dcom/UFCA (2020 a 2022).



Fonte: Dcom/UFCA.

2.2.8 Produção de Peças Gráficas

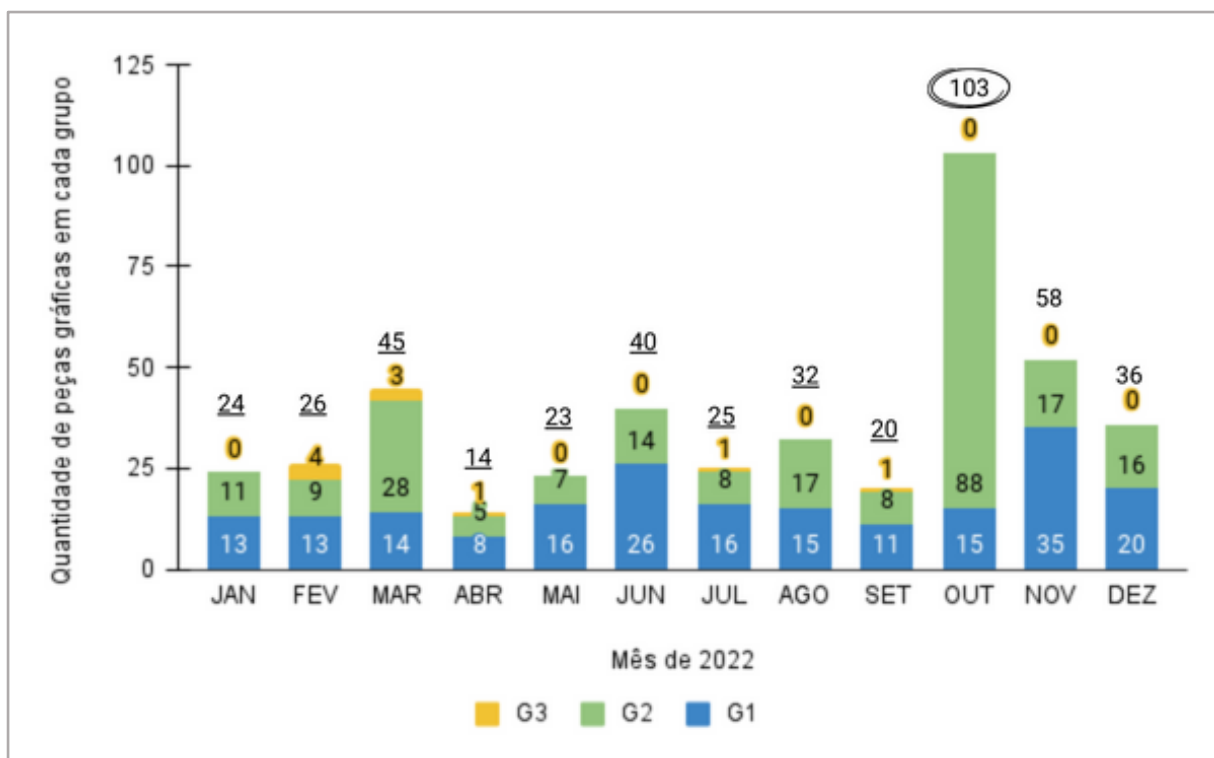
Foram produzidas pela Dcom/UFCA, em 2022, um total de 440 peças gráficas: uma média quase 9 peças por semana. As peças gráficas, de responsabilidade do Núcleo de Identidade Visual (NIV-Dcom/UFCA), estão aqui agrupadas em ordem crescente de complexidade de elaboração. Peças do Grupo 1 (por exemplo cartões de visita, criações para a TV Indoor, e uso de artes padrão) exigem menos esforço produtivo que as peças do Grupo 2 (entre os quais estão folders, cards para mídias digitais e criação de logotipos). Já as peças do grupo 3, como portfólios e jornais institucionais, são as mais complexas de criar e executar. Abaixo estão detalhados os dados da produção de peças gráficas pela Dcom/UFCA.

Tabela 14 – Quantidade de peças gráficas produzidas pela Dcom/UFCA em 2022.

	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	Total no ano
G1	13	13	14	8	16	26	16	15	11	15	35	20	202
G2	11	9	28	5	7	14	8	17	8	88	17	16	228
G3	0	4	3	1	0	0	1	0	1	0	0	0	10
Total:	24	26	45	14	23	40	25	32	20	103	52	36	440

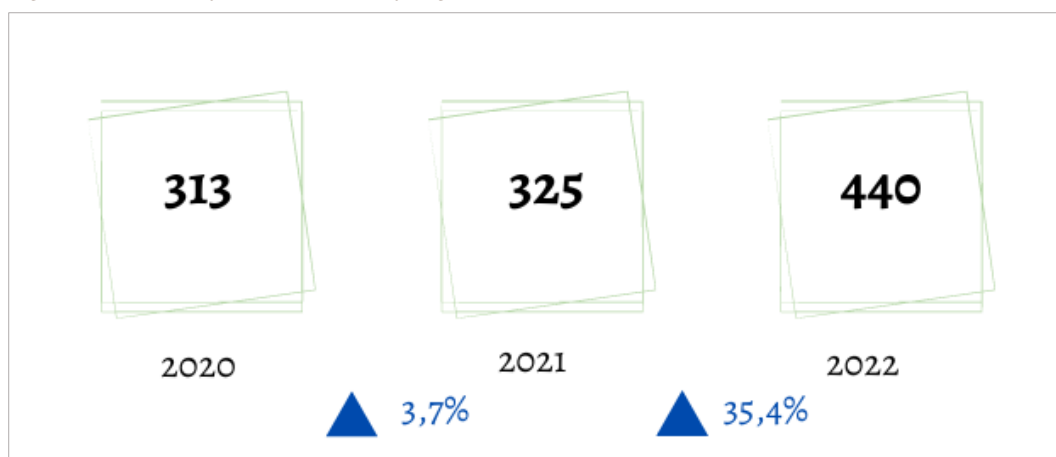
Fonte: Dcom/UFCA.

Gráfico 8 – Quantitativos de peças gráficas agrupadas em níveis de complexidade de confecção, elaboradas pela Dcom/UFCA, em 2022, a cada mês.



Fonte: Dcom/UFCA.

Figura 16 - Evolução do nº de peças gráficas produzidas pela Dcom/UFCA (2020 a 2022).



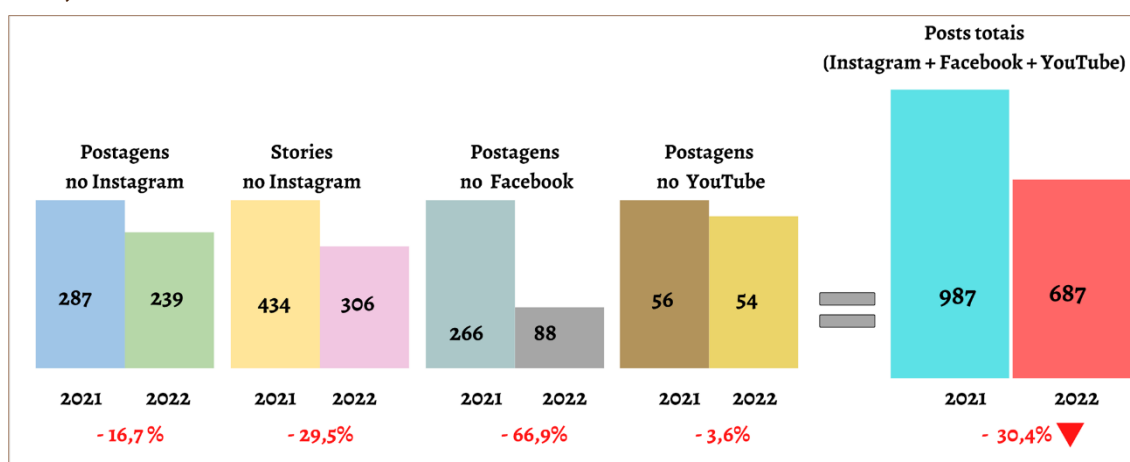
Fonte: Dcom/UFCA.

2.2.9 Postagens em mídias sociais

O gerenciamento das mídias sociais oficiais da Universidade está sob os cuidados do Núcleo de Gestão de Mídias Sociais da Dcom. Nesse trabalho, estão inclusas as postagens no Instagram,

Facebook e no YouTube. Essas postagens envolvem solicitações dos setores da UFCA por meio dos tickets de atendimento, bem como a produção iniciada pela própria Dcom. No ano de 2022, no perfil oficial do Instagram, foram realizadas 239 postagens e 306 stories. Já na conta da Universidade no Facebook, 88 postagens, e no YouTube oficial da UFCA, foram 54 postagens. No ano anterior, os números alcançados foram: 287 postagens e 434 stories, no Instagram, 165 postagens no Facebook e 56 no YouTube.

Figura 17 - Evolução do nº de postagens em mídias sociais digitais - Instagram e Facebook (2021 e 2022).



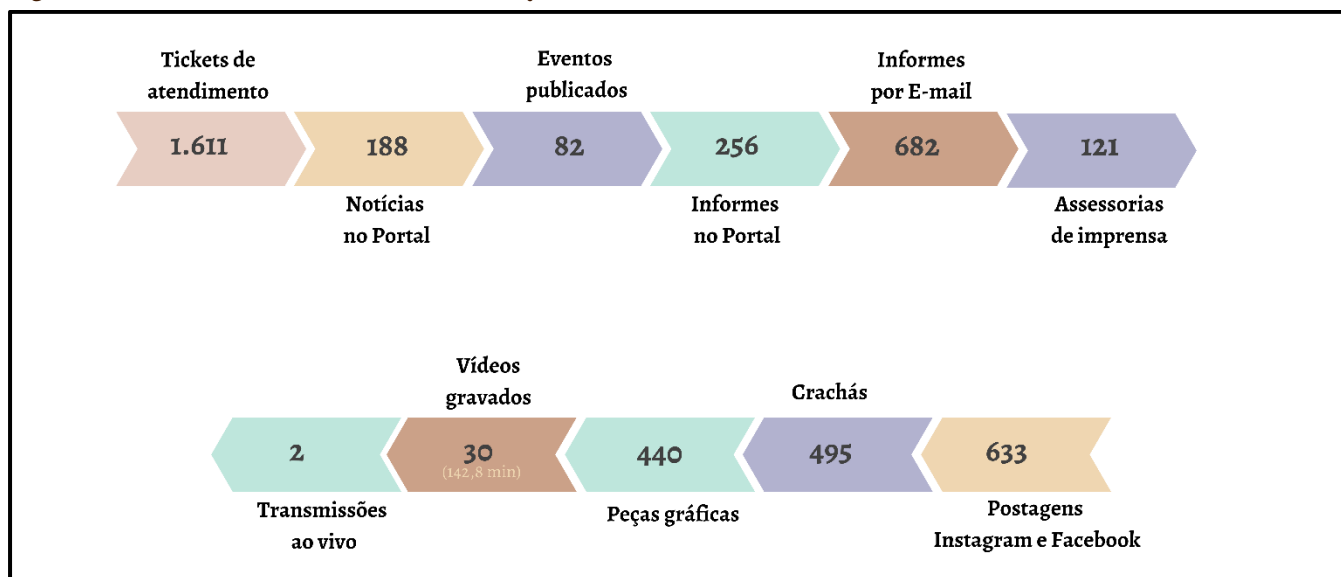
Fonte: Reportei. Dcom/UFCA.

2.2.10 Produção de crachás

No ano de 2022, a Dcom iniciou, em conjunto com a Progep, a produção dos crachás dos servidores da UFCA, que começaram a ser produzidos na própria Universidade. Nessa dinâmica, a Dcom ficou responsável por fotografar os servidores, fazer a diagramação do material e, em seguida, encaminhá-lo à Progep para impressão, já com o layout e o design gráfico trabalhado de acordo com as especificações da impressora utilizada na UFCA. Entre setembro e dezembro de 2022, foram efetuadas 495 fotos e diagramações, que foram encaminhadas para a Progep para a impressão dos crachás. Esse total representa o atendimento e entrega de crachás a 78,6% do número total de servidores da UFCA.

Tendo sido apresentadas individualmente todas as atividades de esforço da Dcom em 2022, a figura abaixo mostra, em resumo, o resultado da Dcom nesse ano, com todos os tipos de demanda de esforço em paralelo:

Figura 18- Resumo das demandas de esforço da Dcom/UFCA em 2022



Fontes: Dcom/UFCA. Os Tickets. Reportei. Google.

3. ALCANCE

O alcance dos conteúdos institucionais da UFCA em 2022 foram estimados pela Dcom/UFCA levando em conta os seguintes critérios:

- ✓ Sessões no Portal da UFCA;
- ✓ Visualizações de páginas no Portal da UFCA;
- ✓ Alcance do Instagram oficial da UFCA no período;
- ✓ Visualizações totais de conteúdos publicados no canal oficial da UFCA no YouTube (UFCA TV).

É importante pontuar que esses dados foram selecionados entre outros dados disponíveis, considerando-se as ferramentas de mensuração à disposição da Diretoria e o grau de confiabilidade dos dados.

3.1. Sessões no Portal

Conforme descreve a plataforma Reportei, uma “sessão” é um grupo de interações do usuário com um site, ocorridas em dado período. Por exemplo, uma única sessão pode conter múltiplas visualizações de páginas, eventos e interações sociais.

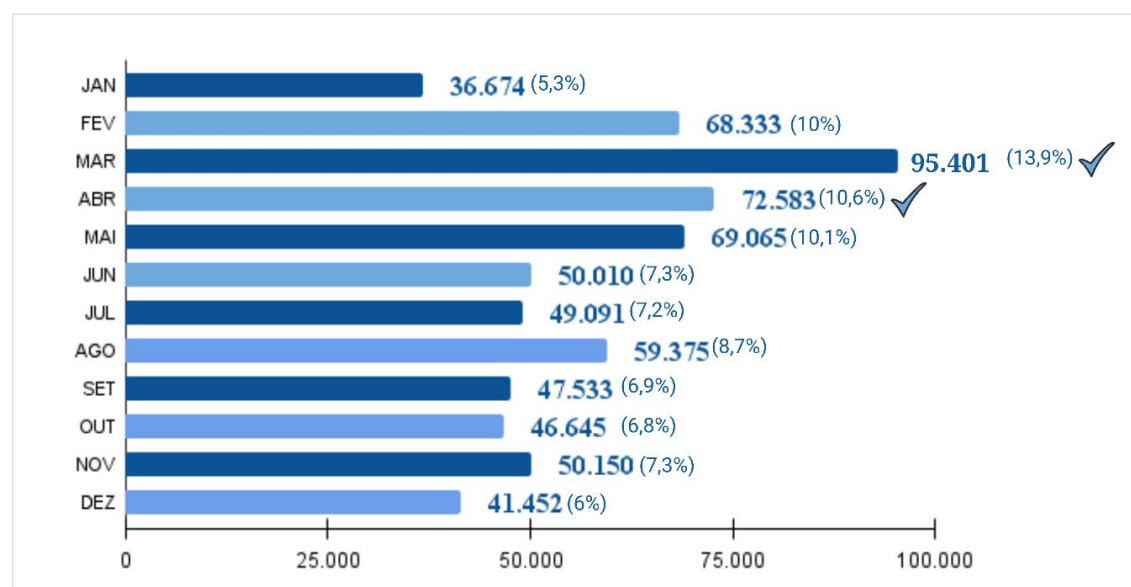
Em 2022, foram abertas 686.312 sessões no Portal da UFCA: 90.294 a mais (15,15%, em termos percentuais) que em 2021, ano em que foram abertas 596.018 sessões no Portal. As sessões tiveram um tempo médio de 3min03s, frente ao tempo médio de 2min59s registrado em 2021. Abaixo, mostra-se o detalhamento das sessões abertas em cada mês no ano de 2022, bem como uma comparação com os últimos anos.

Tabela 15 – Quantidade de sessões no Portal nos últimos três anos.

Sessões no ano	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	Total no ano
2022	36.674	68.333	95.401	72.583	69.065	50.010	49.091	59.375	47.533	46.645	50.150	41.452	686.312
2021	39.145	40.509	51.968	83.956	85.545	53.284	38.223	47.385	49.092	38.199	40.324	28.388	596.018
2020	67.864	93.065	90.110	38.480	31.812	45.265	72.825	57.151	43.481	34.404	27.588	35.258	637.303

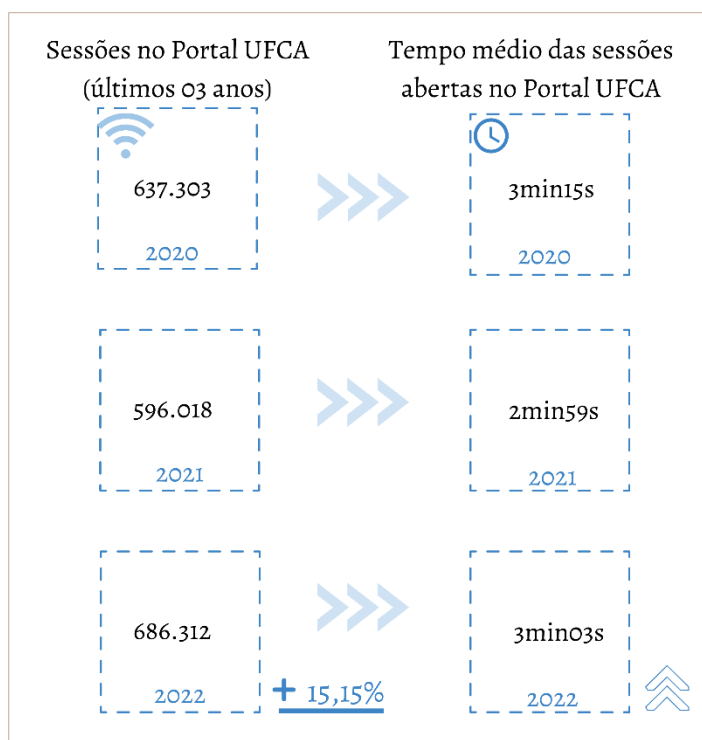
Fonte: Reportei.

Gráfico 9 – Quantitativo de sessões no Portal da UFCA em 2022, por mês.



Fonte: Reportei.

Figura 19 - Evolução do nº de sessões e tempo médio de sessões abertas no Portal da UFCA (2020 a 2022).



Fonte: Reportei.

3.2. Visualizações de páginas no Portal

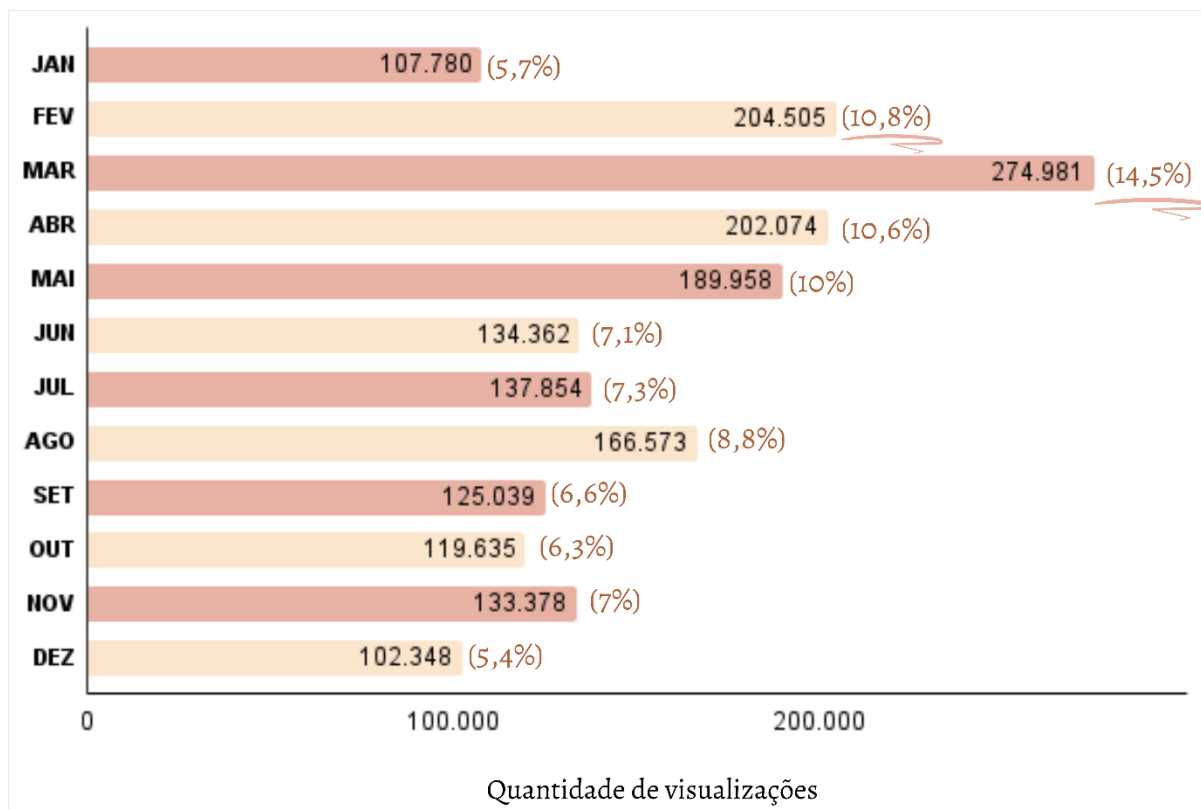
As páginas do Portal da UFCA visitadas em 2022 acumularam, juntas, 1.898.487 visualizações, com cerca de três páginas (2,77) visualizadas a cada sessão aberta no Portal (incluindo visitas repetidas a uma mesma página). Logo abaixo estão esquematizados os dados detalhados das visualizações no Portal.

Tabela 16 – Quantidade de visualizações de páginas no Portal da UFCA nos últimos três anos.

	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	Total no ano
2022	107.780	204.505	274.981	202.074	189.958	134.362	137.854	166.573	125.039	119.635	133.378	102.348	1.898.487
2021	123.343	118.283	155.005	255.678	247.162	148.489	108.514	132.099	136.524	104.904	110.669	80.678	1.721.348
2020	240.535	306.027	280.069	103.164	87.198	112.895	196.506	166.587	121.131	96.490	80.363	98.167	1.891.132

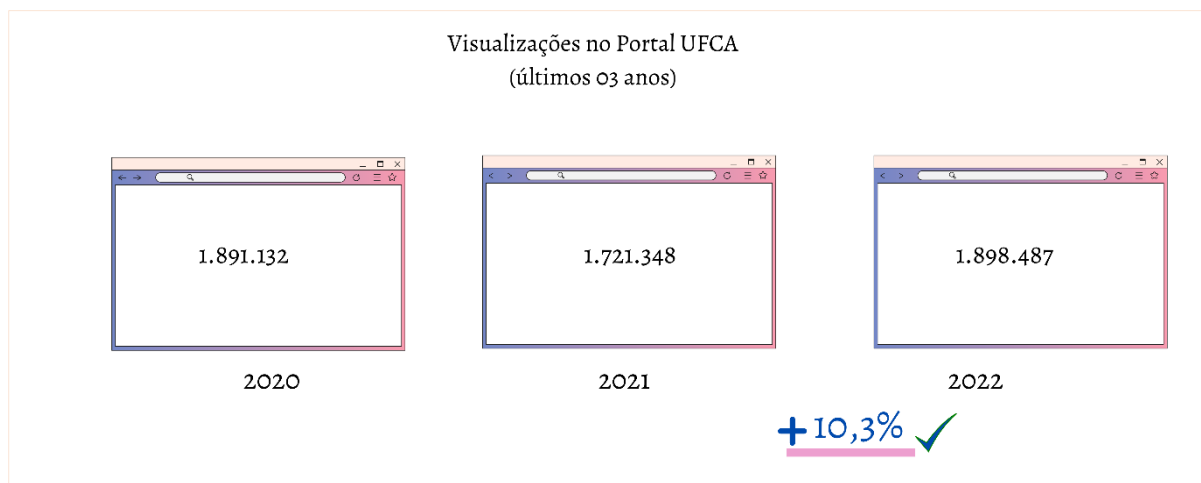
Fonte: Reportei.

Gráfico 10 – Quantitativo de visualizações de páginas no Portal da UFCA em 2022, por mês.



Fonte: Reportei.

Figura 20 - Evolução do nº de visualizações no Portal da UFCA (2020 a 2022).



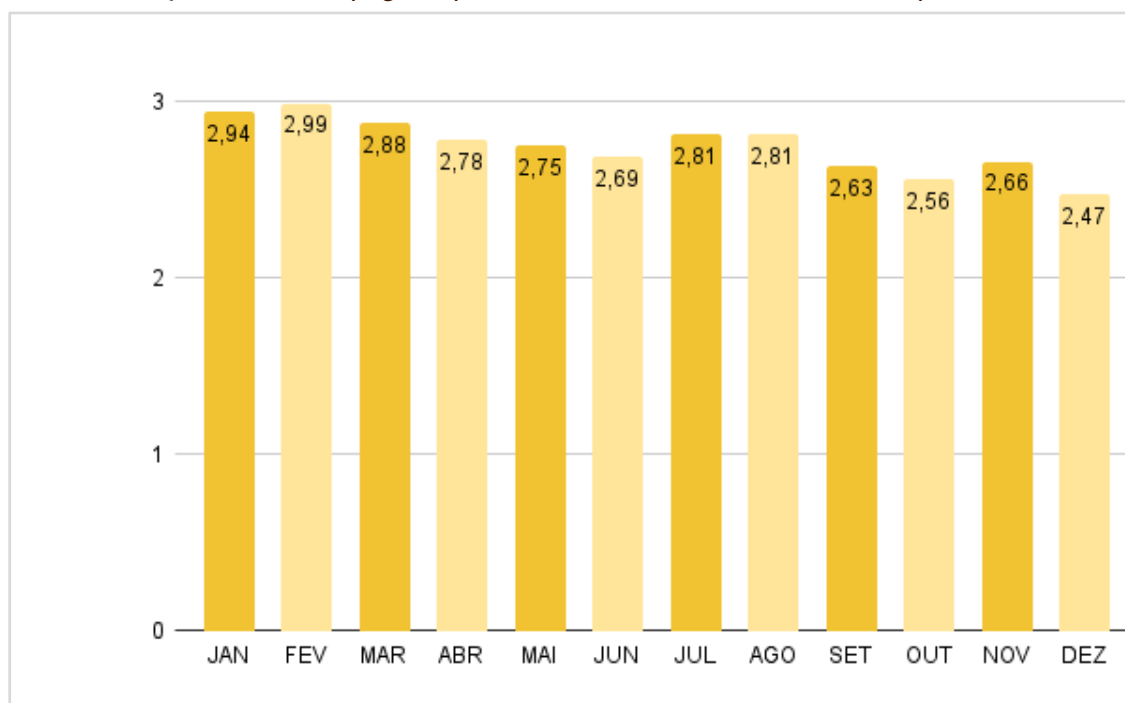
Fonte: Reportei.

Tabela 17 – Quantidade de páginas por visita ao Portal da UFCA nos últimos três anos.

	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	Total no ano
2022	2,94	2,99	2,88	2,78	2,75	2,69	2,81	2,81	2,63	2,56	2,66	2,47	2,74
2021	3,15	2,92	2,98	3,05	2,89	2,79	2,84	2,79	2,78	2,75	2,74	2,84	2,87
2020	3,54	3,29	3,11	2,69	2,74	2,49	2,7	2,91	2,79	2,8	2,91	2,78	2,89

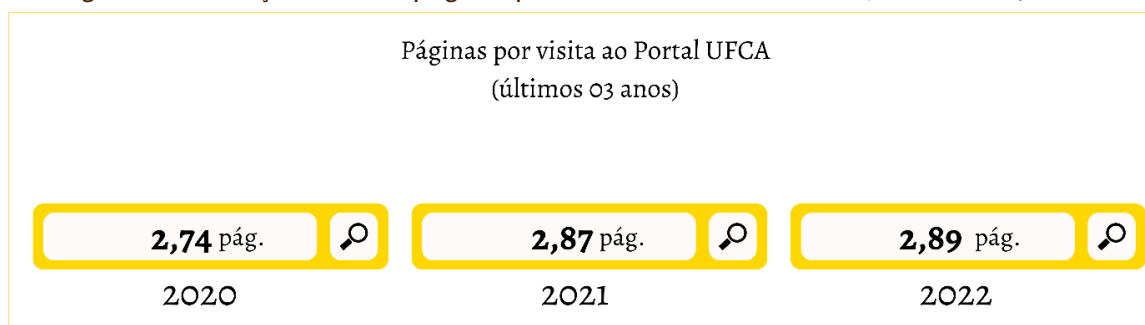
Fonte: Reportei.

Gráfico 11 – Quantitativo de páginas por visita ao Portal da UFCA em 2022, por mês.



Fonte: Reportei.

Figura 21 - Evolução do nº de páginas por visita ao Portal da UFCA (2020 a 2022).



Fonte: Reportei.

3.3 Alcance do Instagram (@ufcaoficial)

O Reportei define ‘Alcance’ como a soma dos usuários que visualizaram, a cada dia do período considerado, as publicações, stories, promoções e anúncios de uma determinada conta no Instagram. “Então, se um usuário viu um conteúdo da sua conta em dois dias diferentes, ele será contado duas vezes”, diz a plataforma.

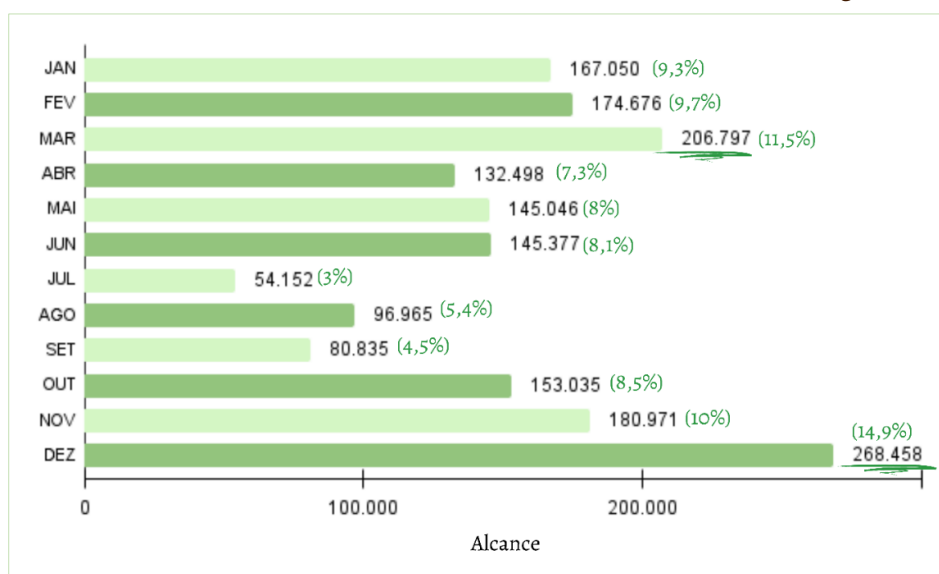
Em 2022, as publicações no perfil oficial da UFCA no Instagram, @ufcaoficial, atingiram 1.805.860 usuários, com pico de alcance no mês de dezembro, quando as publicações do perfil alcançaram 268.458 visualizações. Em 2021, o alcance do Instagram da UFCA foi ligeiramente menor com 1.579.793; já o observado em 2020 foi de 1.540.752 usuários alcançados. Esses dados estão detalhados nas tabelas e ilustrações abaixo.

Tabela 18 – Alcance da conta oficial da UFCA no Instagram, nos últimos três anos.

	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	Total no ano
2022	167.050	174.676	206.797	132.498	145.046	145.377	54.152	96.965	80.835	153.035	180.971	268.458	<u>1.805.860</u>
2021	120.369	96.224	116.874	156.841	127.503	164.326	144.742	143.159	152.422	128.720	120.216	108.397	<u>1.579.793</u>
2020	129.409	120.268	181.724	129.660	116.909	153.566	143.786	115.968	113.296	107.096	100.859	128.211	<u>1.540.752</u>

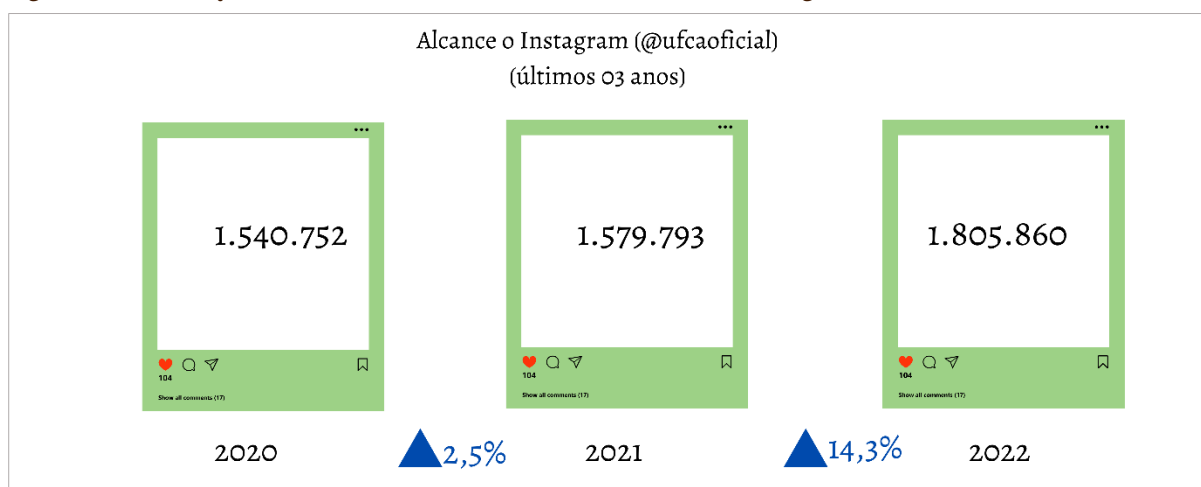
Fonte: Reportei.

Gráfico 12 – Alcance da conta oficial da UFCA no Instagram em 2022, por mês.



Fonte: Reportei.

Figura 22 – Evolução do alcance da conta oficial da UFCA no Instagram (2020 a 2022).



Fonte: Reportei.

3.4 Visualizações Totais YouTube (UFCA TV)

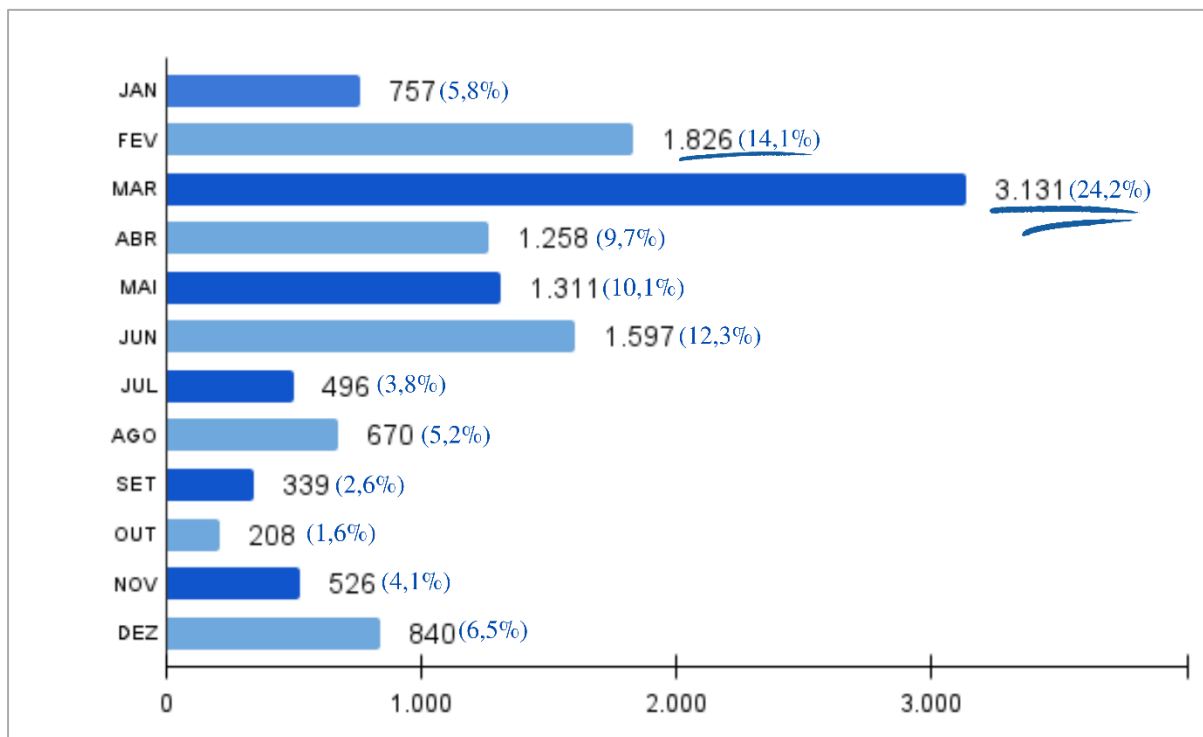
Seguindo com as definições paramétricas do Reportei, o número de visualizações do canal oficial da UFCA no YouTube, no período considerado, corresponde ao número total de vezes que os vídeos reunidos nele foram visualizados. Em 2022, o canal oficial da UFCA (UFCA TV) atingiu a marca de 12.959 visualizações – cada uma delas com tempo médio de 2min15s. Em 2021, essas marcas foram de 17.060 e de 2min54s, enquanto em 2020 foram 42.606 visualizações e tempo médio de 3min37s. O tempo médio de duração de cada mês foi convertido para segundos, para fins ilustrativos, como se mostra esquematizado logo a seguir.

Tabela 19 – Quantidade de visualizações no canal oficial do YouTube, últimos três anos

	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	Total no ano
2022	757	1.826	3.131	1.258	1.311	1597	496	670	339	208	526	840	<u>12.959</u>
2021	1.031	818	946	3.789	2.352	1.075	1.057	1.904	1.478	813	850	947	<u>17.060</u>
2020	2.533	1.296	3.117	1.339	3.208	5.461	14.910	2.055	1.687	835	789	5.376	<u>42.606</u>

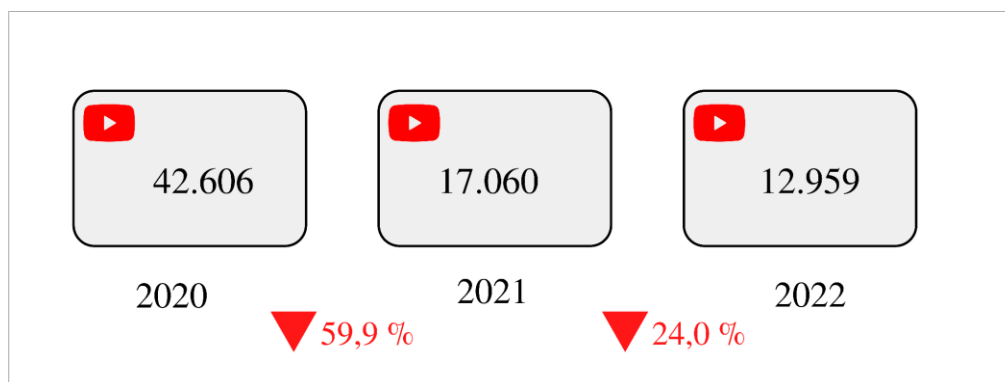
Fonte: Reportei.

Gráfico 13 – Quantitativo de visualizações no canal oficial do YouTube em 2022, por mês.



Fonte: Reportei.

Figura 23 - Evolução do nº de visualizações no canal oficial do YouTube (2020 a 2022).



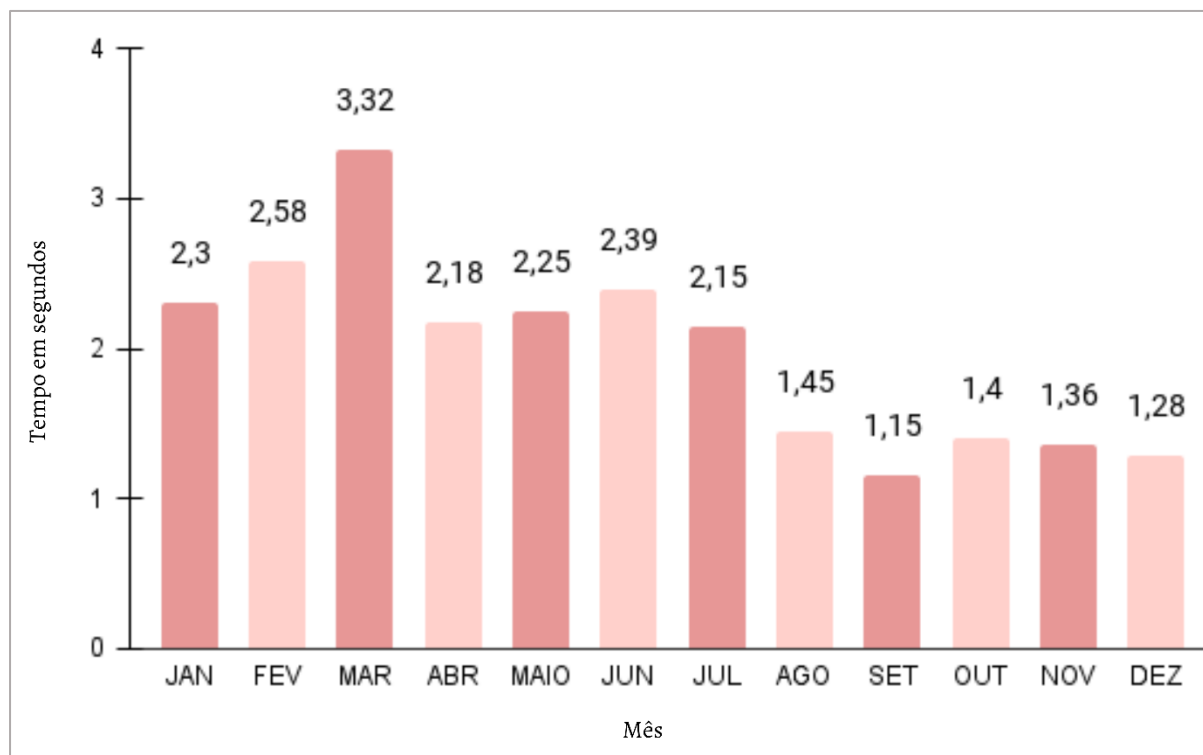
Fonte: Reportei.

Tabela 20 – Tempo médio (em segundos) de visualizações no YouTube Oficial da UFCA, últimos três anos.

	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	Total no ano
2022	150	178	212	138	145	159	135	105	75	64	103	158	1.622
2021	141	146	154	449	287	161	245	268	187	140	136	128	2.442
2020	188	181	183	149	268	270	326	223	229	128	188	271	2.604

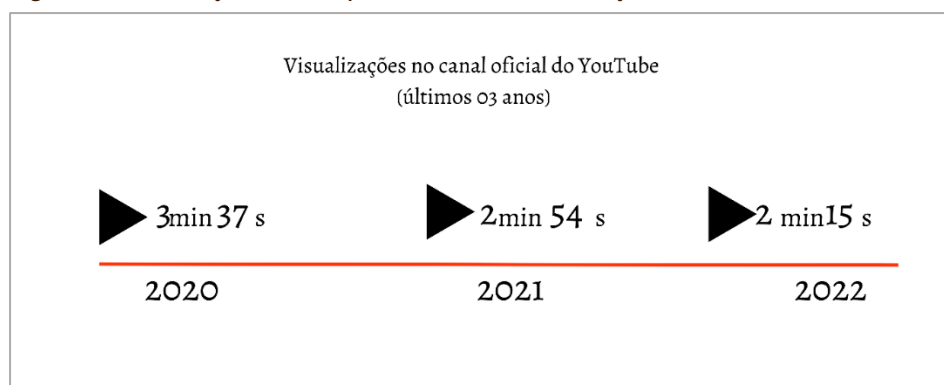
Fonte: Reportei.

Gráfico 14 –Tempo médio de visualizações no YouTube Oficial da UFCA em 2022, por mês.



Fonte: Reportei.

Figura 24 - Evolução do tempo médio de visualizações no YouTube Oficial da UFCA (2020 a 2022).



Fonte: Reportei

4. INTERESSE

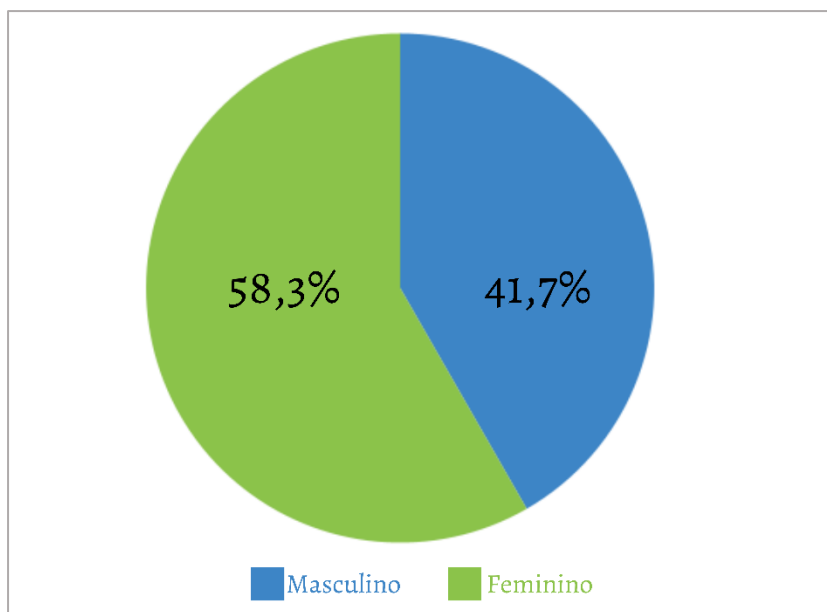
Neste tópico, deparamo-nos com dados referentes ao interesse dos públicos da UFCA. Para estimar o nível de interesse deles nos conteúdos institucionais da Universidade, a Dcom/UFCA elegeu os seguintes critérios:

- ✓ Perfil dos receptores (gênero e faixa etária) por mídia;
- ✓ Novos inscritos no canal Oficial no YouTube;
- ✓ Número de Seguidores Total em Redes Sociais Digitais;

- ✓ Termos mais buscados no Google sobre a UFCA;
- ✓ Notícias mais e menos lidas, no período.

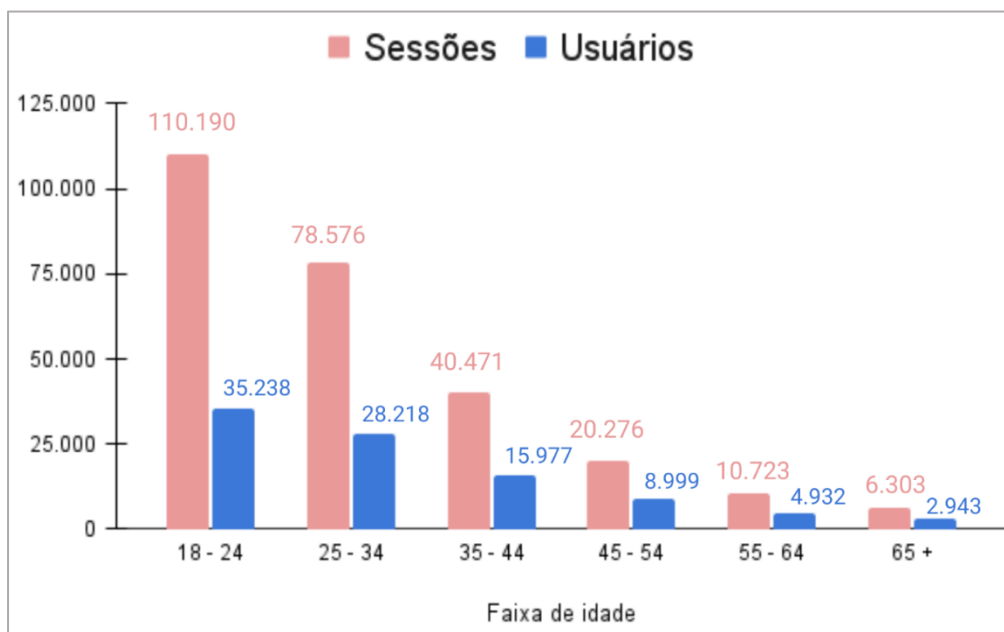
4.1 Perfil dos receptores (Portal da UFCA)

Gráfico 15 - Perfil dos receptores (Portal da UFCA) – Gênero do visitante



Fonte: Reportei

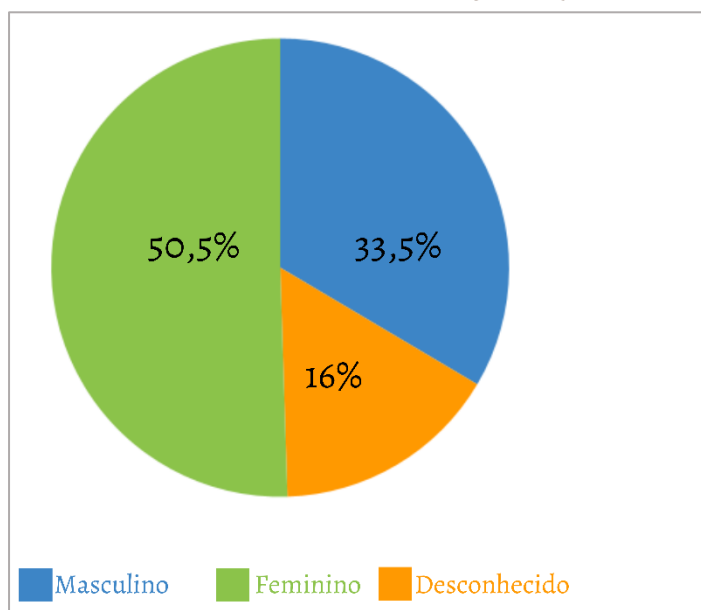
Gráfico 16 – Perfil dos receptores (Portal da UFCA) – Sessões por idade



Fonte: Reportei

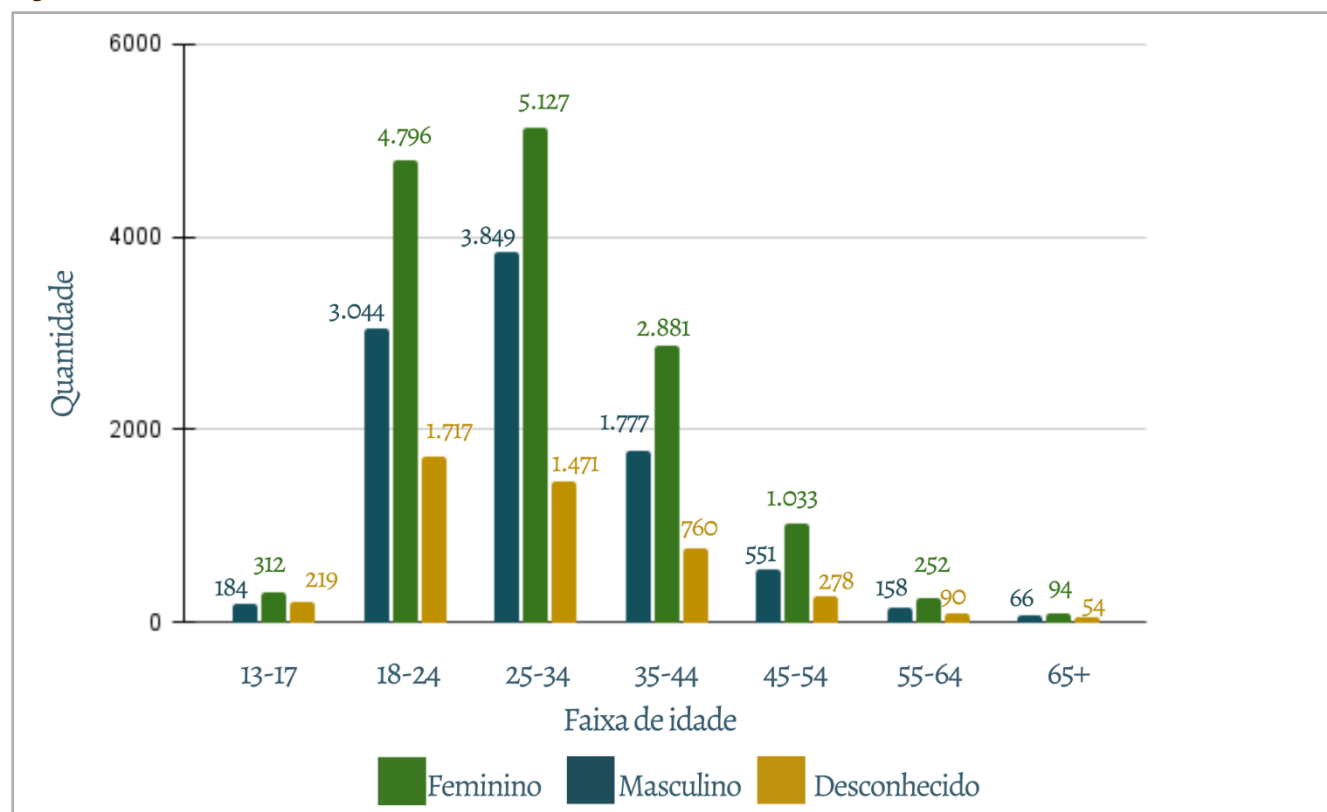
4.2 Perfil dos receptores (Instagram)

Gráfico 17 - Perfil dos receptores Instagram (@ufcaoficial) – Seguidores por gênero



Fonte: Reportei

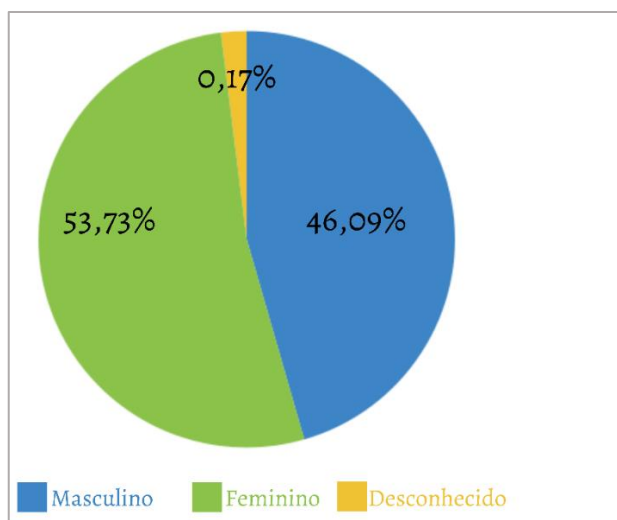
Gráfico 18 - Perfil dos receptores de publicações no Instagram (@ufcaoficial) – Audiência por idade e gênero.



Fonte: Reportei

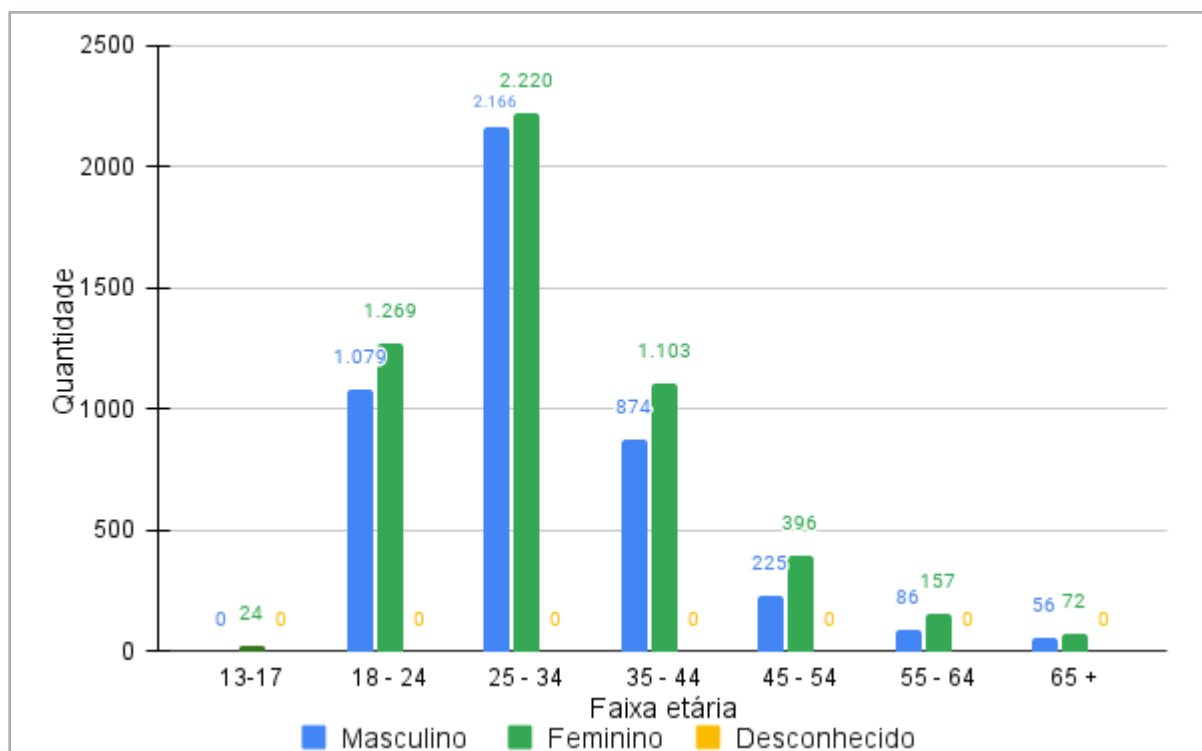
4.3 Perfil dos receptores (Facebook)

Gráfico 19 - Perfil dos receptores de publicações na página da UFCA no Facebook - Gênero da audiência.



Fonte: Reportei

Gráfico 20 - Perfil dos receptores (gênero e faixa etária) de mensagens publicadas na página da UFCA no Facebook.



Fonte: Reportei

4.4 Número de Seguidores em Redes Sociais Digitais oficiais da UFCA

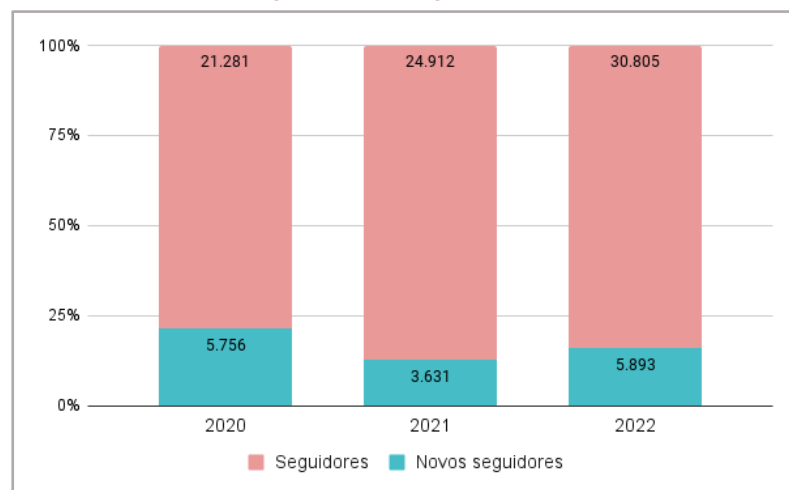
Tabela 21 – Número de Seguidores em Redes Sociais Digitais oficiais da UFCA.

Instagram			
	2020	2021	2022
Seguidores	21.281	24.912	30.805
Novos seguidores	5.756	3.631	5.893
Crescimento	38%	14,57%	19,13%
Facebook			
	2020	2021	2022
Curtidas na página	9.653	9.753	9.758
Novas curtidas	177	100	05
Crescimento	1,80%	1,02%	0,05%

Youtube			
	2020	2021	2022
Inscritos	2.050	2.506	2.690
Novos inscritos	1.483	456	266
Crescimento	261%	18,19%	7,4%

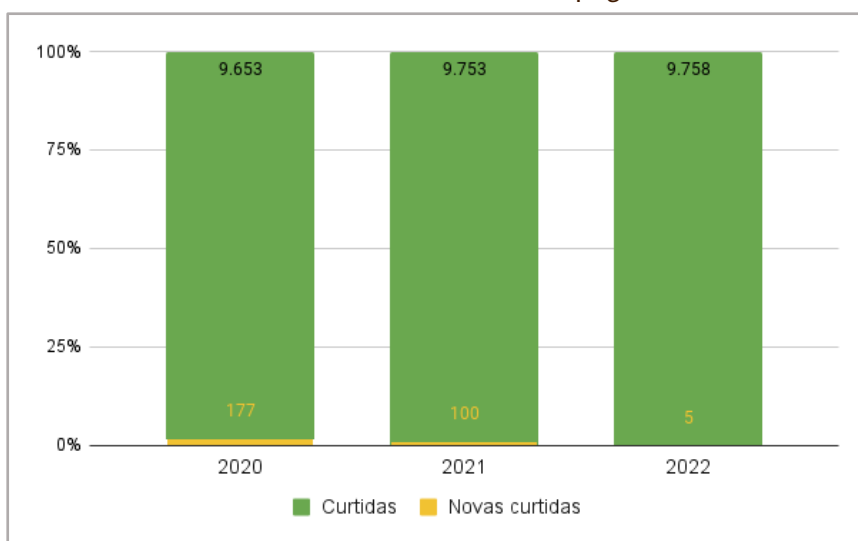
Fonte: Reportei

Gráfico 21 – Novos seguidores e seguidores totais, por ano, do perfil oficial da UFCA no Instagram.



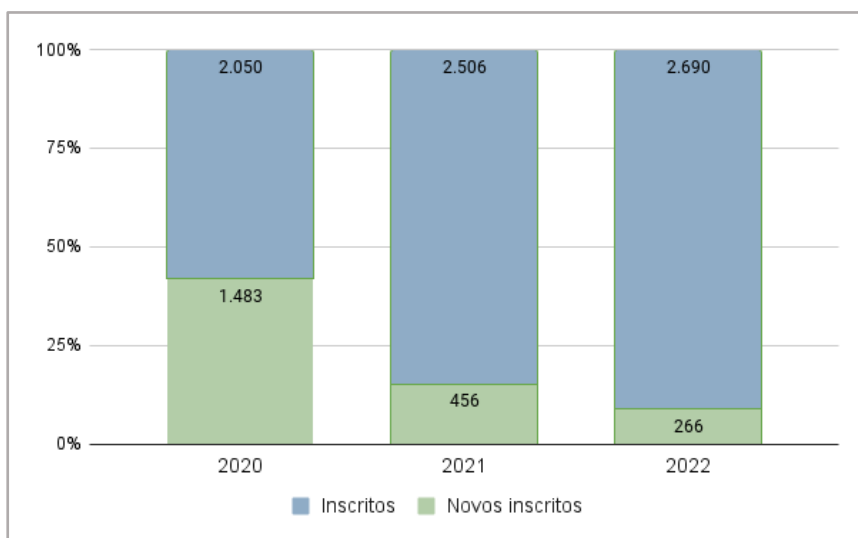
Fonte: Reportei.

Gráfico 22 - Novas curtidas e curtidas totais na página oficial da UFCA no Facebook.



Fonte: Reportei.

Gráfico 23 – Novos inscritos e inscritos totais, por ano, do canal oficial da UFCA no YouTube (UFCA TV).



Fonte: Reportei.

4.5 Páginas em destaque – melhor performance no período

Tabela 22 - Páginas em destaque em 2022.

Páginas em Destaque		
PÁGINA	CLIQUES	IMPRESSÕES
https://www.ufca.edu.br/	106.283	929.812
https://www.ufca.edu.br/admissao/graduacao/sisu/editais-e-resultados/	45.199	278.603
https://www.ufca.edu.br/assuntos-estudantis/refeitorio-universitario/cardapios/	17.632	144.825
https://www.ufca.edu.br/cursos/	17.131	178.214
https://www.ufca.edu.br/admissao/graduacao/sisu/	9.810	198.488

Fonte: Reportei/ Google Search Console

4.6 Termos mais buscados no Google sobre a UFCA

Tabela 23 - Palavras-chave em Destaque: termos mais buscados no google sobre a UFCA em 2022.

Palavras em destaque						Termos mais buscados no Google sobre a UFCA	
BUSCA	CLIQUES	IMPRESSÕES	CTR	POSIÇÃO MÉDIA	Cliques em 2021		
ufca	104.375	178.518	58,47%	1,26	95.924	8,8% (1º) *	
ufca cursos	6.616	9.752	67,84%	1,02	6.108	8,3% (3º) *	
ufca sisu	5.105	6.108	83,58%	1	6.217	19,3% (2º) *	
ufca editais	4.996	5.510	90,67%	1	**		
cardapio ufca	4.938	5.298	93,2%	1	**		

Fonte: Reportei/ Google Search Console

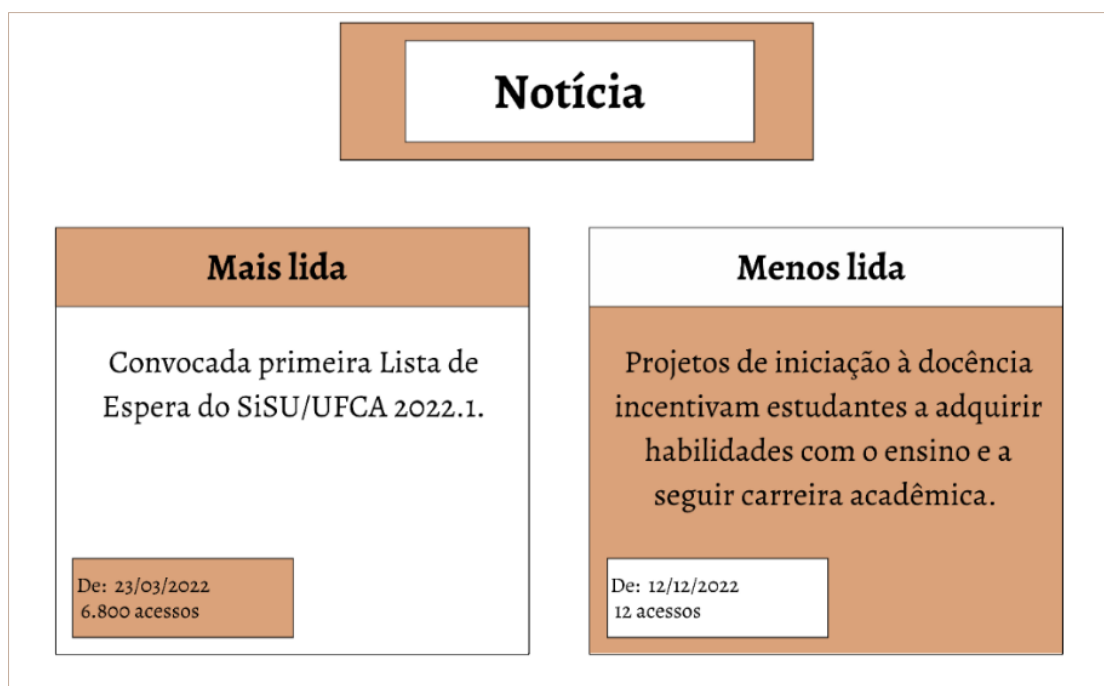
*Ordem das palavras em destaque de 2022.

** Dados não coletados no Reportei.

4.7 Notícias mais e menos lidas, no período

Outra forma eficiente de estimar o interesse dos públicos da UFCA em determinados temas é elencar as notícias, publicadas no Portal da UFCA, mais lidas e menos lidas. Essa estimativa não desconsidera o fato de que as publicações no Portal não buscam simplesmente audiência, mas publicizar informações de interesse público e de caráter legal. Ainda assim, é importante saber que tipo de informação tem despertado o interesse dos públicos, tanto para reforçar a divulgação de ações importantes que ainda não estejam sendo difundidas da maneira esperada quanto para otimizar os esforços da equipe da Dcom/UFCA, considerando os recursos escassos de produção.

Figura 25 - Títulos das notícias mais e menos lidas de todo o ano de 2022, publicadas no Portal da UFCA.



Fonte: Google Search Console

Figura 26 – Reprodução dos cards das imagens das notícias mais e menos lidas de todo o ano de 2022, publicadas no Portal da UFCA.



Fonte: Portal da UFCA

Tabela 24- Títulos das notícias mais e menos lidas de cada mês de 2022, publicadas no Portal da UFCA.

Notícias/2022		
MÊS	MAIS LIDA	MENOS LIDA
Janeiro	Aberto concurso para docente efetivo/a da UFCA, no setor de Botânica/Ensino de Botânica. Inscrições vão até 25 de janeiro. 1.289 acessos De: 19/01/2022	Lançada nova edição da Revista “EntreAções: diálogos em Extensão”. 55 acessos De: 25/01/2022
Fevereiro	Publicado edital de concurso público para novos servidores da UFCA, para os cargos de Produtor Cultural, de Técnico de Laboratório (área: Caracterização de Materiais) e de Técnico de TI. 5.102 acessos De: 11/02/2022	Prorrogada até dia 2 de março pesquisa sobre necessidade de transporte público para acesso aos campi. Questionário disponível no Forms/UFCA. 95 acessos De: 25/02/2022
Março	Convocada primeira Lista de Espera do SiSU/UFCA 2022.1. 6.800 acessos De: 23/03/2022	“Univerciência” estreia nova temporada, com participação de IES nordestinas. Primeiro episódio já está disponível no UFCA TV. 21 acessos De: 28/03/2022
Abril	UFCA abre 49 vagas de estágio. Oportunidades estão disponíveis para estudantes de outras instituições. 2.203 acessos De: 19/04/2022	UFCA Solidária arrecada donativos para vítimas das inundações em Barbalha. 45 acessos De: 19/04/2022
Maiο	Inscrições abertas para mudança de curso e para transferência voluntária/admissão de graduados na UFCA. Prazo termina em 17 de maio de 2022. 3.082 acessos De: 11/05/2022	UFCA Solidária arrecada e doa cerca de 700 donativos para vítimas das chuvas em Barbalha. 21 acessos De: 05/05/2022
Junho	UFCA oferta 590 vagas em edição 2022.2 do SiSU. Além de Administração, Engenharias e Medicina, são ofertados cursos EaD em Análise e Desenvolvimento de Sistema e em Produção Multimídia. 2.803 acessos De: 23/06/2022	UFCA inicia operações da segunda usina fotovoltaica no campus Juazeiro do Norte. Usinas podem gerar até 80% da energia elétrica necessária para o campus. 50 acessos De: 20/06/2022
Julho	Publicada Convocação da Chamada Regular do SiSU 2022.2. 3.283 acessos De: 12/07/2022	Andifes, Conif e Abruem assinam acordo com TSE para apoiarem o sistema eleitoral brasileiro. 55 acessos De: 20/07/2022
Agosto	Convocada primeira Lista de Espera do SiSU/UFCA 2022.2 2.312 acessos De: 19/08/2022	Divulgado procedimento de matrícula para a licenciatura EaD em Geografia, oferecida pela Uece no Polo Icó da UFCA. 191 acessos De: 22/08/2022
Setembro	Divulgado resultado parcial da 1ª convocação de lista de espera do Sisu 2022.2. Prazo para recurso segue até 14 de setembro. 1.211 acessos De: 12/09/2022	UFCA e Município de Juazeiro do Norte promovem consulta pública sobre o Plano Diretor. 168 acessos De: 06/09/2022
Outubro	Nota de Pesar: professor Modesto Leite Rolim Neto. 1.786 acessos De: 08/10/2022	UFCA firma novo acordo com associações para recebimento de materiais recicláveis. 74 acessos De: 10/10/2022
Novembro	UFCA abre concurso público para docente com 10 vagas. Setores de estudo envolvem Design Gráfico, Medicina Veterinária e Estudos Educacionais. 2.039 acessos De: 29/11/2022	UFCA realiza mais uma edição da campanha de doação de sangue no campus Juazeiro do Norte. Ação ocorre no próximo dia 5 de dezembro. 26 acessos De: 22/11/2022
Dezembro	UFCA lança edital para admissão de graduados em cursos na modalidade EaD. 702 acessos De: 08/12/2022	Projetos de iniciação à docência incentivam estudantes a adquirir habilidades com o ensino e a seguir carreira acadêmica. 12 acessos De: 12/12/2022

Fonte: Portal da UFCA

5. REPERCUSSÃO

A repercussão dos conteúdos institucionais da UFCA publicados nos canais oficiais da Universidade durante o ano de 2022 foi estimada a partir do levantamento de postagens em destaque – destaque este que considera o alcance e o engajamento ensejados pelo conteúdo em questão, nas mídias digitais da Universidade. As postagens em destaque, durante o ano de 2022, foram separadas por canais oficiais:

- ✓ Instagram
 - Feed
 - Stories
- ✓ Facebook
- ✓ YouTube

5.1 Instagram Feed

O relatório Reportei traz alguns dados gerais a respeito da repercussão das postagens em feed no perfil oficial da UFCA no Instagram (@ufcaoficial), como "**Alcance**", "**Impressões**", "**Engajamento**", "**Número de Postagens**", "**Curtidas das postagens**" e "**Comentários em Postagens**". Todos os dados consideram a performance das postagens, em conjunto. Para melhor entendimento do que se tratam esses parâmetros, seguem algumas definições:

- ✓ **Alcance:** Soma de usuários alcançados organicamente em suas postagens do feed, no período analisado. É possível que a mesma pessoa veja mais de uma vez a postagem e seja contada mais de uma vez;
- ✓ **Impressões:** Número total de vezes que todas as publicações foram vistas;
- ✓ **Engajamento das postagens:** Soma orgânica do número de curtidas, compartilhamentos, comentários e postagens salvas.;
- ✓ **"Orgânico":** característica da interação em mídias sociais nas quais os públicos interagem sem o incentivo ou indução de mídias pagas.

Considerando todas as 239 postagens realizadas em feed, no ano de 2022, no perfil oficial da UFCA no Instagram, todas essas postagens tiveram alcance de 1.825.278 pessoas; que, por sua vez, visualizaram (cada uma delas pelo menos uma vez) os conteúdos 2.119.721 vezes. Postagens salvas, curtidas e comentários nas postagens, somadas, foram 153.990. Só de curtidas, foram 143.556. Já os comentários foram 2.860. Os dados sobre a repercussão das postagens no feed do Instagram encontram-se resumidas na Tabela 25:

Tabela 25 – Resumo da repercussão das postagens da UFCA no Instagram @ufcaoficial, em feed, por categoria.

Nº de posts	Alcance	Impressões	Engajamento	Curtidas	Comentários
239	1.825.278	2.119.721	153.990	143.556	2.860

Fonte: Reportei.

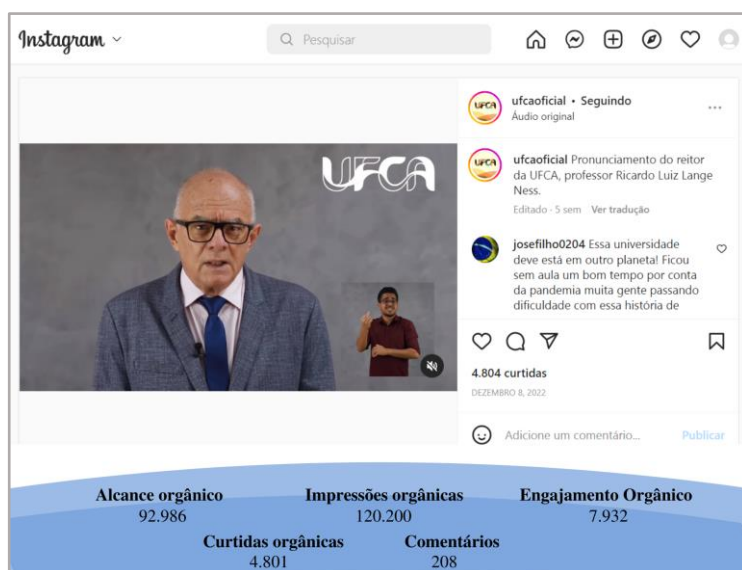
5.1.1 Postagens em Destaque

São aqui evidenciadas 5 postagens com destaque de alcance e de engajamento em 2022.

As três primeiras postagens em destaque se relacionam à questão de cortes e bloqueios sofridos no orçamento, o que promove insegurança à gestão bem como à toda a comunidade universitária, pelo risco de descumprimento de obrigações e descontinuidade de projetos em andamento, além do maior risco de desassistir estudantes em suas bolsas e auxílios.

A primeira postagem em destaque trouxe o pronunciamento do Reitor da UFCA, professor Ricardo Luiz Lange Ness, que se dirigiu à comunidade universitária e à sociedade, num pronunciamento acerca do anúncio do Ministério da Educação (MEC) de um bloqueio no financeiro das universidades e institutos federais, no mês de dezembro de 2022. A medida veio após um bloqueio orçamentário de R\$ 1,4 bilhão na Educação, dos quais R\$ 344 milhões seriam retirados das contas das Instituições Federais de Ensino. No pronunciamento, o reitor ressaltou que estava fora do alcance da Universidade administrar tal bloqueio, uma vez que o governo federal não repassaria recursos para a Universidade, impedindo-a de pagar suas dívidas no mês de dezembro (fornecedores, serviços terceirizados, e o mais preocupante, bolsas e auxílios aos estudantes).

Figura 27 – Frame do vídeo da postagem de maior repercussão de 2022, do perfil oficial da UFCA no Instagram (feed).



Fonte: Reportei/Instagram

Na segunda postagem de maior repercussão em 2022, também relacionada ao orçamento, a UFCA emitiu uma Nota tornando pública a gravíssima situação na qual as Instituições Federais de Ensino Superior (Ifes) foram colocadas com a imposição, pelo Governo Federal, de mais um bloqueio orçamentário, publicado em outubro de 2022, que fora estabelecido pelo Decreto nº 11.216/2022, que altera o Decreto nº 10.961, de 11 de fevereiro de 2022.

Figura 28 – Reprodução do card de abertura da postagem com a segunda maior repercussão de 2022, do perfil oficial da UFCA no Instagram (feed).



Fonte: Reportei/Instagram

Ainda na seara do orçamento, na terceira postagem em destaque, por meio de Nota, a UFCA manifesta, mais uma vez, sua grande preocupação com as movimentações orçamentárias e financeiras, por parte do Governo Federal, ocorridas em dezembro de 2022, que afetavam as Universidades Federais e Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia no Brasil. Na ocasião, por meio da publicação do Decreto nº 11.269, de 30 de novembro de 2022, o Governo Federal zerou o limite de pagamentos das despesas discricionárias do MEC, previsto para o mês de dezembro de 2022.

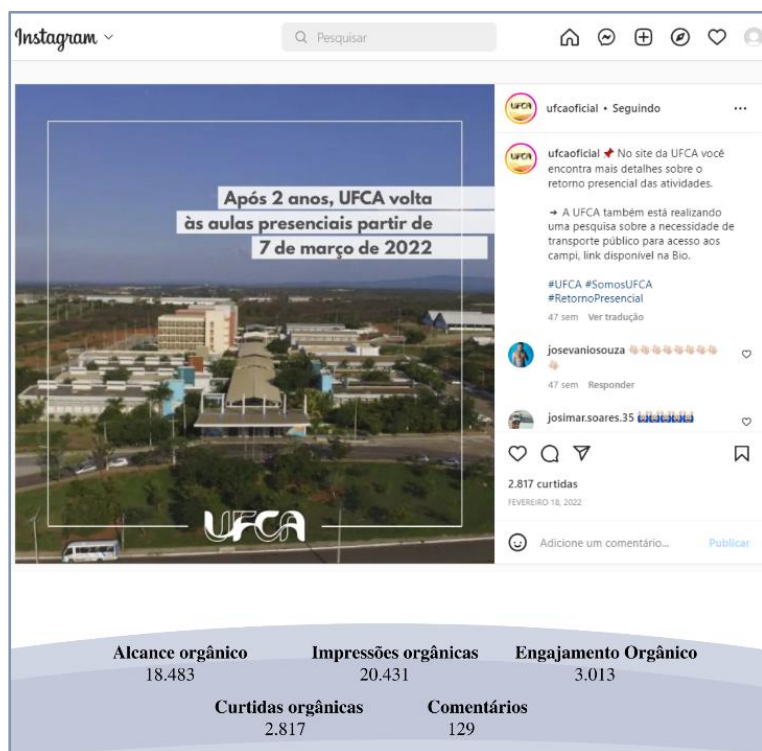
Figura 29 – Reprodução do card de abertura da postagem com a terceira maior repercussão de 2022, do perfil oficial da UFCA no Instagram (feed).



Fonte: Reportei/Instagram

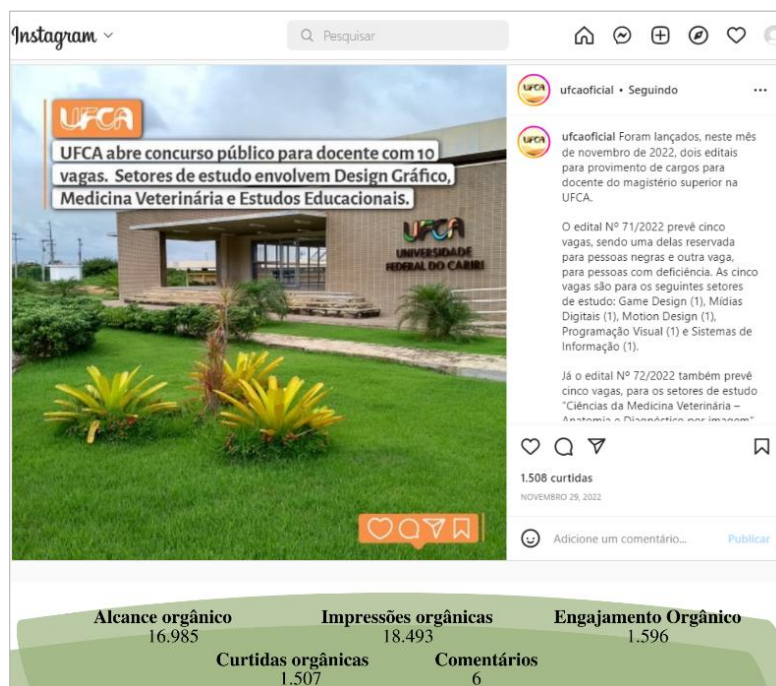
A quarta postagem de maior destaque traz o anúncio do retorno presencial das atividades na UFCA, em 7 de março de 2022, após o período de 2 anos de trabalho remoto, em virtude da pandemia da covid-19.

Figura 30 – Reprodução do card de abertura da postagem com a quarta maior repercussão de 2022, do perfil oficial da UFCA no Instagram (feed).



Fonte: Reportei/Instagram

Figura 31 – Reprodução do card de abertura da postagem com a quinta maior repercussão de 2022, do perfil oficial da UFCA no Instagram (feed).



Fonte: Reportei/Instagram

5.2 Instagram Stories

Para análise geral dos stories publicados pela UFCA em 2022, é preciso compreender o conceito de “Retenção”, que é a visualização de stories sem que o usuário saia ou avance para um story de outra conta. A média de retenção é a soma da retenção de todos os stories dividido pela quantidade total de publicações no período analisado. Abaixo, a Tabela 26 traz o resumo do desempenho geral sobre a performance das postagens em 2022:

Tabela 26 - Resumo sobre a repercussão de postagens no Instagram (stories) – 2022

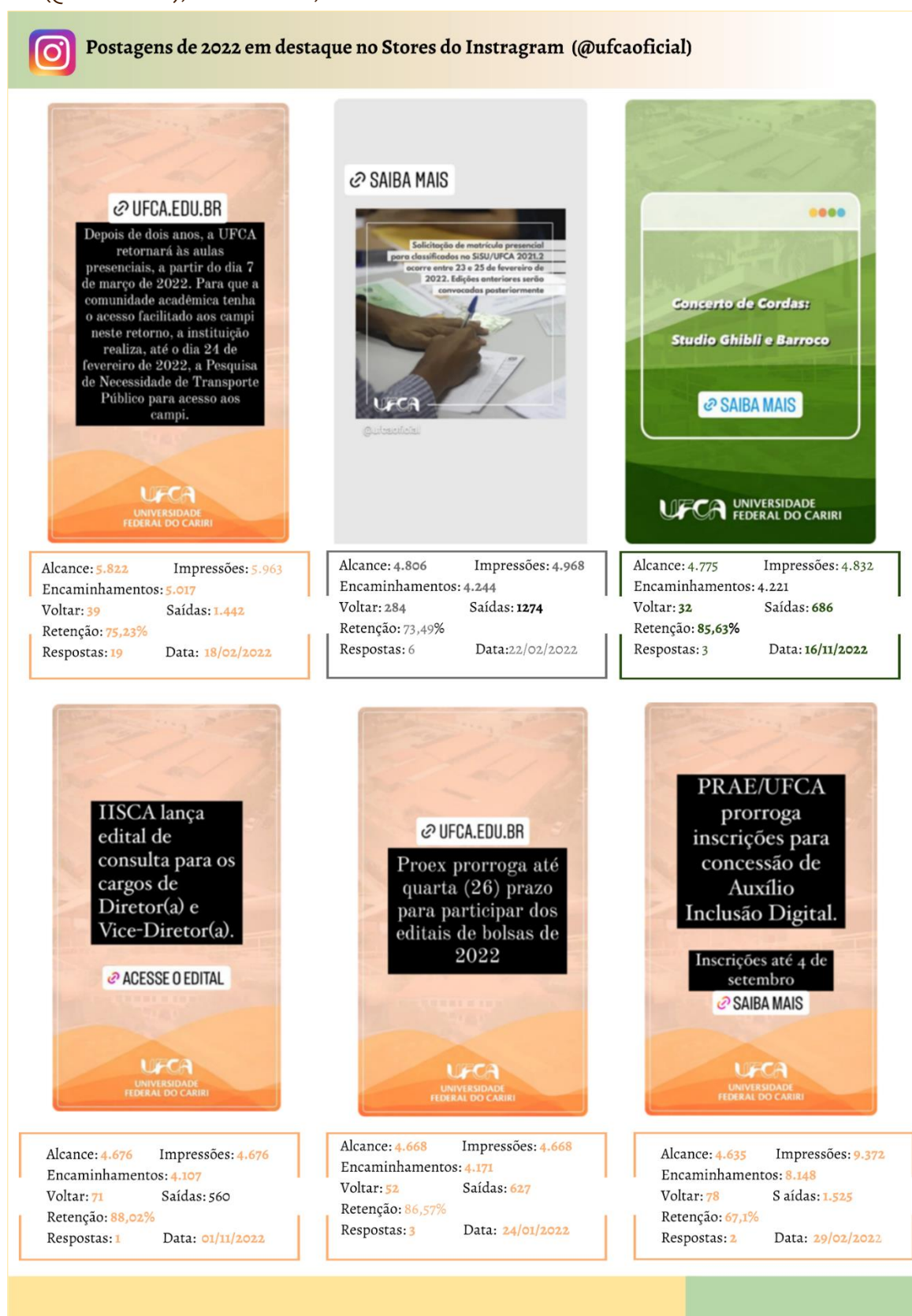
Nº de posts	Alcance	Impressões	Retenção
306	901.446	933.080	84,76%

Fonte: Reportei/Instagram

5.2.1 Postagens em Destaque

Nesta seção, são apresentados os seis stories do perfil oficial da UFCA no Instagram que obtiveram destaque. O conteúdo do storie de maior destaque, postado em 18 de fevereiro de 2022, era o de retorno da UFCA às atividades presenciais após o período da pandemia da covid-19, divulgando, ainda, uma pesquisa sobre a necessidade de transporte público para acesso aos campi da UFCA, por parte de estudantes. Em seguida, como segundo destaque, o story sobre o período de solicitação de matrícula para o SiSu/UFCA 2021.2. A terceira postagem de destaque nos stories foi a divulgação do Concerto de Cordas: Studio Ghibli e Barroco. O edital de consulta para os cargos de Diretor/a e Vice-Diretor/a do Instituto Interdisciplinar de Sociedade Cultura e Artes (IIsca) da UFCA foi o quarto story de destaque. Por fim, como quinto e sexto destaques, respectivamente, o anúncio da Proex da prorrogação dos editais de bolsas de 2022 e a prorrogação, pela Prae, das inscrições para a concessão de Auxílio Inclusão Digital. Abaixo, de forma ilustrativa, são trazidas as reproduções dos cards dos seis conteúdos de maior destaque que foram publicados no perfil oficial da UFCA no Instagram (@ufcaoficial), como stories, em 2022.

Figura 32 – Conteúdos em destaque publicados no perfil oficial da UFCA no Instagram (@ufcaoficial), como stories, em 2022.



Fonte: Reportei/Instagram

5.3 Facebook

Na página oficial da UFCA no Facebook, a postagem de maior destaque de 2022 foi referente a uma Nota de pesar emitida pela UFCA, pelo falecimento, no dia 24 de março de 2022, do estudante do Curso de Administração da Universidade, Matheus de Oliveira Bovino. As demais postagens de maior repercussão foram a publicação, em fevereiro de 2022, do edital para seleção de novos servidores técnico-administrativos em Educação para o quadro permanente da UFCA, o resultado da submissão de propostas de Pesquisa de um edital da Fundação Cearense de Apoio ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico (Funcap), em parceria com o Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), a informação sobre o andamento das obras do prédio da Clínica Escola da Faculdade de Medicina (Famed) da UFCA, em Barbalha e a descoberta de uma pesquisa conduzida pelo docente Claudener Souza Teixeira, do Centro de Ciências Agrárias e da Biodiversidade (CCAB), da UFCA e que poderia render uma patente para a Universidade. Os resultados estão demonstrados na Figura 33.

Figura 33 – Reprodução das 05 postagens de maior repercussão de 2022, da página oficial da UFCA no Facebook.



Postagens de maior repercussão de 2022, da página oficial da UFCA no Facebook

01



Alcance total: 3.264 Comentários: 10 Compartilhamentos: 4

02



Alcance total: 2.282 Comentários: 2 Compartilhamentos: 12

03



Alcance total: 2.001 Comentários: 0 Compartilhamentos: 4

04



Alcance total: 1.946 Comentários: 3 Compartilhamentos: 2

05



Alcance total: 1.388 Comentários: 1 Compartilhamentos: 12

Fonte: Reportei/Facebook

5.4 YouTube

O relatório Reportei traz alguns dados gerais a respeito da repercussão das publicações de no canal oficial da UFCA no YouTube (UFCA TV). Para fins de entendimento do quadro resumo (Tabela 27), considera-se “Média % de vídeo assistido” a porcentagem média de reprodução dos vídeos assistidos no canal, durante o período analisado.

Tabela 27 – Resumo da repercussão das postagens no canal UFCA TV, no YouTube, em 2022, por categoria.

Tempo total assistido	Curtidas	Compartilhamentos	Média % de vídeo assistido
702 horas e 25 minutos	572	316	11,05%

Fonte: Reportei

Entre os conteúdos em destaque, o vídeo institucional de apresentação da UFCA, publicado em 2 de agosto de 2019, foi o conteúdo com maior número de visualizações (2.169 ao todo) no canal da UFCA no YouTube, em 2022, assim como em 2021. Abaixo, o resumo das performances das postagens em destaque:

Figura 34 – Reprodução da postagem de maior repercussão de 2022, no canal oficial da UFCA no YouTube.



Fonte: Reportei/YouTube

Figura 35 – Reprodução da postagem com a segunda maior repercussão de 2022, no canal oficial da UFCA no YouTube.



Fonte: Reportei/YouTube

Figura 36 – Reprodução da postagem com a terceira maior repercussão de 2022, no canal oficial da UFCA no YouTube.



Fonte: Reportei/YouTube

Figura 37 – Reprodução de imagem da postagem com a quarta maior repercussão de 2022, no canal oficial da UFCA no YouTube.



Fonte: Reportei/YouTube

Figura 38 – Reprodução da postagem com a quinta maior repercussão de 2022, no canal oficial da UFCA no YouTube.



Fonte: Reportei/YouTube

6. EXPERIÊNCIA

6.1 Taxa de Rejeição do site

Uma “sessão” é um grupo de interações feitas em um site pelo/a visitante. No entanto, se o site é acessado, mas não há interações adicionais, entende-se que o conteúdo disponível ou à sua disposição na página inicial não foram suficientes para que o visitante navegasse pelo site. Tem-se aí uma “rejeição” do site em questão. O Reportei também oferta, via Google Analytics, o monitoramento da taxa de rejeição do Portal da UFCA, que é a tradução, em termos percentuais, do quanto de sessões abertas no site se resumiram a uma única página (por exemplo, sessão em que a pessoa sai do site a partir da primeira página).

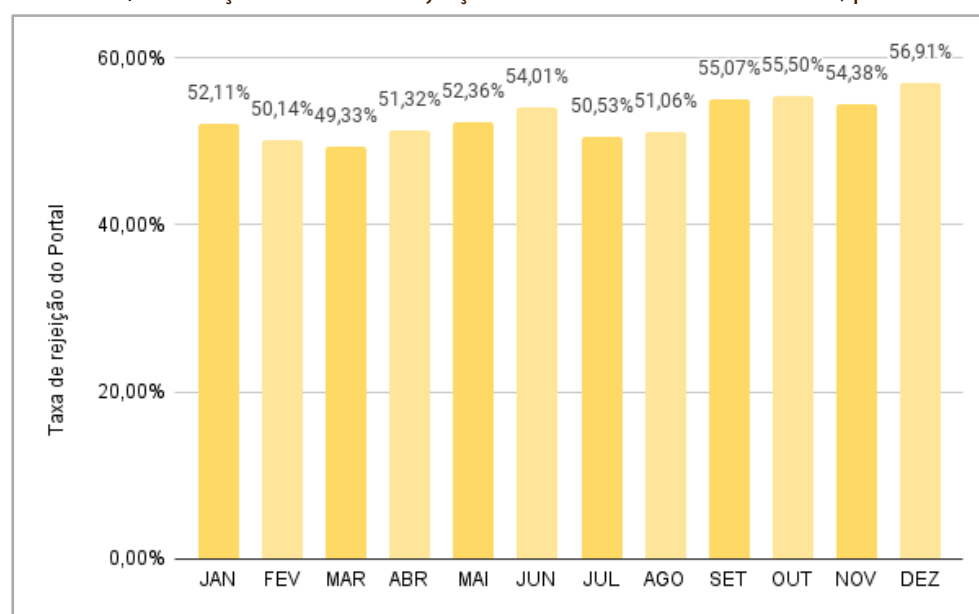
Considerando todo o ano de 2022, a taxa de rejeição do Portal da UFCA foi de 52,7% – percentual ligeiramente maior que as taxas registradas em 2021 (50,81%) e 2020 (51,32%).

Tabela 28 – variação da taxa de rejeição do Portal da UFCA, últimos três anos.

ANO	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
2022	52,11%	50,14%	49,33%	51,32%	52,36%	54,01%	50,53%	51,06%	55,07%	55,50%	54,38%	52,7%
2021	49,84%	52,31%	50,87%	48,67%	47,80%	51,43%	51,53%	51,17%	51,95%	53,16%	53,47%	50,81%
2020	44,52%	43,34%	48,64%	56,83%	58,15%	60,48%	55,46%	49,83%	53,52%	53,92%	53,65%	51,32%

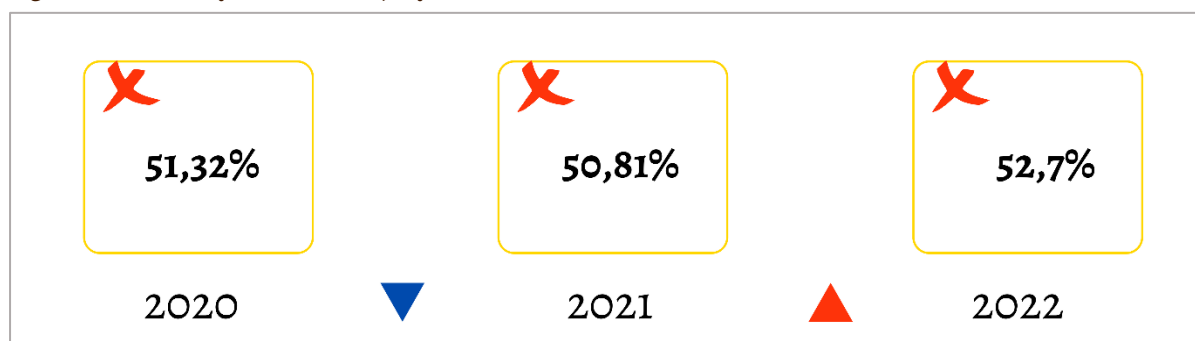
Fonte: Reportei.

Gráfico 24 –Variação da taxa de rejeição do Portal da UFCA em 2022, por mês.



Fonte: Reportei

Figura 39 – Evolução taxa de rejeição do Portal da UFCA (2020 a 2022).



Fonte: Reportei

6.2 Quantidade de Curtidas (por mídia)

A análise dos números referentes às curtidas de conteúdos publicados em canais oficiais é também uma forma de avaliar a experiência dos públicos com a UFCA. Aqui, são elencados o perfil oficial da UFCA no Instagram, o canal da UFCA no YouTube e, ainda, a página oficial da UFCA no Facebook.

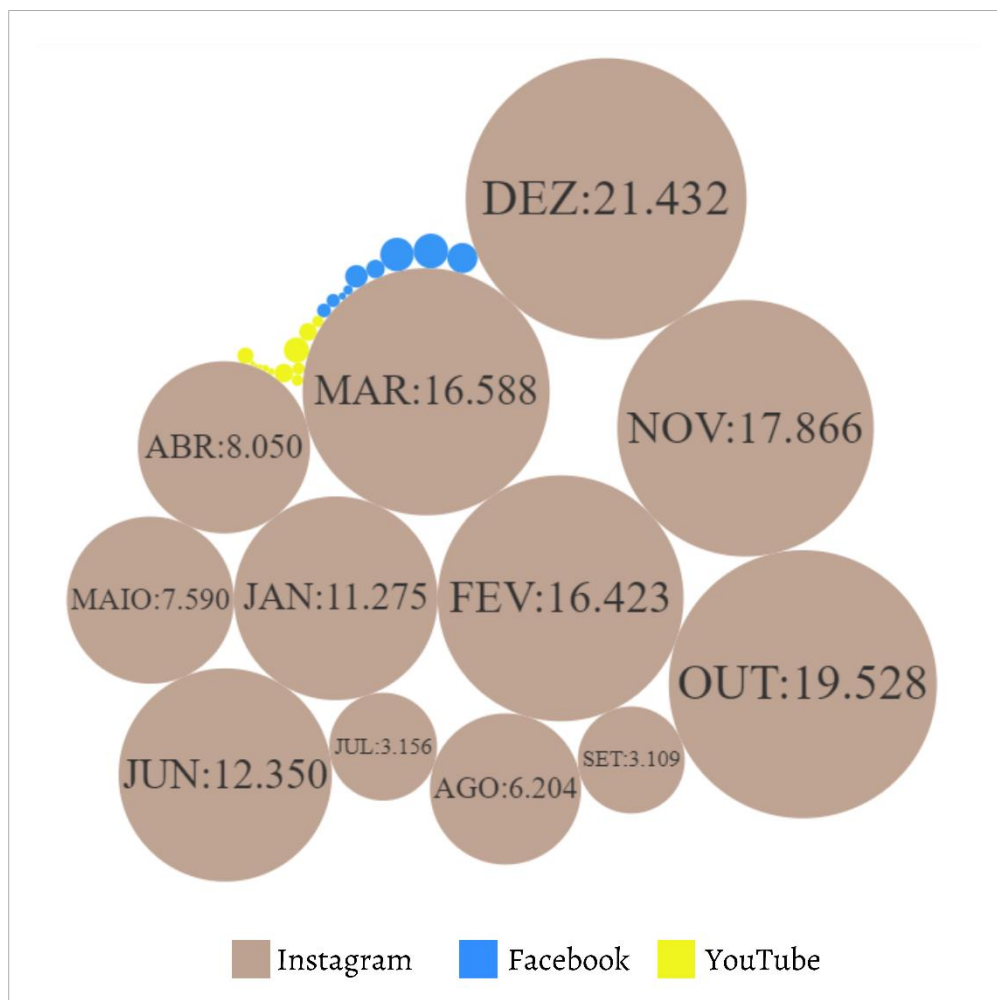
Tabela 29– Número de curtidas em mídias digitais oficiais da UFCA (2021 e 2022).

2022	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	Total
Instagram	11.275	16.423	16.588	8.050	7.590	12.350	3.156	6.204	3.109	19.528	17.866	21.432	143.571
Facebook	245	326	304	92	138	24	0	0	0	14	48	52	1.243
YouTube	34	85	173	40	35	94	12	12	6	3	7	71	572

2021	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	Total
Instagram	10.502	6.712	10.456	15.753	12.724	16.453	13.863	13.172	11.721	11.998	8.248	9.041	140.643
Facebook	350	256	158	369	448	521	415	240	177	216	230	287	3667
YouTube	46	44	47	271	131	53	59	151	118	42	41	70	1073

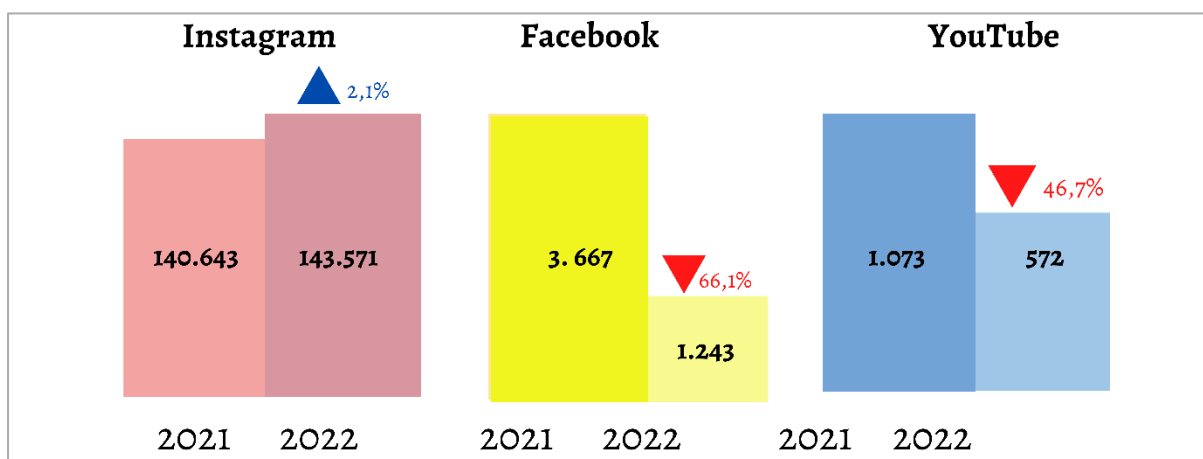
Fonte: Reportei

Gráfico 25 –Número de curtidas em mídias digitais oficiais da UFCA, em 2022, por mês.



Fonte: Reportei

Figura 40 - Curtidas em mídias digitais oficiais da UFCA (2021 e 2022).



Fonte: Reportei

6.3 Quantidade de Comentários (por mídia)

Assim como em 2021 e 2020, tomando o ano de 2022 como um todo, o Instagram da UFCA apresentou uma quantidade maior de comentários em postagens oficiais da instituição, na comparação com o canal no YouTube e a página no Facebook da Universidade. Os dados sobre comentários nas mídias digitais são detalhados a seguir.

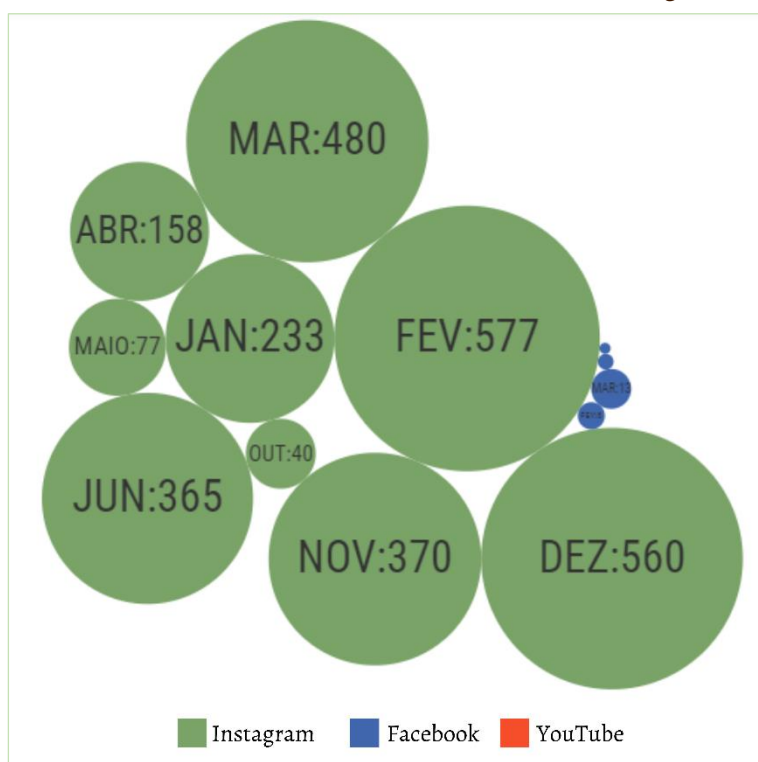
Tabela 30 – Número de comentários em mídias digitais oficiais da UFCA (2021 e 2022).

2022	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	
Instagram	233	577	480	158	77	365	0	0	0	40	370	560	2.860
Facebook	0	6	13	0	2	0	0	0	0	1	0	0	22
YouTube	0	0	3	0	1	0	0	0	0	0	0	0	4

2021	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	
Instagram	119	96	262	470	626	444	332	335	315	230	136	207	3.572
Facebook	1	4	11	26	6	5	6	2	4	2	1	3	71
YouTube	1	1	0	18	6	0	4	12	2	0	0	3	47

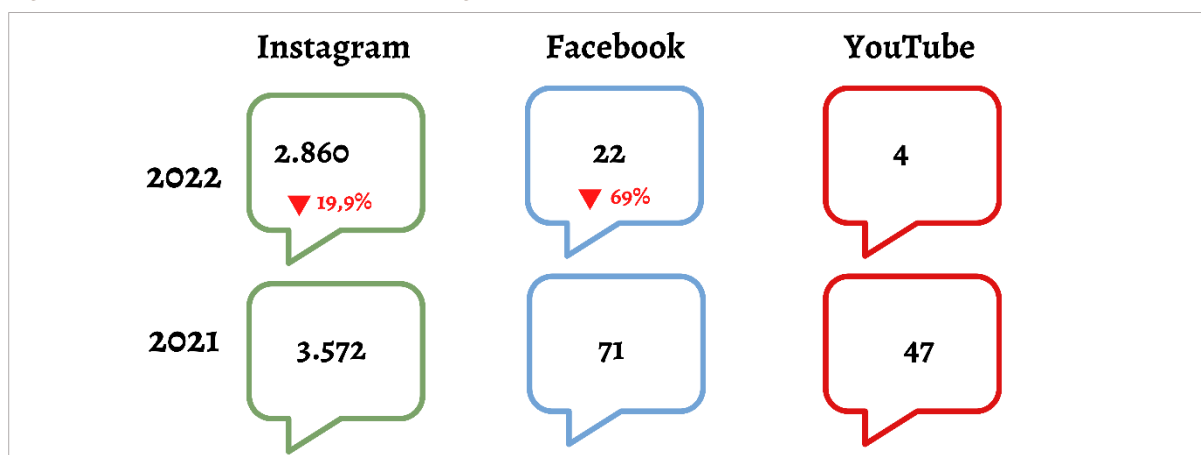
Fonte: Reportei

Gráfico 26 – Número de comentários em mídias digitais oficiais da UFCA, em 2022, por mês.



Fonte: Reportei

Figura 41 - Comentários em mídias digitais oficiais da UFCA (2021 e 2022).



Fonte: Reportei

6.4 Quantidade de Compartilhamentos (por mídia)

Mais que uma curtida ou que um comentário, um compartilhamento denota forte interesse no conteúdo publicado, tendendo a significar uma concordância com o posicionamento do emissor, mas eventualmente servindo também como ferramenta de denúncia de posicionamentos que julgar inadequados. Independentemente da motivação, a ação de compartilhamento reflete a necessidade do receptor de transmitir o conteúdo, tornando-se o próprio receptor um novo emissor.

O volume de compartilhamentos em cada mídia digital oficial da UFCA, durante o ano de 2022, está expresso na Tabela 31.

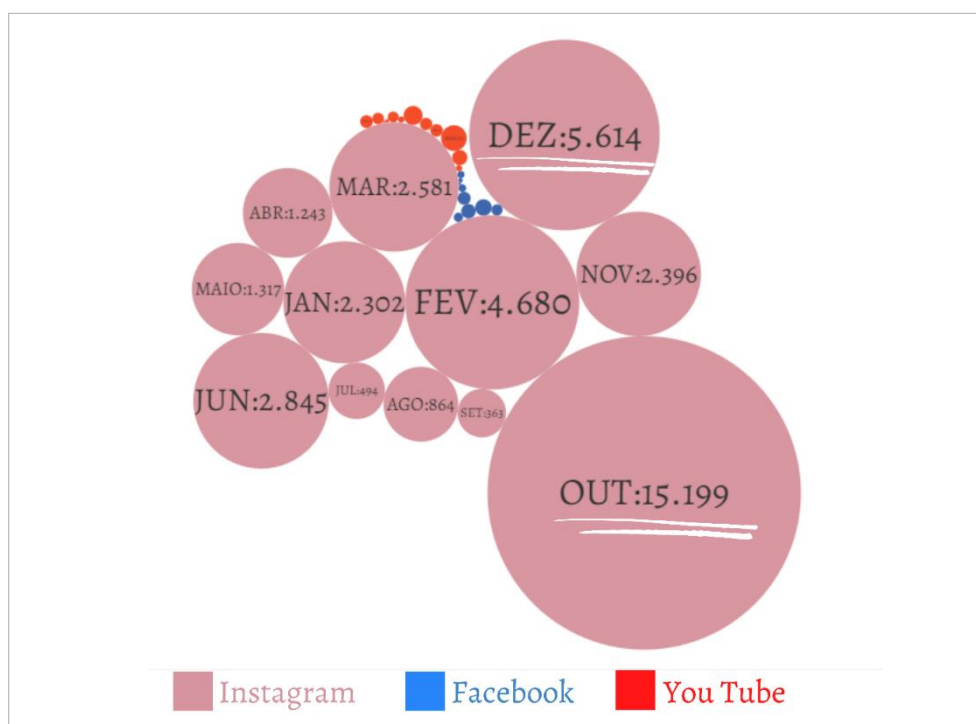
Tabela 31 – Número de compartilhamentos em mídias digitais oficiais da UFCA (2021 e 2022).

2022	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	
Instagram	2.302	4.680	2.581	1.243	1.317	2.845	494	864	363	15.199	2.396	5.614	39.898
Facebook	19	42	32	13	26	9	0	0	0	1	3	8	153
YouTube	6	35	101	24	23	55	6	18	2	1	20	25	316

2021	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	
Instagram	856	560	976	1.775	1.701	3.258	1.479	877	867	877	586	1.895	15.707
Facebook	100	76	19	57	38	57	45	34	27	23	21	37	534
YouTube	31	22	16	125	69	27	22	45	29	12	24	19	441

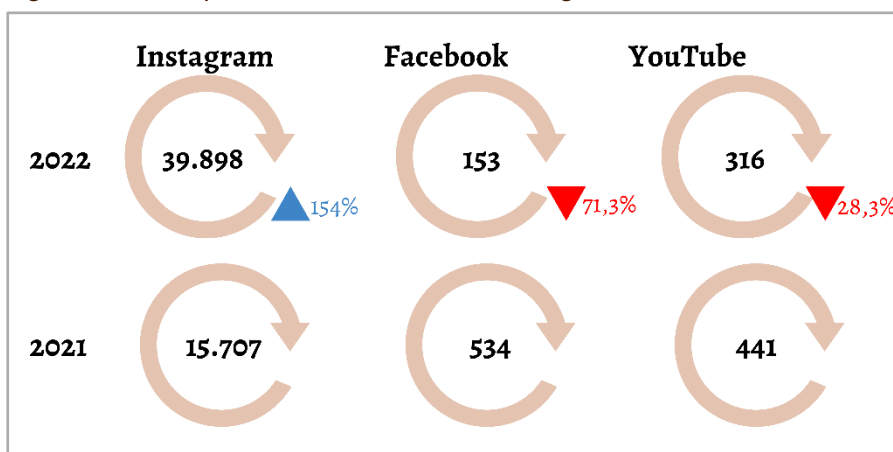
Fonte: Reportei

Gráfico 27 – Número de compartilhamentos em mídias digitais oficiais da UFCA, em 2022, por mês.



Fonte: Reportei

Figura 42 – Compartilhamentos em mídias digitais oficiais da UFCA (2021 e 2022).



Fonte: Reportei

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em continuação à série histórica da Dcom, este Relatório de Atividades apresentou os dados que foram observados em 2022 em relação às demandas de trabalho, serviços e atendimentos prestados pela Diretoria de Comunicação da UFCA. O relatório revelou a continuidade de grandes números de solicitações dos serviços prestados pela Dcom, o que ainda contrasta com o reduzido

quadro de servidores e reforça a necessidade de mais profissionais na Diretoria, com qualificação para as atribuições e demandas específicas deste setor. O que se observa é que algumas demandas decrescem não apenas pela redução das solicitações, elas podem decair pela falta de pessoal para realização dessas atividades. Como exemplo, pode-se citar técnicos de audiovisual para registro de fotos e gravações de vídeos institucionais; jornalistas, para as demandas como as de cobertura jornalística, elaboração e divulgação de notícias, assessorias de imprensa; ainda programadores visuais para demandas de programação visual gráfica, editoração de textos e imagens em conformidade com a identidade visual da UFCA; entre outros profissionais. Essa necessidade de pessoal é oportunamente encaminhada à Pró-Reitoria de Gestão de Pessoas, quando a Dcom é demandada para realizar o seu Levantamento de Necessidades de Pessoal (LNP).

Ainda que com um quadro reduzido, a Dcom tem conseguido atender a todos os setores da Universidade, sem distinção. Tem produzido e propalado conteúdos por meio dos diversos canais que a UFCA dispõe para se comunicar com a comunidade universitária e a sociedade como um todo. Os dados observados em 2022 evidenciam em quais meios as informações e conteúdos institucionais são mais acessados, quais proporcionam mais interação tendo sido possível, também, identificar que assuntos despertaram maior interesse dos usuários. Todos esses achados são de grande importância para condução e prosseguimento do trabalho na Dcom, na medida que permite olhar e avaliar o passado e, na posse desses dados, mirar e planejar as ações futuras.

Embora 2022 tenha sido um ano diferenciado pela vivência da Pandemia da Covid 19, levando, ainda, à situação de atividades remotas em alguns períodos do ano, foi possível observar um aumento de 13% nas solicitações de atendimento via ticket, número que, como se sabe, está abaixo do realmente executado, uma vez que algumas demandas acabam não tendo tickets registrados, mas são tocadas pela Dcom. Esse aumento de número de tickets já revela aumento nas atividades de esforço, em relação ao ano anterior.

Também é possível se notar a ampliação do alcance e do interesse dos públicos em relação aos conteúdos da UFCA produzidos e publicados. Observa-se, por exemplo, maior acesso ao Portal da UFCA, com mais sessões abertas e mais visualizações que no ano anterior; maior alcance do Instagram Oficial, assim como o crescimento do número de novos seguidores e novos inscritos nas mídias sociais digitais da UFCA. Ainda quanto ao crescimento do interesse dos públicos, a busca no Google pelo termo "UFCA" cresceu quase 9% em relação ao ano anterior.

Nesse contexto, é possível concluir que os conteúdos da UFCA continuam despertando interesse e alcançando, ainda mais, seus públicos. Com isso, as demandas da Diretoria de Comunicação tendem a crescer, ano a ano.

Por fim, pode-se concluir que, por meio do Relatório Anual de Atividades elaborado pela Dcom ao final de cada exercício, é possível se obter dados e informações que podem auxiliar o planejamento da Comunicação da UFCA, direcionando esforços de forma objetiva e estratégica na busca de aprimorar a comunicação institucional com públicos internos e externos, bem como promover e fortalecer a integração da Universidade com a sociedade.

Juazeiro do Norte CE, 27 de março de 2023.

Diretoria de Comunicação
Universidade Federal do Cariri