

RELATÓRIO DE GESTÃO

SECRETARIA
DE COMUNICAÇÃO
INSTITUCIONAL
2025



SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

Missão

Fortalecer a imagem e identidade/marca da Unilab como universidade interiorizada e internacional de valor social, atuando de forma integrada junto aos diversos públicos da comunidade acadêmica e da sociedade, por meio de estratégias e soluções de comunicação diversas que publicizem as ações de ensino, pesquisa e extensão.

Visão

Ser reconhecida como setor estratégico e de referência em comunicação institucional

Valores

Integração; Cooperação; Pluralismo; Transparência; Autonomia; Ética; Impessoalidade; Eficiência; Equidade; Atuação estratégica.



SUMÁRIO

	Pág.
1. Apresentação.....	5
2. Produção de Conteúdos.....	7
3. Redes Sociais.....	12
4. Publicidade	18
5. Audiovisual e Eventos.....	23
6. Administrativo.....	27
7. Imprensa.....	30

1

APRESENTAÇÃO

A Secretaria de Comunicação Institucional (Secom) tem como responsabilidade principal gerir, de forma estratégica, o planejamento e a execução dos serviços de comunicação institucional da Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira (Unilab). Assim, a Secom tem um papel estratégico na produção da comunicação pública com foco na elaboração de produtos de comunicação que possam promover o fortalecimento e preservação da imagem institucional, perante os públicos internos e externos.

O Relatório de Gestão da Secom 2025 apresenta a síntese das ações, atividades e resultados alcançados ao longo do ano, refletindo o esforço institucional empreendido para o fortalecimento da comunicação pública universitária.

O ciclo de gestão contemplado por este relatório foi marcado por mudança de coordenação (abril e julho), reorganização do organograma do setor e com a implantação e consolidação, já no final do ano, de novas seções estratégicas vinculadas à coordenação, a saber a Seção de Apoio Administrativo e a Seção de Comunicação e Audiovisual.

Os resultados presentes nesse relatório se relacionam diretamente com as atividades dos núcleos da Secom (jornalismo, publicidade, audiovisual e administrativo), focado em seus resultados principais, envolvendo a produção de conteúdos noticiosos, publicações e métricas das redes sociais, artes produzidas, coberturas de eventos, documentos publicados, entre outros.

Por fim, o presente documento tem o objetivo de apresentar as atividades desenvolvidas na Secom no ano de 2025, com foco principal nos resultados e no comprometimento da equipe em sempre fazer o melhor para o cumprimento da missão institucional da Secom.



2

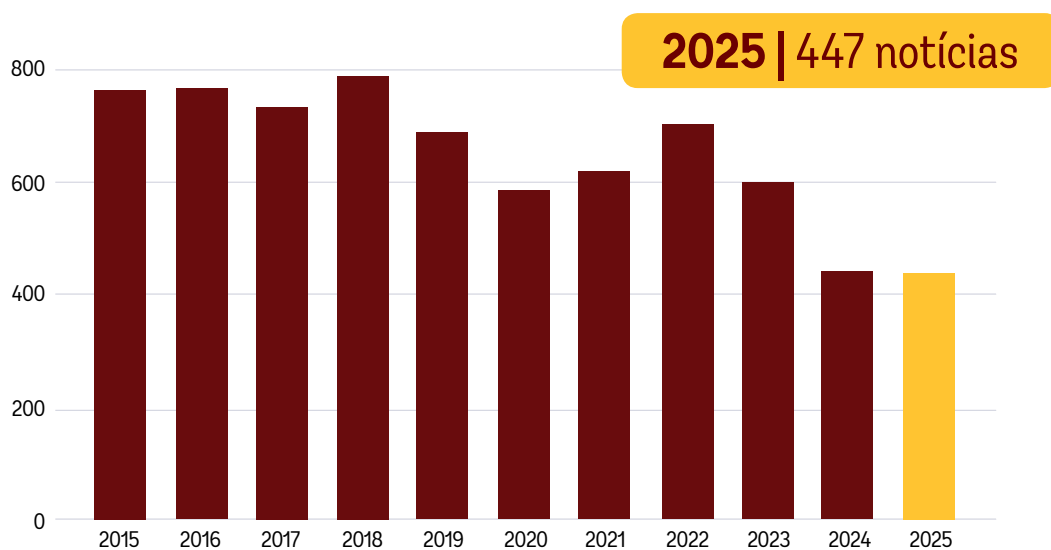
PRODUÇÃO DE CONTEÚDOS

A Secom realiza a criação de conteúdos que incluem notícias, comunicados, materiais gráficos, vídeos e campanhas, elaborados de maneira articulada para informar, destacar as iniciativas institucionais e consolidar a comunicação pública da Universidade. As produções seguem parâmetros de importância, objetividade e coerência com a identidade institucional, ampliando a difusão das informações nos meios oficiais.

2.1 Notícias publicadas no portal

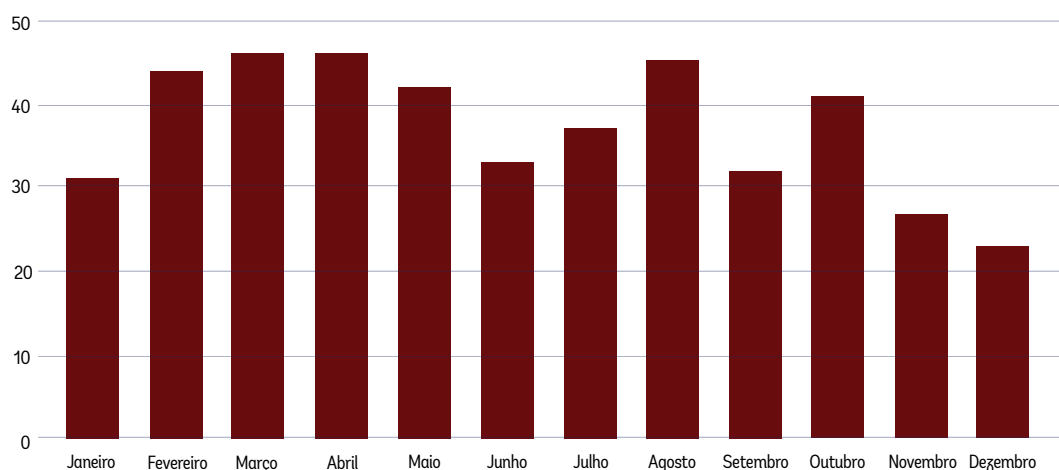
2.1.1 Progressão de matérias jornalísticas (2015-2025)

Entre 2015 e 2025, a produção e progressão de matérias jornalísticas da Secretaria de Comunicação Institucional (Secom) manteve relativa estabilidade, marcada por uma linha contínua de fortalecimento da comunicação pública e institucional. A Secom buscou equilibrar a expansão dos canais digitais com a manutenção de formatos tradicionais, garantindo consistência na divulgação de informações oficiais e na cobertura jornalística das ações institucionais. Essa estabilidade reflete tanto a adaptação às novas tecnologias quanto a preservação de práticas consolidadas, assegurando que a progressão das matérias jornalísticas se mantivesse alinhada às exigências legais e às demandas sociais de informação.



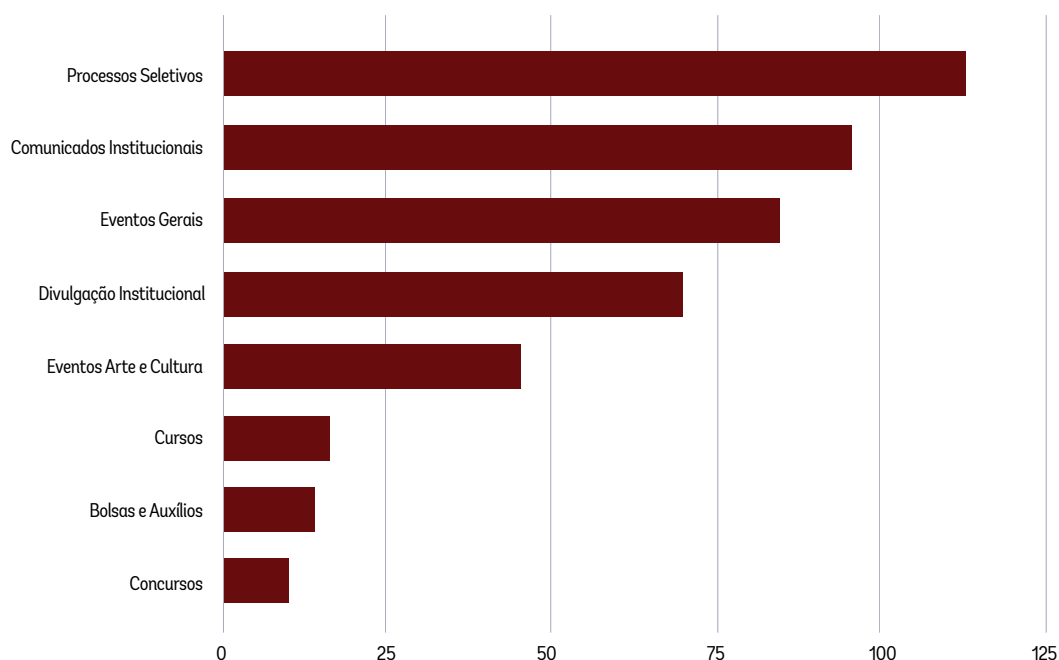
2.1.2 Produção ao longo do ano:

A análise mensal revela uma evolução progressiva da produção nos meios dos semestres de 2025, com crescimento mais acentuado a partir do mês de fevereiro, período que coincide com o início do ano letivo e a ampliação da cobertura das atividades institucionais. Destacam-se os meses de abril e agosto, configurando os picos de produção no exercício. Confira o gráfico:



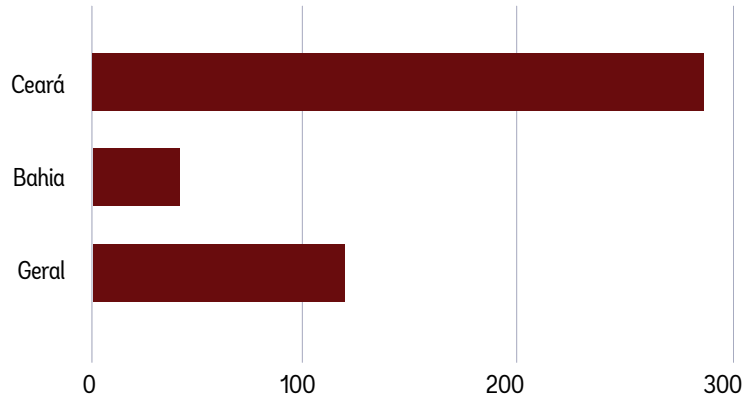
2.1.3 Principais Temáticas das matérias jornalísticas:

As matérias jornalísticas da Secretaria de Comunicação Institucional (Secom) se concentraram em três grandes temáticas: processos seletivos, voltados à divulgação de oportunidades e editais públicos; comunicados oficiais, que asseguram transparência e informam sobre decisões administrativas e normativas; e eventos institucionais, que registram e promovem atividades de interesse público e ações da Universidade. Esses eixos estruturam a comunicação da Secom, garantindo que a sociedade tenha acesso a informações claras.



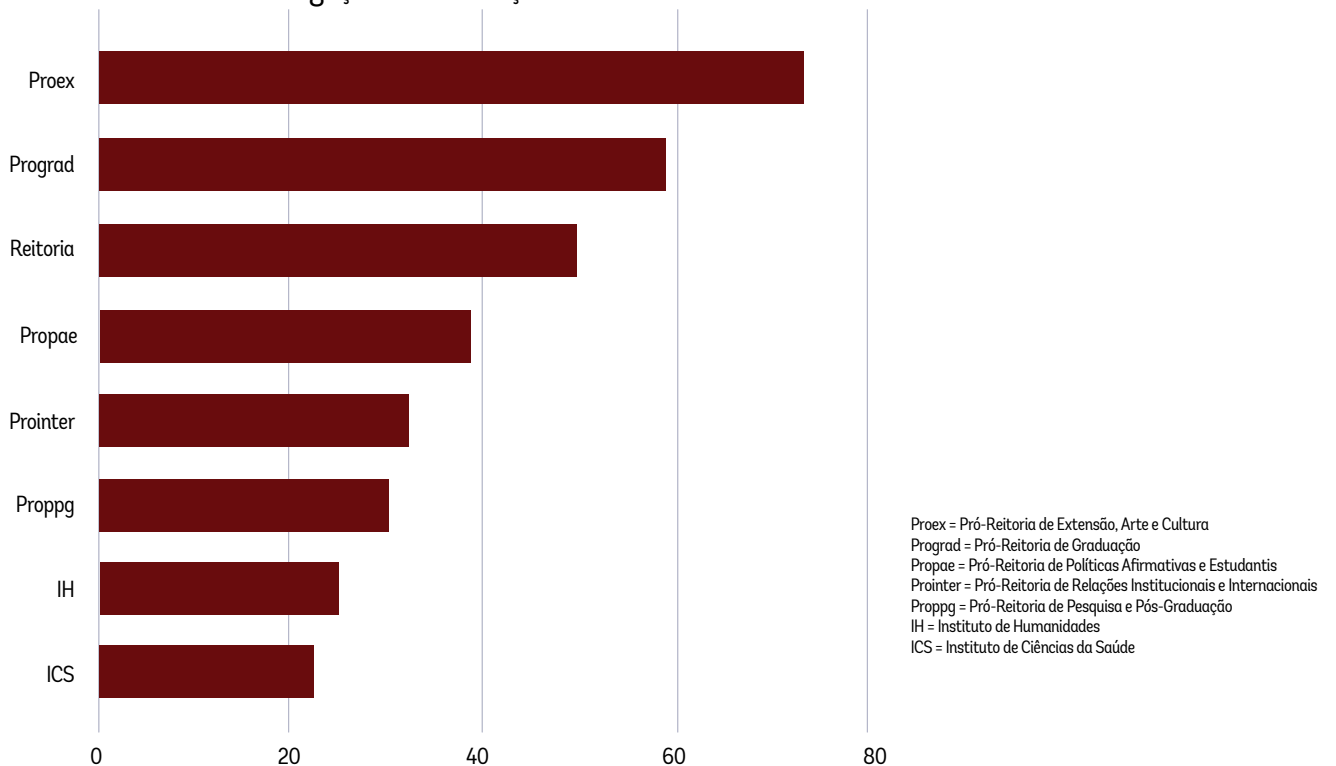
2.1.4 Notícias divididas por Região:

A concentração das notícias divulgadas pela Secretaria de Comunicação Institucional (Secom) apresenta uma distribuição regional desigual, com maior volume registrado no Ceará, onde há predominância de comunicados e coberturas de eventos institucionais por concentrar mais cursos acadêmicos e atividades, e menor incidência na Bahia, que aparece com participação reduzida no conjunto das matérias.



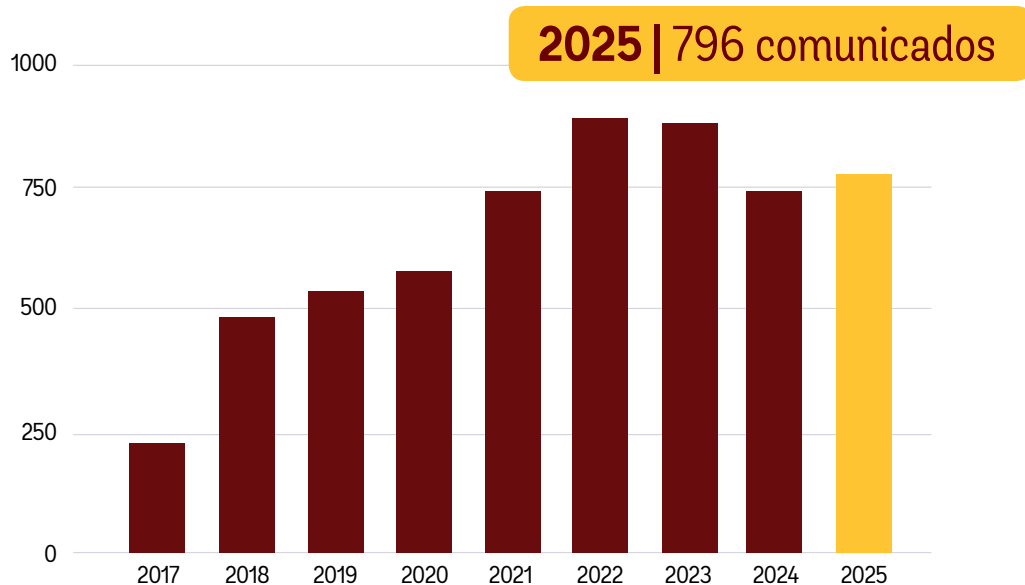
2.1.5 Setores que mais solicitaram matérias jornalísticas

Os setores que mais demandaram matérias jornalísticas foram a Proex, a Prograd e a Reitoria, que se destacaram como os principais solicitantes. Esses órgãos concentraram grande parte das solicitações, evidenciando sua relevância institucional e a necessidade constante de divulgação de suas ações e iniciativas.

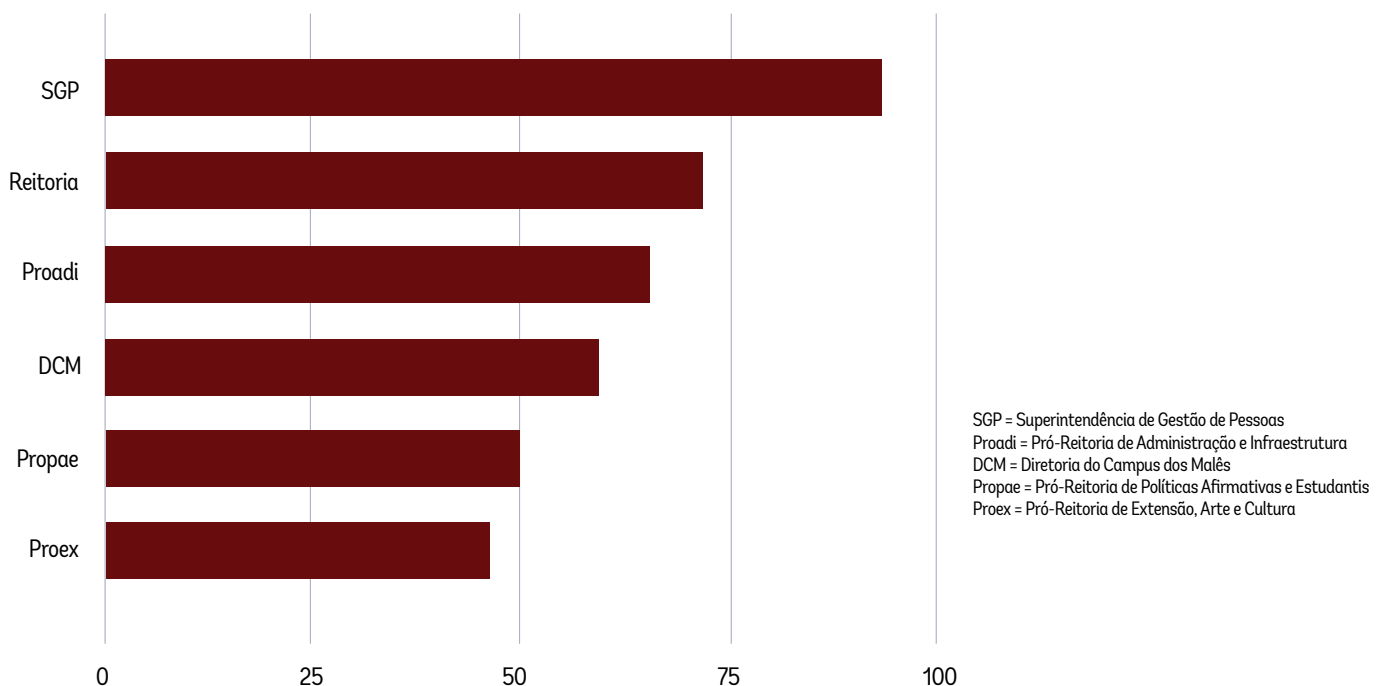


2.2 Comunicados Institucionais enviados (2017-2024):

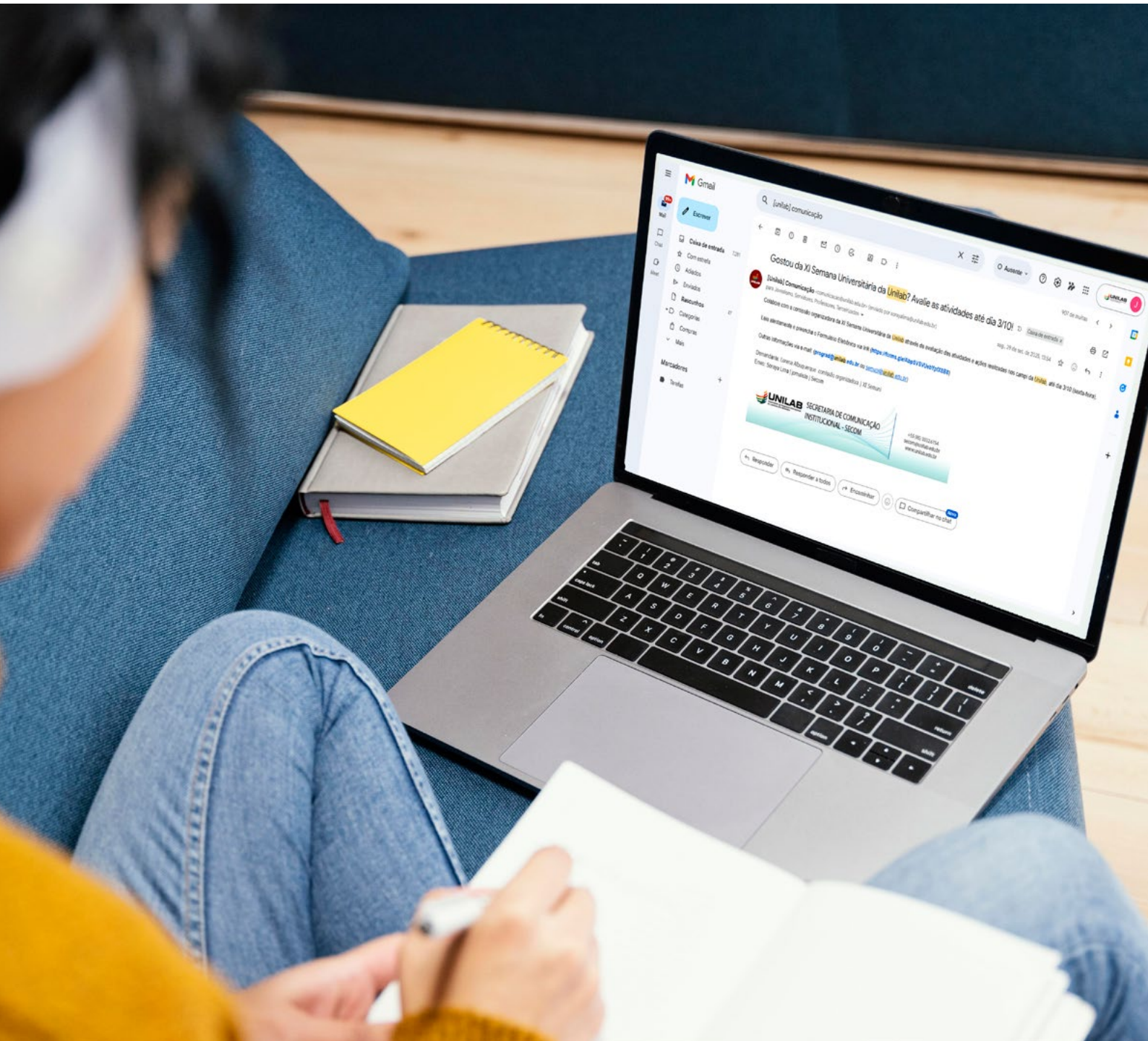
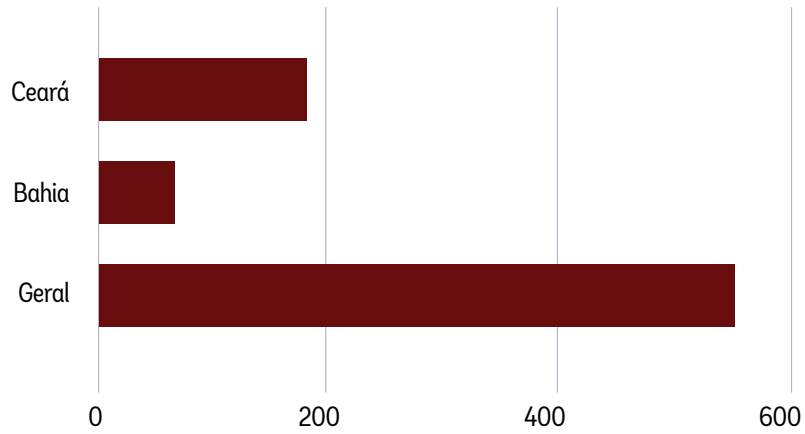
A concentração das notícias divulgadas pela Secretaria de Comunicação Institucional (Secom) apresenta uma distribuição regional desigual, com maior volume registrado no Ceará, onde há predominância de comunicados e coberturas de eventos institucionais por concentrar mais cursos acadêmicos e atividades, e menor incidência na Bahia, que aparece com participação reduzida no conjunto das matérias.



2.2.1 Principais setores que solicitaram comunicados jornalísticos



2.2.2 Comunicados divididos por regiões



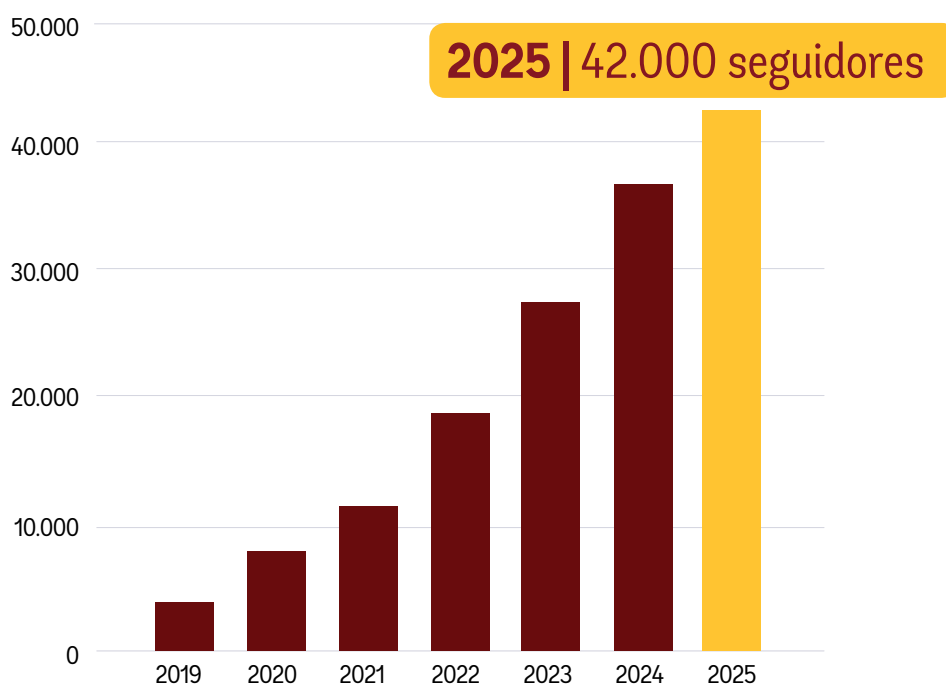
3

REDES SOCIAIS

Neste tópico, discute-se o uso das redes sociais como canais estratégicos de comunicação da Unilab. A Universidade tem no Instagram sua principal plataforma de divulgação institucional, complementada pelo Facebook, onde os conteúdos do Instagram são replicados, e pelo YouTube, voltado à publicação de vídeos institucionais e materiais audiovisuais. No final de 2025, a Unilab passou a utilizar também o Whatsapp como meio de comunicação, criando o Canal Oficial da Unilab na plataforma, e conseguindo já em seu primeiro mês quase 2 mil seguidores.

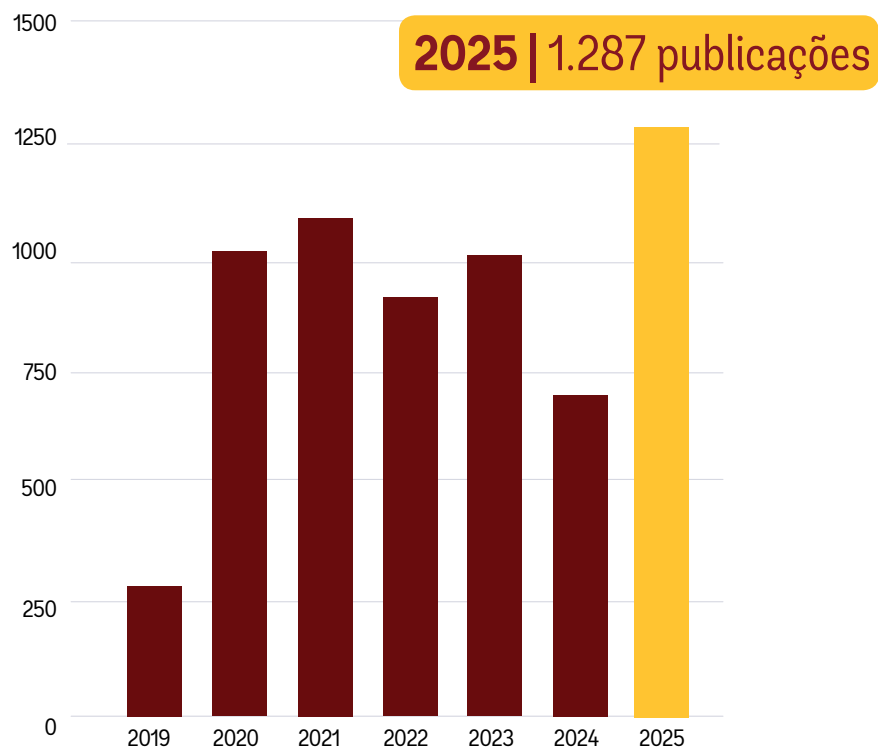
3.1 - Instagram

3.1.1 Seguidores do Instagram



3.1.2 - Publicações no Feed, Stories e Reels do Instagram:

Ao longo do ano foram publicadas mais de 1.287 postagens no Instagram, dentre vários tipos de publicações (feed, stories e reels), predominando a postagem para os stories.



3.1.3 – Visualizações e contas alcançadas:

Em 2025, a conta oficial da Unilab no Instagram registrou um desempenho expressivo, alcançando **mais de 5 milhões de visualizações** em seus conteúdos e impactando diretamente e indiretamente **421.683 contas** nesta plataforma. Esses números evidenciam a relevância e o alcance das ações de comunicação da universidade, demonstrando a capacidade de engajamento com a comunidade acadêmica e externa, além de reforçar o papel estratégico das redes sociais na divulgação das atividades institucionais, científicas e culturais da Unilab.

3.1.4 Publicações mais vistas:



1º - Reels em comemoração aos 15 anos da Unilab (51,1 mil visualizações)



2° - Reels de divulgação do canal de WhatsApp da Unilab (25,1 mil visualizações)

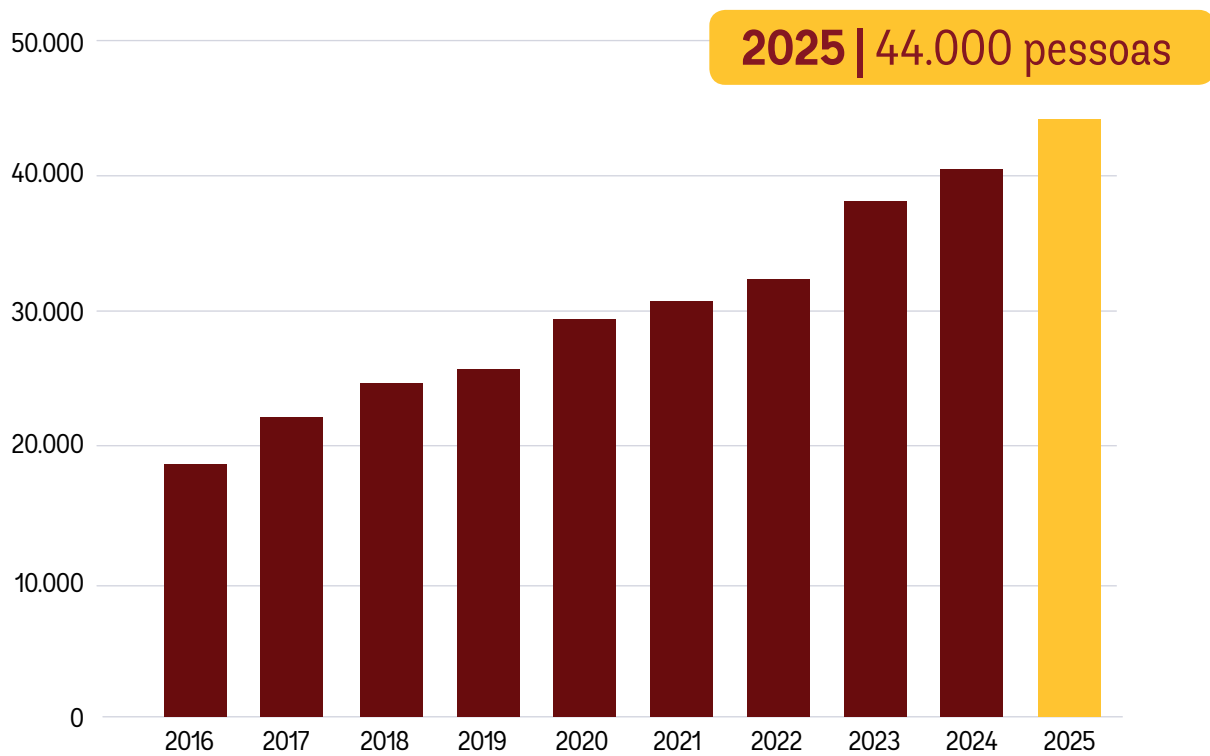


3° - Chamada do "Que Curso é Esse?" do curso de Humanidades/CE (19,5 mil visualizações)

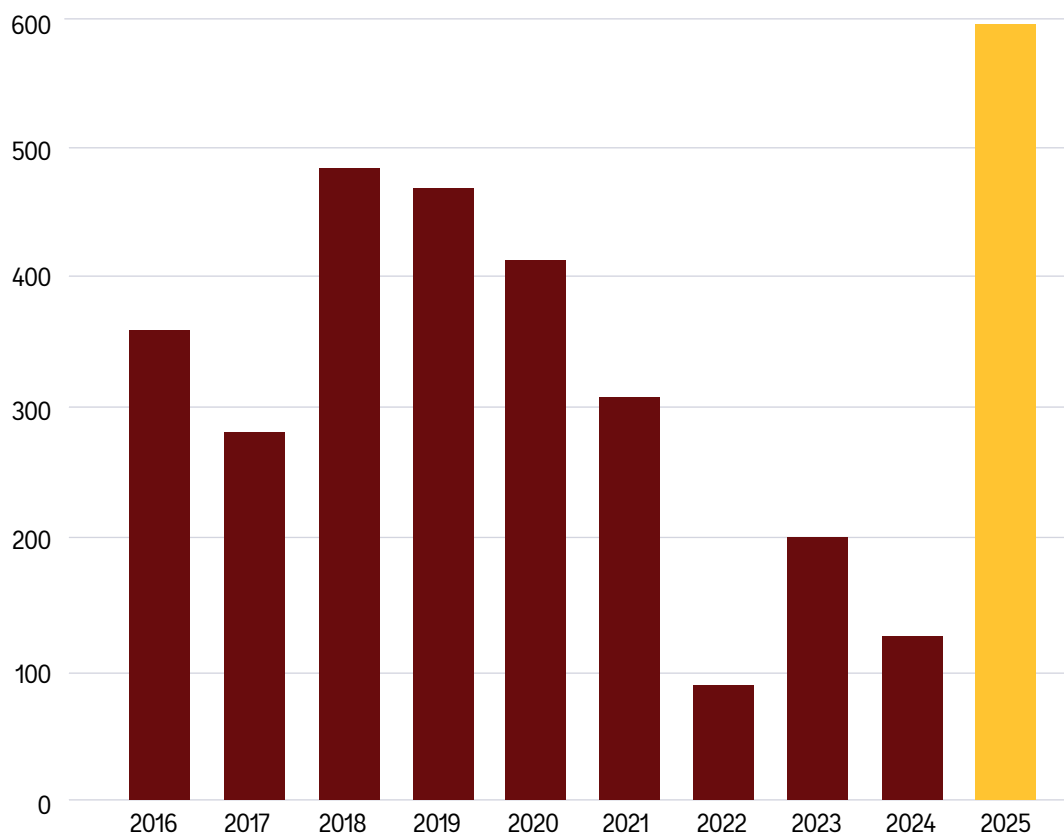
3.2 - Facebook

As publicações nas redes sociais têm sido planejadas prioritariamente para o Instagram, plataforma que concentra maior engajamento e alcance junto ao público acadêmico e externo. Após a produção e veiculação inicial nesse canal, os conteúdos são repostados no Facebook, ampliando a difusão das informações e garantindo que diferentes perfis de usuários tenham acesso às ações, eventos e campanhas institucionais. Essa estratégia fortalece a presença digital da universidade e otimiza o uso das redes sociais como instrumentos de comunicação pública. No caso do ano de 2025, o número de publicações no Facebook foi mais expressivo, pois foram replicados mais conteúdos do tipo stories advindos do Instagram nessa rede social.

3.2.1. Alcance direto - Total de curtidores da página

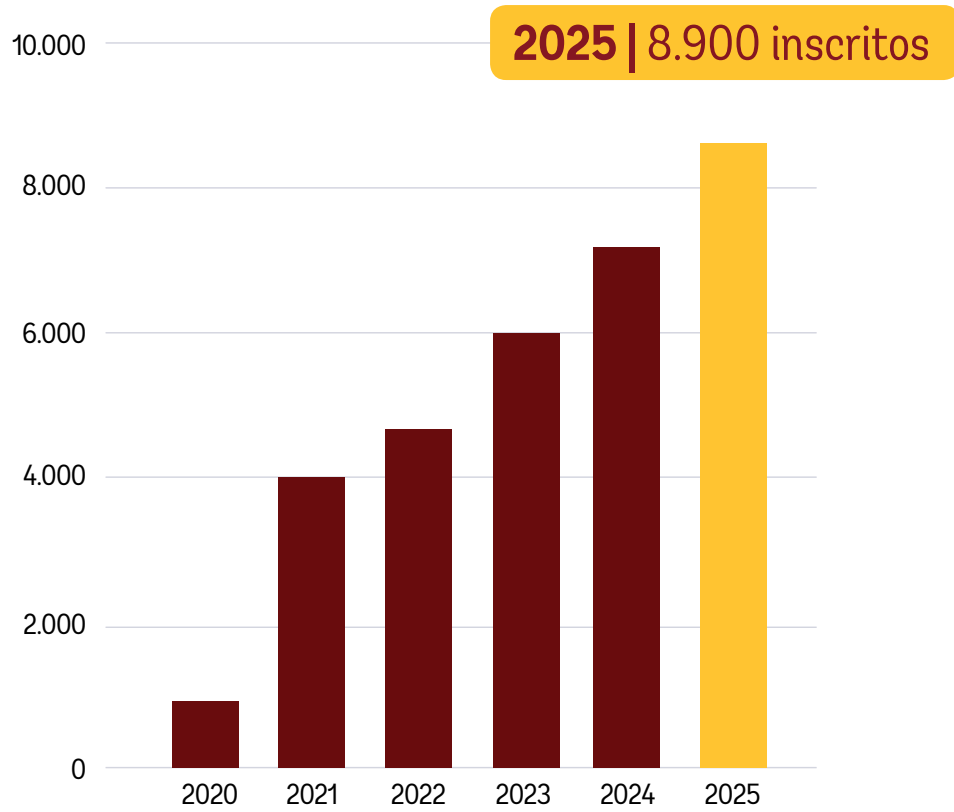


3.2.2. Publicações no Facebook em 2025:

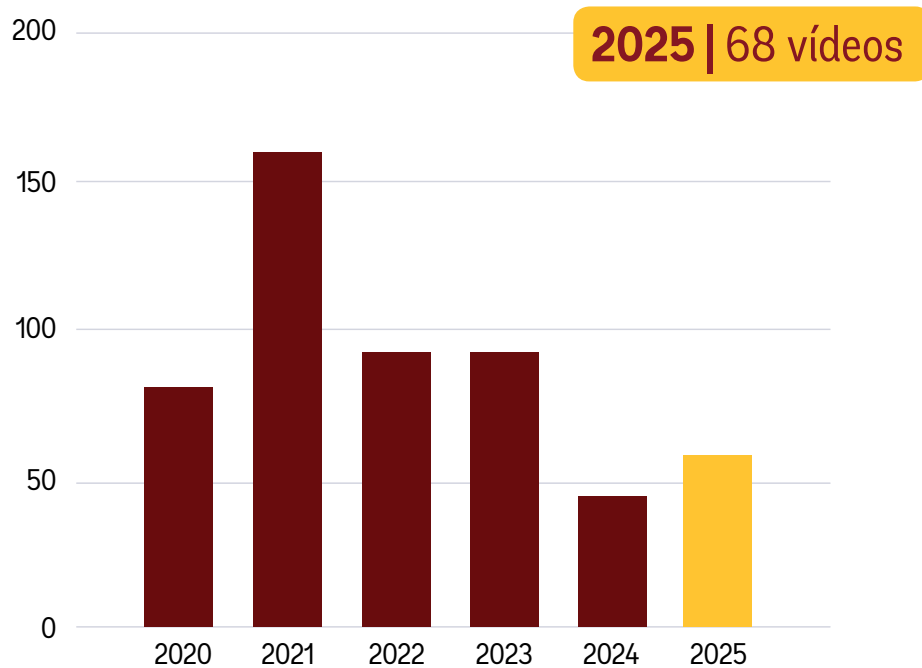


3.3 - Youtube

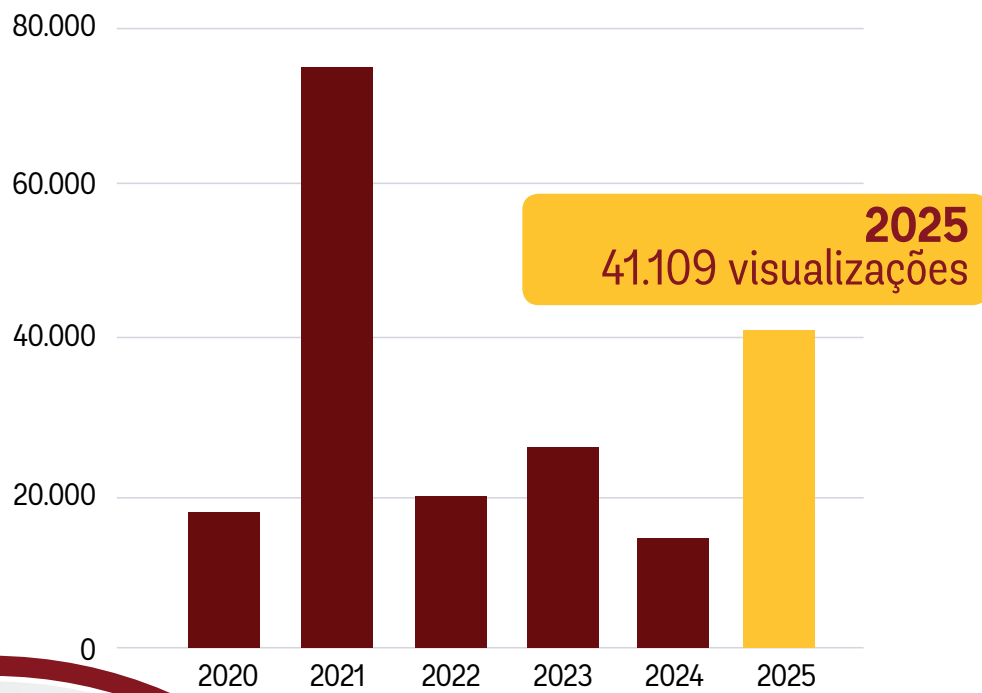
3.3.1 - Número de inscritos no canal



3.3.2 - Número de vídeos postados



3.3.3 - Número de visualizações totais

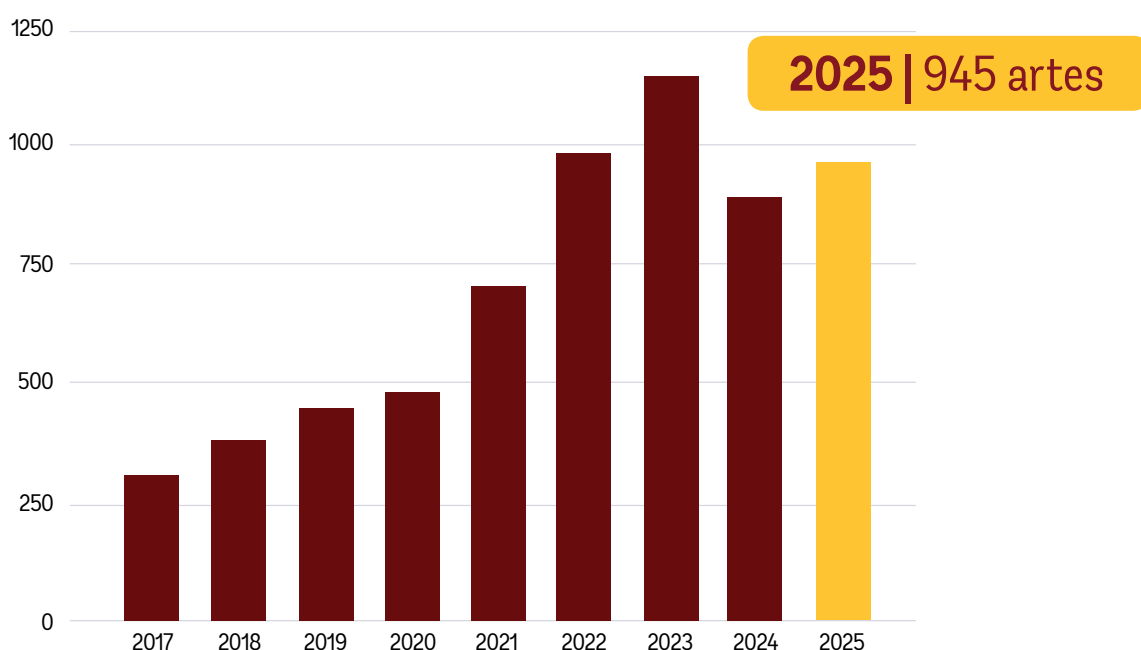


4

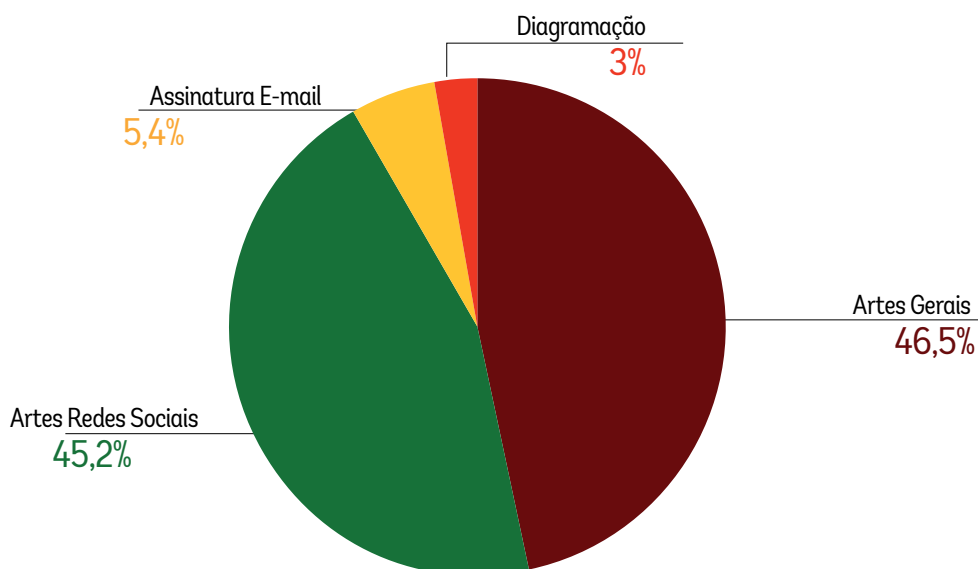
PUBLICIDADE

A Comunicação Visual compreende as ações voltadas à criação de materiais gráficos digitais e impressos destinados a apoiar eventos, campanhas institucionais, atividades acadêmicas e administrativas, bem como a padronização da identidade visual da universidade. As demandas atendidas nesse eixo contribuem para a divulgação das ações institucionais, a sinalização de espaços e o fortalecimento da imagem institucional.

4.1 Quantidade de artes solicitadas em 2025:

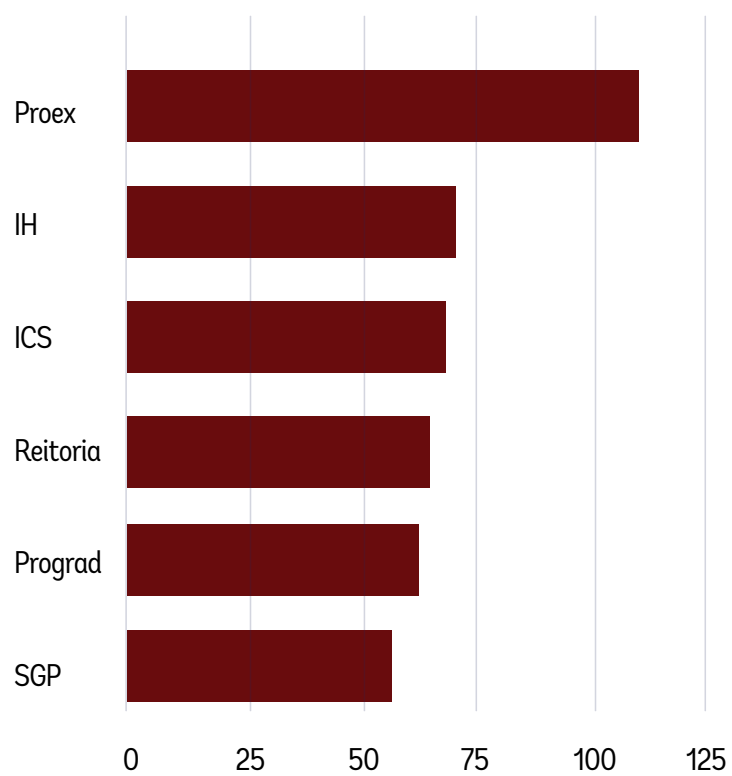


4.2 Principais formatos de arte solicitados:





4.3 Principais demandantes de artes



4.4 Principais Peças Publicitárias de 2025:

15 anos
UNILAB
Universidade de Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira

Se seus sonhos estiverem nas nuvens, não se preocupe, pois eles estão no lugar certo; agora construa as alicerces.
Dalai Lama

Janeiro 2026

D	S	T	Q	Q	S	S
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

01 - confraternização Universal (Feriado Nacional)
07 - Dia da Liberdade dos Cultos
18 - Dia da Universidade
28 - Dia de São Gonçalo (Feriado São Francisco do Conde)
29 - Dia da Visibilidade Trans

PSEI 2026
Processo Seletivo de Estudantes Internacionais

Unilab adia para 28/11 o resultado definitivo da avaliação de históricos do PSEI 2026
O resultado final do certame está previsto para publicação no dia 15 de dezembro

BOAS FESTAS

2026 está chegando! Hora de renovar as esperanças e fortalecer laços, mas também momento de agradecer a toda a comunidade acadêmica pela parceria e resiliência. Que este tempo de celebrações natalinas inspire novos projetos e superações em busca do sucesso da nossa universidade. **Feliz Natal e um próspero Ano Novo!**

RUs Ceará:
veja funcionamento nos dias 19 e 20 de novembro

No dia 19 de novembro, quarta-feira, o RU do Campus da Liberdade não servirá almoço, em virtude do desligamento programado de energia. Os demais RUs (Auroras e Palmares) funcionarão normalmente no horário do almoço.

No jantar do dia 19/11, haverá funcionamento normal em todos os RUs do Ceará.

Já em 20 de novembro, Dia da Consciência Negra, feriado nacional, os RUs estarão fechados.

Palestra
Ecos do Índico: O Islã em narrativas visuais e literárias moçambicanas, questões iniciais

Data: 21 de novembro de 2025 | Horário: das 9h às 11h
Modalidade: Encontro online com transmissão ao vivo no YouTube (@fannylonga7042)

Palestrante: Dra. Fernanda Gallo
Pesquisadora a filiada ao CEA/UEM e ao CEsA/U-Lisboa

Debatador: Dr. Walter Lippold
UFRGS

Mediadora: Dra. Fanny Longa Romero
Unilab

#Notícia
Nesta sexta (19), a Unilab celebra o Dia da Mulher São-Tomense

Convite para o

Natal Solidário GEDIFE

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE DA INTEGRAÇÃO INTERNACIONAL DA LUSOFONIA AFRO-BRASILEIRA

O Rector da Universidade de Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira - Unilab, no uso de suas atribuições legais e tendo em vista a Resolução CONSEPE/UNILAB Nº 271, de 02 de outubro de 2025, conforme aprovado na 18ª Sessão Ordinária do Conselho de Ensino, Pesquisa e Extensão da Unilab, em 17 de fevereiro de 2025, concede o título de: **Notório Saber em Artes, Ofícios e Tecnologias Tradicionais à**

MARIA DO SOCORRO FERNANDES CASTRO - MESTRA MARIA DO SOCORRO
Lisbengua Quilombola. Guia da dança de São Gonçalo, Mestre da Medicina Tradicional, de nacionalidade brasileira, natural do Estado do Ceará, nascida em 15 de agosto de 1985, portadora do título de Identidade de gênero 20202073400, o entregue-lhe o presente certificado, em reconhecimento à sua contribuição por guardar, criar e transmitir os saberes da cultura popular e tradicional

Pedagogia - CE, 19 de agosto de 2025.

RICARDO DO NASCIMENTO ALBUQUERQUE Rector da Unilab
MARIA DO SOCORRO FERNANDES CASTRO Mestre das Artes, Ofícios e Tecnologias Tradicionais
RICARDO OSSAGÓ DE CARVALHO Pró-Rector da Ciência, Arte e Cultura da Unilab

III Semana de História
Tema: África-Brasil - ensino, política e sociedade

Dia 20/8, às 14h
Mesa-redonda - PIBID e Formação Docente: desafios e caminhos para aprendizagem em História
Prof. Dr. Alan Cerqueira (Instituto Luiz Viana Neto - São Francisco do Conde)
Prof. Rosa Laura Chagas (Colégio Teodoro Sampaio - Santo Amaro) - supervisores PIBID História;
Profa. Dra. Idalina Freitas (Unilab e Coordenadora do Subprojeto História - Malês)

Local: Auditório Campus dos Malês, Unilab/Ba

PIBID

1º Seminário de boas práticas do PIBID 2024-2026

3º Encontro: O compromisso social e a valorização dos profissionais de educação

Dia: 15/08/2025 - Sexta-feira
Horário: 14h às 16h

#Notícia
Escola de Samba Império Ideal terá a Unilab como tema central no seu desfile de carnaval de 2025

Licenciatura em História
Estágio Supervisionado III

Roda de conversa
A reforma do ensino médio e a nova BNCC: impactos na formação e atuação de professores na educação básica

10 de setembro - 19h
Link de acesso: <https://meet.google.com/wap-mjpe-bt>

Prof.ª Dr.ª Renata Peres Barbosa (UFRP)

Mediação: Prof. Dr. Fábio Eduardo Cressoni (Unilab)

08 de outubro
Dia do Pedagogo

03 de outubro
Dia do Engenheiro de Energia

PIBEAC
Programa de Bolsas de Extensão em Artes e Cultura

DÚVIDAS:

AVALIAÇÃO DE PROJETOS NO PROGRAMA DE BOLSAS DE EXTENSÃO DE EXTENSÃO, ARTE E CULTURA - PIBEAC

PERGUNTAS E RESPOSTAS

Realização - Gr [illegible] - 2025

PLANO DE INTEGRIDADE UBUNTU

3ª edição
2025 – 2030



1º Seminário de Permanência Estudantil da Unilab

Retenção no Ensino Superior:
Desafios e Estratégias para a Permanência

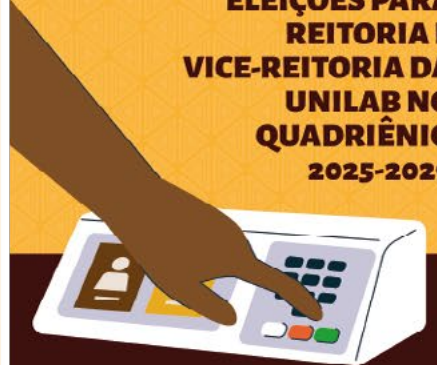
dia 28/10 (terça)
Auditório Campus da Liberdade

transmissão ao vivo
pelo Youtube
da Unilab



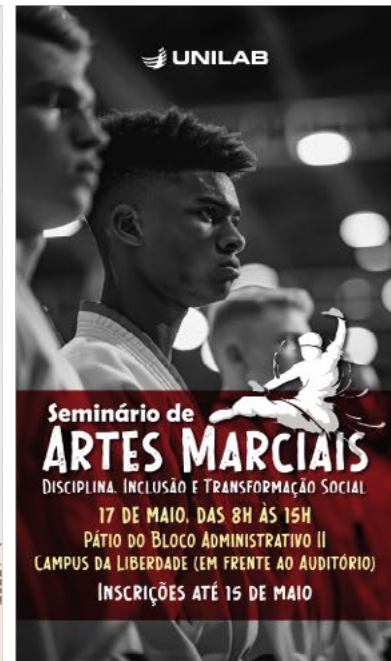
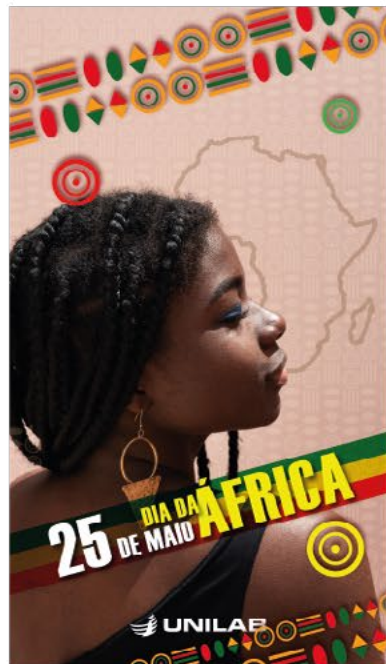
UNILAB

ELEIÇÕES PARA REITORIA E VICE-REITORIA DA UNILAB NO QUADRIÊNIO 2025-2029



Um guia com tudo que
você precisa saber

UNILAB



CEAC | PROEX | UNILAB

EXTENSÃO E CURRICULARIZAÇÃO NA EDUCAÇÃO SUPERIOR BRASILEIRA E NA UNILAB: CARTILHA EXPLICATIVA

PROINTER | UNILAB

IV SEMINÁRIO DE INTERNACIONALIZAÇÃO UNIVERSITÁRIA

5 e 6 Nov

Redes e parcerias estratégicas para potencializar a atuação internacional da Unilab

Evento parcialmente presencial e virtual
Confira a programação completa!
Mais informações: prointer.unilab.edu.br

20/NOVEMBRO

DIA DA CONSCIÊNCIA NEGRA

A data rememora a morte de Zumbi dos Palmares, líder quilombola que lutou contra a escravidão no país. Esse momento serve como reflexão, denúncia e mobilização por justiça racial.

UNILAB

Atenção, candidatos(as) ao SISU da Unilab!

A publicação do edital da Lista de Espera está prevista para março de 2025

UNILAB

Candidatos convocados,

Atenção ao período de pré-matricula: de 28/jan (a partir das 15h) a 31/jan (até as 16h) - Ceará e Bahia

corregedoria | UNILAB

ABANDONO DE CARGO E INASSIDUIDADE HABITUAL

Conceitos, Fundamentação Legal, Procedimentos e Consequências

PROEX | UNILAB

Edital de Bolsas

IX FESTIVAL DAS CULTURAS UNILAB

Inscrições Homologadas em caráter preliminar

Prazo para recurso: 07/Out

Consulte o cronograma do edital

CARTILHA ACÚMULO DE CARGOS PÚBLICOS

corregedoria | UNILAB

28 Junho

Dia do Orgulho LGBTQIAPN+

A sigla faz menção a:

Lésbicas, Gays, Bissexuais, Transexuais, Transgêneros, Queer, Intersexo, Assexuais, Agêneras, Pansexuais, Não-Binárias e outras Identidades e Orientações não mencionadas diretamente

8 DE MARÇO

feliz dia internacional da mulher

FALA, UNILAB

EPISÓDIO 1 COM GIANCARLO VECCHIA

VENHA PARTICIPAR DO NOSSO PRÓXIMO LIVE + UNILAB

LIVE - 5 DE MAIO (SEGUNDA) - 19H YOUTUBE (CANAL DA UNILAB)

que curso é esse?

Licenciatura em Ciências Sociais

UNILAB

5

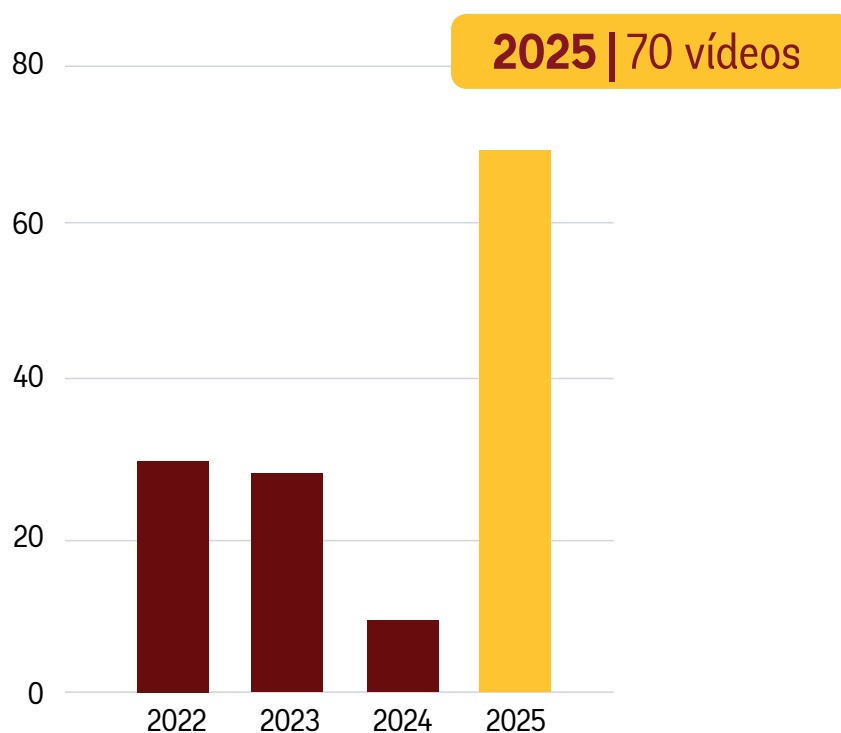
AUDIOVISUAL E EVENTOS

A seção referente ao Audiovisual e Apoio a Eventos descreve as iniciativas realizadas pela Secom para dar suporte às atividades institucionais da Unilab. Entre as ações estão a produção e edição de material audiovisual (fotos e vídeos), suporte em transmissões, divulgação prévia dos eventos, cobertura jornalística com produção de notícias posteriores, fornecimento de materiais institucionais (como pastas, canetas, copos, camisetas e outros itens) e, quando solicitado, a transmissão pelo canal oficial da Unilab no YouTube.

A Secom realizou uma produção audiovisual robusta, por exemplo, com mais de 25 vídeos durante a Semana Universitária de 2025, nos stories do Instagram e nos shorts do YouTube, ampliando o alcance das ações institucionais nas redes sociais. A Secom intensificou também sua atuação em quase 20 bancas de heteroidentificação organizadas pela Sepir, reforçando o compromisso com a equidade e a garantia de políticas afirmativas. Essas práticas contribuem para ampliar o alcance das atividades, garantir a padronização da comunicação e fortalecer a visibilidade da instituição.

5.1 Produção Audiovisual

5.1.1 Produção de vídeos institucionais

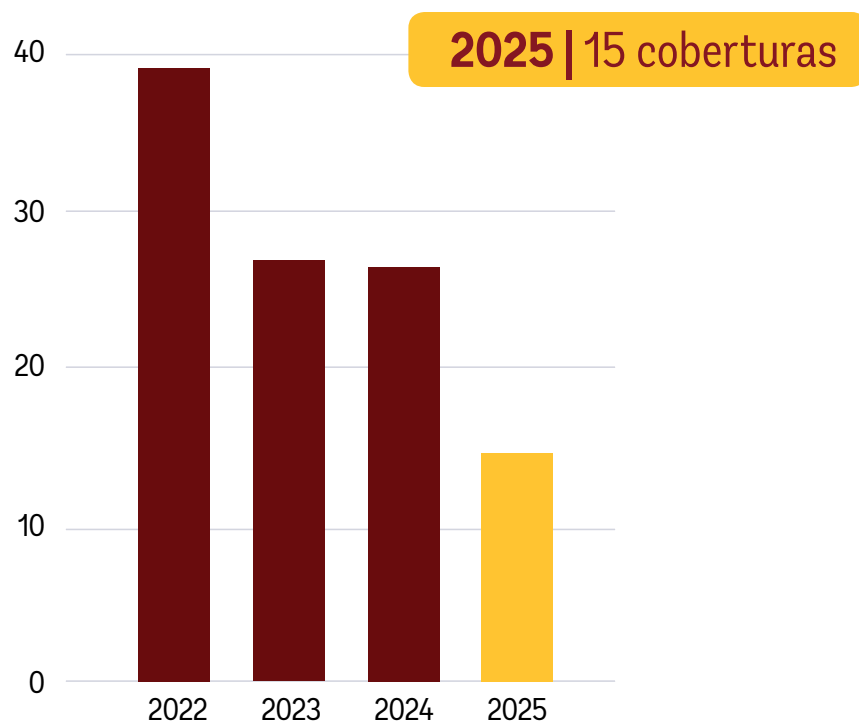


5.1.2 Produções mais lembradas:

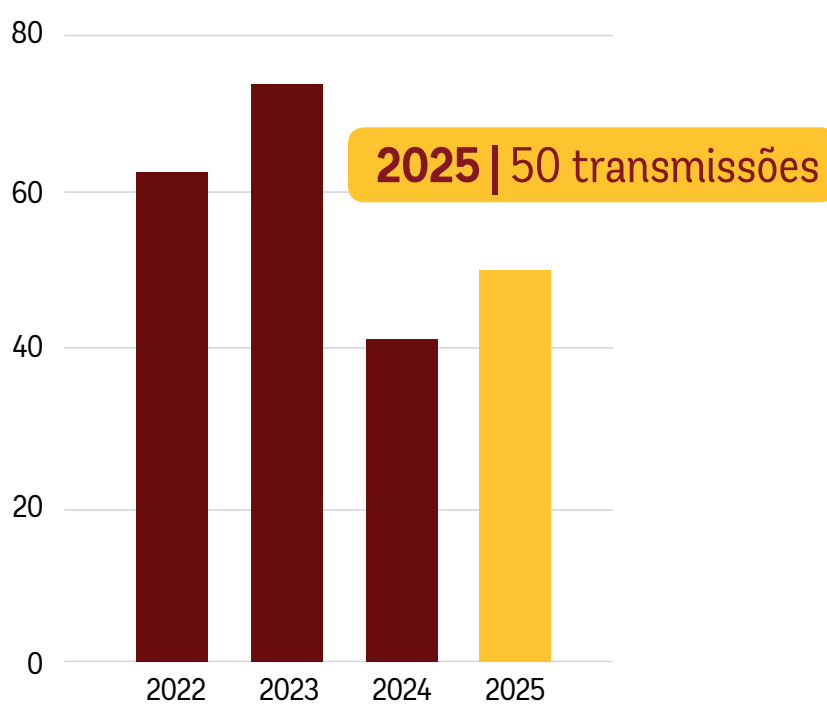


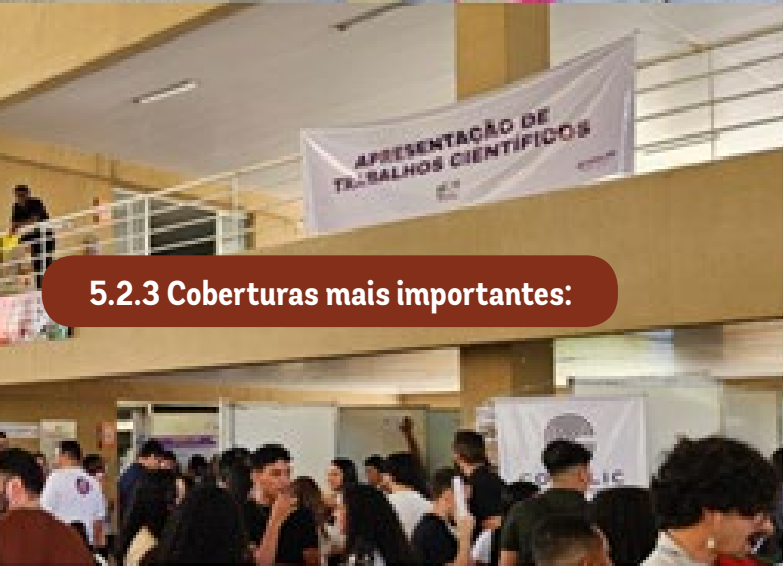
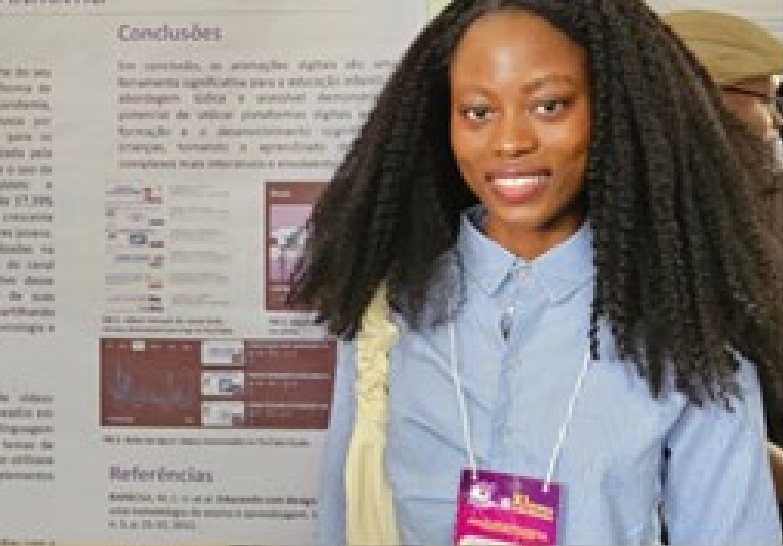
5.2 Eventos

5.2.1 Cobertura fotográfica de eventos institucionais



5.2.2 Suporte de transmissão eventos institucionais





5.2.3 Coberturas mais importantes:



6

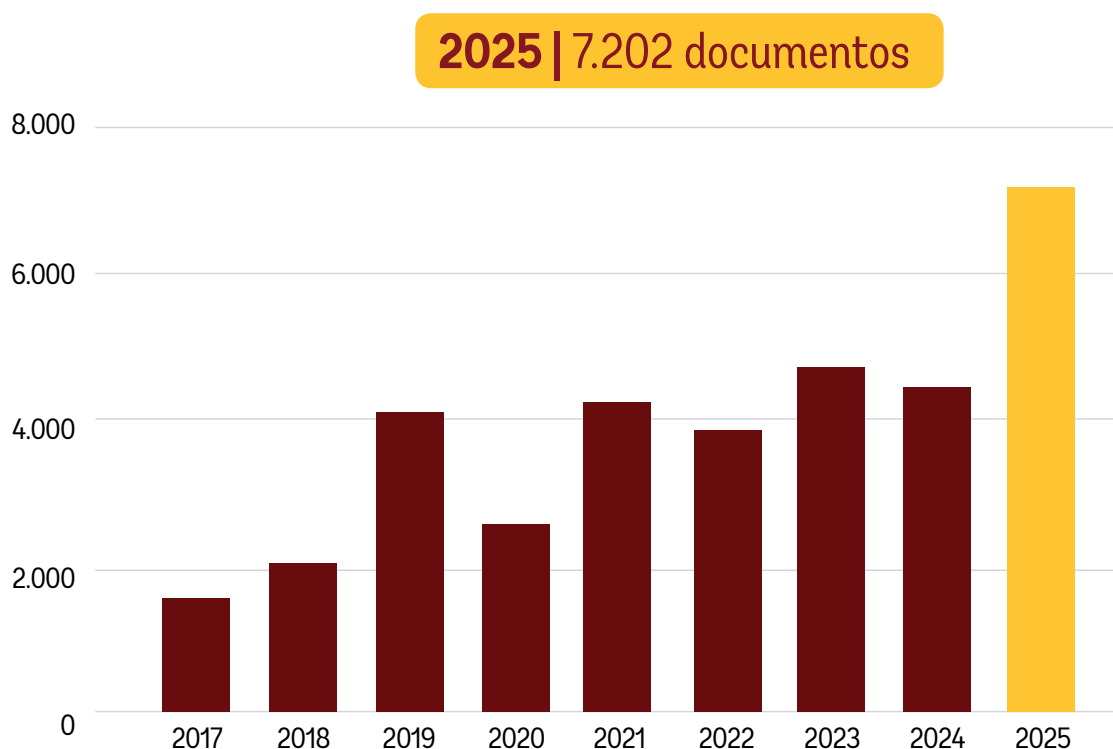
ADMINISTRATIVO

Este item apresenta as atividades complementares desenvolvidas pela Secom ao longo do período avaliado, que, embora não se enquadrem diretamente nas ações finalísticas de comunicação institucional, contribuem de forma estratégica para o funcionamento, a qualificação dos processos, o fortalecimento da gestão e o aprimoramento das competências da equipe.

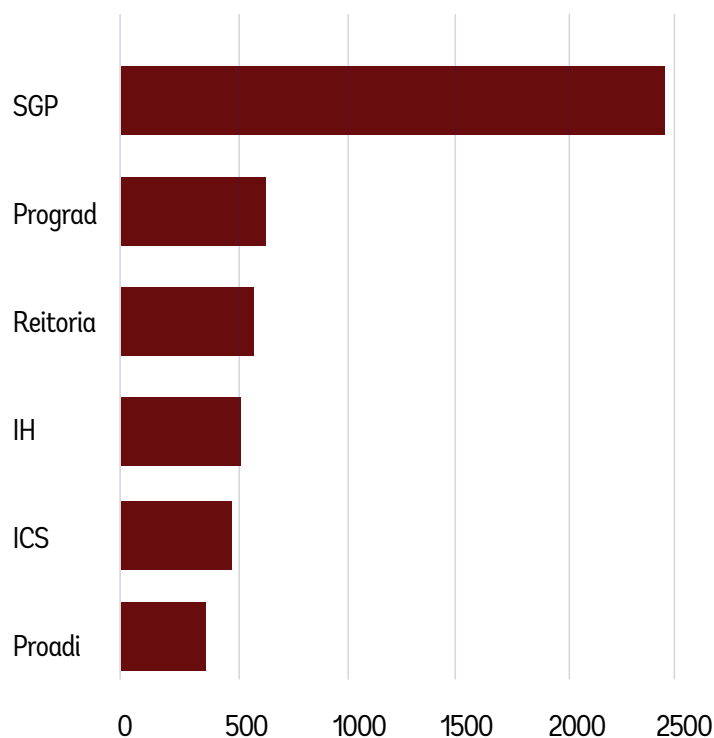
6.1 Publicação dos Documentos Oficiais

A publicação de documentos oficiais no site oficial da universidade constitui prática essencial para assegurar transparência, acesso à informação e cumprimento das normas legais. Por meio dessa disponibilização, a comunidade acadêmica e a sociedade em geral podem acompanhar atos administrativos, editais, regulamentos e demais comunicações institucionais, fortalecendo a credibilidade e a responsabilidade pública da instituição.

6.1.1 Quantitativo de documentos publicados no site em 2025



6.1.2 Principais setores demandantes de publicações no site:



6.2 Contratos

A Secom tem a atribuição de orientar e organizar os processos licitatórios voltados às necessidades da comunicação institucional, atuando desde a formalização das demandas até o envio dos processos aos setores responsáveis, sempre em conformidade com a legislação vigente e as normas internas da Unilab.

No período analisado, a Secom desempenhou atividades relacionadas à elaboração de termos de referência, definição de especificações técnicas, produção de justificativas, estimativas de custos e demais documentos indispensáveis para a correta instrução dos processos, garantindo maior eficiência, transparência e regularidade administrativa.

6.2.1 – Contratos de Serviços Gráficos

Os contratos para prestação de serviços gráficos, referente ao Processo 23282.018730/2024-29 (com vigência de outubro de 2025 a outubro de 2026) visam atender às necessidades de materiais gráficos da instituição.

Seguem dados das despesas com os contratos administrativos de serviços gráficos que foram empenhadas e executadas em 2025:

ITEM	QUANTIDADE	VALOR TOTAL CONTRATADO
Crachá Funcional	120	R\$ 549,60
Adesivos Institucionais	150	R\$ 600,00
Banners Institucionais	10	R\$ 400,00
Cartazes Institucionais	100	R\$ 250,00
Faixas Institucionais	8	R\$ 720,00
Camisas	700	R\$ 10.500,00
Canetas Institucionais	1000	R\$ 2780,00
Ecobags	500	R\$ 3.900,00
Bloco de Notas Institucionais	1000	R\$ 2.180,00
Crachás Institucionais	500	R\$ 310,00
Marca Página	500	R\$ 140,00
Pastas Institucionais	500	R\$ 480,00
Calendários	600	R\$ 3.042,00
Envelopes Institucionais	500	R\$ 155,00
TOTAL		R\$ 26.006,60



7

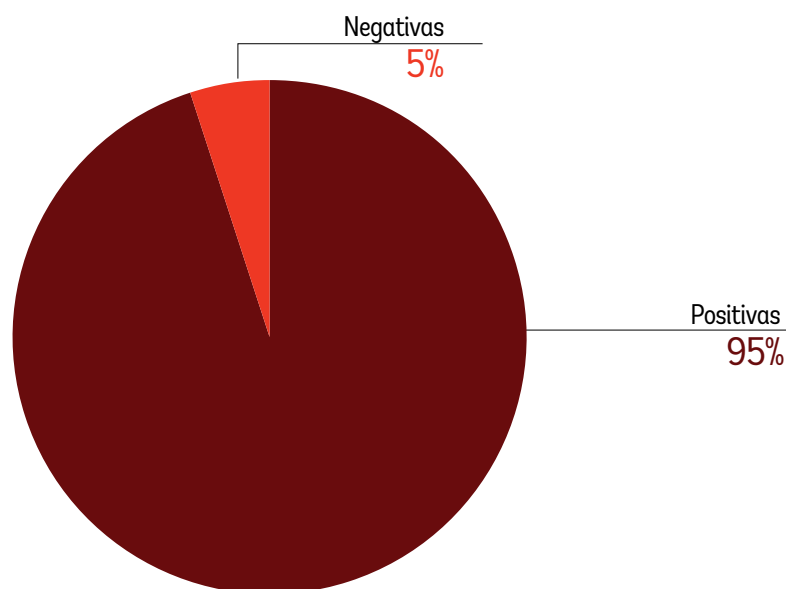
IMPRENSA

7.1 Clipping

Neste item, são apresentados dados referentes ao clipping, compreendido como o monitoramento, registro e análise das matérias veiculadas na imprensa sobre a Unilab. No total, foram **439 notícias clipadas**, evidenciando ampla presença da Unilab nos veículos de comunicação.

O clipping também é importante porque permite que a instituição fique atenta a possíveis fatos capazes de desencadear crises de imagem e, a partir disso, desenvolver estratégias que eliminem o problema ou ajudem a controlá-lo. Além do mais, quando é feito o investimento em campanhas de comunicação é importante entender quais foram os efeitos para a instituição e, por meio do clipping, é possível compreender e mensurar resultados.

7.2 Tipos de conteúdos das notícias:





SUPERINTENDÊNCIA DE COMUNICAÇÃO

Carlos Henrique Lopes Pinheiro – Superintendente de Comunicação

Seção de Assessoria de Apoio Administrativo

Márcia Maria Bezerra Gomes Cabral – Chefe de Seção

Fabiana Rodrigues Lima – Estagiária

Coordenação de Comunicação Institucional, Assessoria de Imprensa e Relações Públicas

Aristides da Rocha Barbosa – Coordenador de Comunicação

Zola Josefina Kapembe – Estagiária

Seção de Gestão de Comunicação e Audiovisual

Kallyl Welton Pinheiro Barroso – Chefe de Seção

Núcleo de Jornalismo

Camila Queiroz Maciel – Jornalista

Soraya Regina Barros de Lima – Jornalista

Sandra Akemi Narita – Jornalista

Emmanuel Nogueira Ribeiro – Jornalista

Núcleo de Audiovisual

Suyane Albuquerque Spinoza – Técnica de Audiovisual

Vinicius Alves Moraes – Técnico de Audiovisual

Núcleo de Publicidade e Comunicação Visual

Kallyl Welton Pinheiro Barroso – Programador Visual

Marco David Castro da Silva – Publicitário

José Inácio de Souza Júnior – Publicitário



UNILAB

Universidade da
Integração Internacional
da Lusofonia Afro-Brasileira