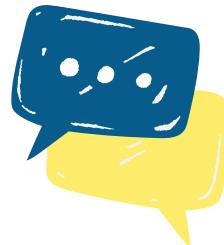


UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
CAMPUS PALMEIRA DAS MISSÕES
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO



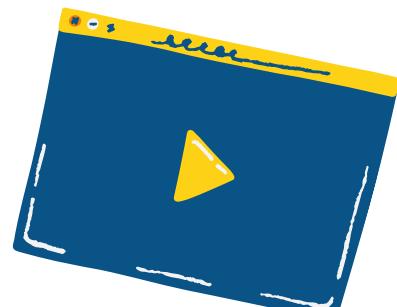
✿ **PLANO DE
COMUNICAÇÃO E
DIVULGAÇÃO UFSM-PM** ✿

2025

Responsável: Isabel Caline Malheiros da Silveira – Relações Públicas

Bolsista: Maria Eduarda Devens

Estagiária: Vanesa Romansin



PALMEIRA DAS MISSÕES
2025



OBJETIVO:

O presente Plano de Comunicação tem como objetivo Desenvolver e implementar uma **estratégia de Comunicação Integrada** para a UFSM *campus* Palmeira das Missões, promovendo a **visibilidade das ações acadêmicas, culturais e sociais**, fortalecendo a relação com a **comunidade interna e externa**, e garantindo a **transparência das informações institucionais**, com foco na construção de uma **imagem positiva** e na **ampliação do engajamento** de alunos, professores, colaboradores e comunidade regional.



PÚBLICO-ALVO da UFSM-PM:



- Acadêmicos e egressos da UFSM-PM;
- Servidores e colaboradores;
- Estudantes do 9º ano e Ensino Médio de Palmeira das Missões, região e país;
- Professores da rede Municipal e Estadual
- Imprensa local e regional
- Empresas parceiras

ATRIBUIÇÕES DA ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO DA UFSM-PM:

► A Assessoria de Comunicação da UFSM Campus Palmeira das Missões é o elo entre a UFSM-PM e a comunidade. Atuamos na produção e divulgação de conteúdos institucionais voltados à comunidade acadêmica e à sociedade em geral.

📌 Nosso trabalho envolve:

- 💻 **Produção de notícias, reportagens e conteúdos informativos;**
- 🎓 **Divulgação científica e acadêmica;**
- 🌐 **Gestão de mídias sociais e do site institucional;**
- 📅 **Cobertura e promoção de eventos;**
- 🎨 **Criação de campanhas de comunicação;**
- 🤝 **Apoio a cursos, setores e projetos de ensino, pesquisa e extensão**

Nosso compromisso é garantir uma comunicação pública, acessível, estratégica e de qualidade, fortalecendo a imagem da universidade e promovendo a troca de saberes com a sociedade.

📍 Universidade Federal de Santa Maria – Campus Palmeira das Missões



CANAIS DE COMUNICAÇÃO



- SITE WWW.PALMEIRA.UFSM.BR



- UFSM PALMEIRA DAS MISSÕES
- 7.400 MIL SEGUIDORES (em 23/01/25)



- @UFSMPM
- 6.576 SEGUIDORES (em 23/01/25) / 7.000 (17/04/25)



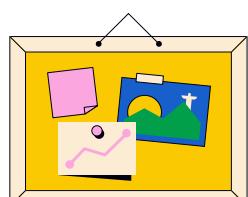
- Youtube UFSM Campus Palmeira das Missões
- 362 inscritos (em 23/01/25)



- E-mail: assessoriapt@ufsm.br



- WhatsApp: (55) 9106-2216



- Murais e TV do HALL



OBJETIVOS ESPECÍFICOS:



- **1. Aumentar a visibilidade institucional:** Criar conteúdos para redes sociais, site, e-mail e imprensa com o objetivo de aumentar o alcance e a interação do público externo (comunidade regional e interessados) nas ações acadêmicas e eventos do *campus*.
- **2. Fortalecer a comunicação interna e o bem-estar integral da comunidade acadêmica:** Criar e manter canais de comunicação interna no site institucional, WhatsApp e Jornais Murais para ampla divulgação das informações que possam interessar alunos e servidores. Criar e manter atividades e produção de conteúdo sobre saúde física, mental, emocional e espiritual para o bem-estar no serviço público e na vida acadêmica.
- **3. Promover a integração com a comunidade externa e divulgação do campus:** Estabelecer **parcerias com instituições e empresas** locais para divulgar as atividades de extensão e eventos do *campus*, com o objetivo de aumentar a participação de moradores de Palmeira das Missões e região nas ações promovidas pela universidade. Realizar atividades de **divulgação dos cursos** do campus nas **escolas** do município e região, focando nos alunos do **9º ano e do Ensino Médio**.
- **4. Melhorar a transparência e acessibilidade da informação:** Revisar e atualizar o **conteúdo do site institucional** e das **redes sociais** do *campus*, garantindo que todas as informações sobre cursos, programas acadêmicos e serviços estejam claras, acessíveis e atualizadas.
- **5. Fomentar a imagem positiva do campus:** Produzir e divulgar **matérias jornalísticas** para a imprensa local e regional sobre conquistas e atividades acadêmicas, científicas ou culturais do *campus*, buscando uma cobertura positiva na mídia.



METAS



As metas são desdobramentos mais específicos e mensuráveis dos objetivos. Elas ajudam a transformar os objetivos em ações práticas e a acompanhar o progresso ao longo do tempo.

OBJETIVO 1: AUMENTAR A VISIBILIDADE INSTITUCIONAL

- **Meta 1:** Aumentar o número de **seguidores** no Instagram do campus de **6.422** em Janeiro de 2025 para **7.000** em Julho de 2025 e **7.500** até dezembro de 2025.
- **Meta 2:** Incrementar a **participação** e o **engajamento** nas postagens em redes sociais (**curtidas, compartilhamentos, comentários**).
- **Meta 3:** Criar e divulgar **conteúdos digitais no instagram** por meio de quadros temáticos sobre o *campus* e atividades acadêmicas.
- **Meta 4:** Aumentar o número de **visitas** de escolas do município e região no *campus*.
- **Meta 5:** Divulgação permanente do campus através de **matérias jornalísticas** e **entrevistas** na imprensa local e regional (rádio e jornal).
- **Meta 6:** Participação em **feiras** e **eventos** locais e regionais.

OBJETIVO 2: FORTALECER A COMUNICAÇÃO INTERNA E O BEM-ESTAR INTEGRAL DA COMUNIDADE ACADÊMICA

- **Meta 1:** Reforçar a **elaboração** e **divulgação de notícias** com informações relevantes para acadêmicos e servidores no **site institucional** e nos **Grupos de WhatsApp** (*Informações Campus e Diretórios Acadêmicos*). Criação de uma aba no **site** denominada **Calendário de Eventos UFSM-PM** para divulgar os eventos a serem realizados no Auditório do *campus*.
- **Meta 2:** Trabalhar em conjunto com a **Comissão Setorial de Avaliação** para incentivar a participação dos alunos na **Avaliação de Ensino-Aprendizagem**.
- **Meta 3:** Atualizar os **murais do campus** com informações impressas mais atrativas sobre a universidade.
- **Meta 4:** Promover a **saúde mental e emocional** dos acadêmicos, docentes, técnico-administrativos em educação e colaboradores através de parcerias com o LADICS - Laboratório de Dor Crônica e Práticas Integrativas em Saúde da UFSM e Programa Movimenta da PROGEP.
- **Meta 5:** Realizar **reuniões** periódicas de comunicação interna para alinhar ações e promover a troca de informações.

OBJETIVO 3: PROMOVER A INTEGRAÇÃO COM A COMUNIDADE EXTERNA E DIVULGAÇÃO DO CAMPUS

- **Meta 1:** Estabelecer **parcerias com empresas ou instituições** locais para participações em eventos na UFSM-PM.
- **Meta 2:** Organizar, **em conjunto com a comunidade externa** (instituições parceiras, prefeitura, 20^aCRE, secretarias, etc), **eventos** como feiras, palestras, e exposições com participação ativa da população de Palmeira das Missões e região.
- **Meta 3:** Reforçar a participação do campus em **entrevistas nas rádios locais** e em **matérias jornalísticas** sobre projetos de pesquisa, ensino, extensão, inovação e demais atividades acadêmicas.
- **Meta 4:** Fazer um **Portfólio de Áreas do Saber** dos docentes e técnico-administrativos em educação do *campus* e enviar para as escolas da rede municipal e estadual como sugestão de **palestras** e **oficinas** a serem realizadas nessas instituições durante o ano.
- **Meta 5:** Organizar **visitas nas escolas** do município e região e **receber visitas** de alunos no ambiente do *campus*.

OBJETIVO 4: MELHORAR A TRANSPARÊNCIA E ACESSIBILIDADE DA INFORMAÇÃO

- **Meta 1:** Atualizar 100% do **conteúdo do site institucional** do *campus* com informações claras sobre eventos, cursos, programas e serviços do *campus*.
- **Meta 2:** Criar no site do *campus* uma aba com as **logos** dos cursos da UFSM-PM.
- **Meta 3:** Manter o **atendimento via direct no instagram**, canal em que a maioria do público entra em contato para tirar dúvidas, garantindo agilidade, qualidade no atendimento e transparência nas informações da universidade.
- **Meta 4:** Manter e ampliar a divulgação via WhatsApp através de **Listas de Transmissão** de conteúdo, com contatos das escolas, imprensa e empresas parceiras.

OBJETIVO 5: FOMENTAR A IMAGEM POSITIVA DO CAMPUS

- **Meta 1:** Publicar **matérias jornalísticas** sobre ações de destaque (pesquisas, projetos de extensão, premiações, etc.) em **veículos de comunicação locais**.
- **Meta 2:** Produzir **Vídeos Informativos no Reels** do Instagram e alcançar uma média de 5 mil visualizações por vídeo publicado, com foco na disseminação de notícias positivas sobre o *campus*.
- **Meta 3:** Aumentar a postagem de **posts e vídeos no instagram** que mostrem o **dia a dia** da universidade (atividades em laboratórios e infraestrutura do *campus*).
- **Meta 4:** Divulgar no instagram do *campus*, os **posts informativos** elaborados pelos projetos de extensão do *campus* (mapear os projetos e grupos que possuem rede social e solicitar que façam postagens colaborativas).
- **Meta 5:** Mostrar para a comunidade local que o *campus* é também uma **área de lazer** para o final de semana através da elaboração de **vídeos** para o reels mostrando o ambiente externo da universidade como bosque, pôr do sol e campo de futebol, por exemplo.
- **Meta 6:** Obter **menções** na **mídia digital**, através de marcações e compartilhamentos no instagram das rádios e jornais locais sobre eventos ou atividades do *campus*.

PRODUTOS* DE COMUNICAÇÃO

Produtos* de comunicação para alcançar objetivos e metas:

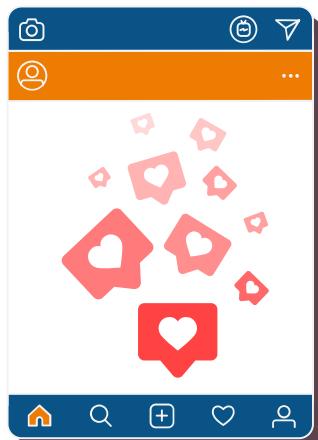
(Alguns produtos já estão sendo realizados e serão aperfeiçoados, outros serão implementados no decorrer do ano conforme disponibilidade e viabilidade do setor de Comunicação, em conjunto com a Direção do *campus*, Coordenações de Curso e Diretórios Acadêmicos. Outros são demandas a serem viabilizadas junto à sede).



Vídeo institucional da UFSM-PM - solicitação de um vídeo profissional à Coordenadoria de Comunicação da UFSM



Vídeo Hall de entrada do prédio 01 - Atualizado semanalmente com os principais eventos do campus



- **Conexão UFSM-PM** - quadro no instagram com as últimas informações sobre a Gestão da UFSM-PM e novas parcerias do campus
- **Campus em Movimento** - Objetiva apresentar ações que acontecem na UFSM-PM
- **Mais que um Campus: Uma Experiência** - quadro no reels e post do instagram para mostrar que o campus vai além de um espaço físico, destacando experiências, oportunidades e o sentimento de pertencimento. A ideia é convidar os seguidores a conhecer mais sobre as áreas e serviços da universidade como: **Casa do Estudante, Restaurante Universitário, Lazer no final de semana** (bosque, quadra de esportes e pôr do sol), **intercâmbio pela SAI, auxílio pedagógico** com a Unidade de Apoio Pedagógico, **auxílio para participação em eventos, oportunidades de bolsas** (em projetos e em setores) etc...





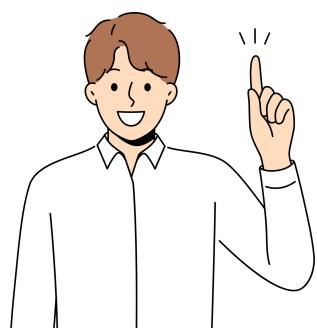
- **Escolha seu Caminho: Vida de ___ (Administrador)** - quadro no reels do instagram que apresenta as profissões e áreas de formação da UFSM-PM, destacando as principais atividades, desafios e possibilidades de cada carreira. É uma forma de inspirar e orientar estudantes sobre suas escolhas profissionais. Colaboração: bolsistas das coordenações de curso.



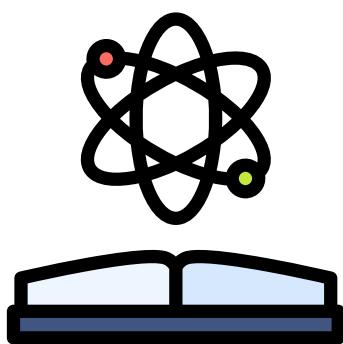
- **Explorando a Ciência da UFSM-PM: Onde a Prática Acontece** é um quadro de entrevistas para o reels no instagram com os coordenadores dos laboratórios para mostrar suas atividades, estruturas e como eles contribuem para a formação prática dos estudantes e para o avanço científico. Colaboração: bolsistas dos laboratórios.



- **Amplie Suas Possibilidades: Mestrado e Doutorado na UFSM-PM** - o quadro, em formato de posts, destaca os programas de pós-graduação da universidade, Mestrado e Doutorado em Agronegócios e Mestrado em Saúde e Ruralidade. Ele apresenta as oportunidades, as áreas de pesquisa e os impactos dessas formações nas carreiras e no desenvolvimento de soluções para os desafios do agronegócio e da saúde no meio rural.



- **Extensão Universitária: Uma Jornada Além da Sala de Aula** - o quadro objetiva divulgar os projetos de extensão da UFSM-PM para a comunidade local e regional por meio do instagram (cards e vídeos). Colaboração: bolsistas dos projetos de extensão.



- **Divulgação Científica UFSM-PM:** tem como objetivo dar visibilidade às pesquisas (TCC, dissertações e teses), publicações de livros e e-books, e eventos acadêmicos do campus, fortalecendo a disseminação do conhecimento e incentivando a troca de saberes entre a comunidade científica e a sociedade.



- **Portfólio de palestras - áreas do saber** - documento com informações temáticas trabalhadas pelos docentes e técnico-administrativos em educação do *campus* para ser enviado às escolas da rede municipal e estadual como sujestão de palestras e oficinas a serem realizadas nessas instituições durante o ano.



- **Projeto Seja UFSM-PM** - projeto insitucional da PROGRAD que visa aumentar o relacionamento com as escolas do município e região por meio de visitas tanto nas escolas quanto no campus. (Atualmente não há registro do projeto no *campus* e não há coordenador ou responsável).



- **Projeto CãoViver** - Projeto de Extensão da UFSM-PM para ajudar os cães abandonados no campus.



- **Aniversariantes:** Envio de mensagem no WhatsApp aos servidores aniversariantes do dia.

EVENTOS*

*Principais eventos que a UFSM-PM durante o ano letivo

- **RECEPÇÃO INSTITUCIONAL UFSM-PM 2025/1 - 10 a 14 de março**

- **MÊS DA MULHER - março**

Atividade a ser realizada com a terapeuta Angela Paula Prado

- **Varal Solidário UFSM-PM e Campanha de Agasalho**

Montagem do varal solidário no hall de entrada do campus e, posteriormente, doação dos agasalhos que sobrarem

- **MIP- estande da UFSM-PM na Mostra da Indústria, Agroindústria e Artesanato de Palmeira das Missões - 38º Carijo da Canção Gaúcha - final de maio**

Organização do estande na MIP

- **ARRAIÁ DA UFSM-PM - junho/julho**

Evento promovido pelos Diretórios Acadêmicos com o apoio da Assessoria de Comunicação do campus e Núcleo de Apoio Pedagógico

- **Recepção Institucional UFSM-PM 2025/2**

Recepção aos estudantes do curso de Administração Noturno

- **12ª DESCUBRA UFSM - 25 a 27 de setembro**

Seleção dos bolsistas por meio das coordenações de curso para atuarem no Descubra em Santa Maria

- **Viva o Campus - Outubro**

Solicitar que os responsáveis do Viva o Campus (Pró-Reitoria de Extensão) faça uma edição anual em Palmeira das Missões, de preferência no mês de aniversário da unidade

- **Aniversário da UFSM-PM - 16/10/2025 - 19 anos**

Organização de atividades para o mês de aniversário do campus

- **Campanha de Natal - dezembro**

Tradicional Campanha Solidária de caixas de bombons aos alunos da Escola Estadual de Ensino Fundamental Presidente João Goulart - CIEP de Palmeira das Missões

CALENDÁRIO DE EVENTOS E DATAS COMEMORATIVAS



JANEIRO

11 e 12 de janeiro

- Vestibular UFSM

Janeiro

- SISU, Edital de Ingresso e Reingresso

31 de janeiro

- Formatura Institucional Integrada

FEVEREIRO

01 de fevereiro

- **Formatura Institucional Integrada**

07 de fevereiro

- **ESTUDANTE ESPECIAL I - GRADUAÇÃO** - Data prevista para a publicação do edital de seleção à categoria de Estudante Especial I de Graduação, referente ao 1º semestre letivo de 2025.
- **ALUNO(A) ESPECIAL I - PÓS-GRADUAÇÃO** - Data prevista para a publicação do edital de seleção à categoria de Aluno(a) Especial I de Pós-Graduação, referente ao 1º semestre letivo de 2025.

17 a 22 de fevereiro

- **MATRÍCULA - SOLICITAÇÃO** pelo Portal Estudantil - Período para solicitação de matrícula via Portal Estudantil de veteranos(as) da graduação e veteranos(as) da pós-graduação, referente ao 1º semestre letivo de 2025.

21 de fevereiro

- **Chamada Oral UFSM-PM**

24 a 26 de fevereiro

- **MATRÍCULA - AJUSTE - SOLICITAÇÃO** pelo Portal Estudantil - Período para solicitação de ajuste de matrícula via Portal Estudantil de veteranos(as) da graduação e veteranos(as) da pós-graduação, referente ao 1º semestre letivo de 2025.

Em andamento

- **Avaliação Ensino-Aprendizagem 2024/2**

MARÇO

03 e 04 de Março

- Feriadão de Carnaval

05 de Março

- Suspensão parcial das atividades administrativas até às 14h

07 e 08 de Março

- **MATRÍCULA - AJUSTE** - SOLICITAÇÃO pelo Portal Estudantil - Período para solicitação de ajuste de matrícula via Portal Estudantil de veteranos(as) da graduação e veteranos(as) da pós-graduação, referente ao 1º semestre letivo de 2025.

08 de Março

- Dia da Mulher

10 a 14 de Março

- **Início das aulas - Recepção Institucional UFSM-PM 2025/1**

10 a 14 de Março

- **MATRÍCULA - AJUSTE SOLICITADO PELO PORTAL ESTUDANTIL OU À COORDENAÇÃO DE CURSO** - Período para estudantes de Graduação e Pós-Graduação solicitarem ajuste de matrícula pelo Portal Estudantil ou diretamente ao Curso, a critério do Curso e período para as Coordenações de Curso lançarem as alterações no sistema SIE, referente ao 1º semestre letivo de 2025.

17 a 18 de Março

- **MATRÍCULA EXTRACURRICULAR - SOLICITAÇÃO**
pelo Portal Estudantil - Período para solicitação via Portal Estudantil de matrícula em disciplinas ofertadas por outros cursos, referente ao 1º semestre letivo de 2025.

· ABRIL ·

18 de abril

- **FERIADO - Paixão de Cristo. Sexta-feira Santa, feriado nacional.**

20 de abril

- **FERIADO - Páscoa, feriado nacional.**

21 de abril

- **FERIADO - Tiradentes, feriado nacional.**

• Maio •

1º de maio

- Feriado - dia do Trabalhador

2 de maio

- Feriadão

05 de maio

- Feriadão em Palmeira das Missões

06 de maio

- Feriado - Aniversário de Palmeira das Missões

12 de maio

- Dia Internacional da Enfermagem

13 de maio

- Dia do Zootecnista

Última semana de maio

- Carijo da Canção Nativa – estande da UFSM-PM na MIP - Mostra da Indústria, Agroindústria e Artesanato de Palmeira das Missões

JUNHO

06 de junho

- **INGRESSO/REINGRESSO - PUBLICAÇÃO DO EDITAL -**
Data prevista para a publicação, pela PROGRAD, do edital de inscrição à seleção de ingresso e reingresso (transferência interna e externa, reingresso e diplomado(a)), para início de atividades no 2º semestre letivo de 2025.

13 de junho

- **FERIADO - Dia de Santo Antônio,**

19 de junho

- **FERIADO - Corpus Christi**

20 de junho

- **Feriadão**

23 de junho

- **AVALIAÇÃO ENSINO-APRENDIZAGEM** - Data prevista para a abertura do sistema de pesquisa de avaliação institucional, referente ao 1º semestre letivo de 2025.

JULHO

11 de julho

- **ESTUDANTE ESPECIAL I - GRADUAÇÃO** - Data prevista para a publicação do edital de seleção à categoria de Estudante Especial I de Graduação, referente ao 2º semestre letivo de 2025.
- **ALUNO(A) ESPECIAL I - PÓS-GRADUAÇÃO** - Data prevista para a publicação do edital de seleção à categoria de Aluno(a) Especial I de Pós-Graduação, referente ao 2º semestre letivo de 2025.

17 de julho

- **FINALIZAÇÃO DE ATIVIDADES ACADÊMICAS** - Data-limite para a finalização de atividades acadêmicas dos Cursos de Graduação e Pós-Graduação, referente ao 1º semestre letivo de 2025, exceto Cursos com calendário específico.

21 a 26 de julho

- **MATRÍCULA - SOLICITAÇÃO pelo Portal Estudantil** - Período para solicitação de matrícula via Portal Estudantil dos(as) veteranos(as) da graduação e veteranos(as) da pós-graduação referente ao 2º semestre letivo de 2025.

25 de julho

- **Formatura Institucional Integrada da UFSM-PM**

26 de julho

- **Formatura Institucional Integrada da UFSM-PM**

28 a 30 de julho

- **MATRÍCULA - AJUSTE - SOLICITAÇÃO pelo Portal Estudantil** - Período para solicitação de ajuste de matrícula via Portal Estudantil de veteranos(as) da graduação e veteranos(as) da pós-graduação, referente ao 2º semestre letivo de 2025.

AGOSTO

04 de agosto

- **SEMESTRE - INÍCIO** - Início das aulas e demais atividades acadêmicas do 2º semestre letivo de 2025 dos cursos de graduação e pós-graduação da UFSM.

11 de agosto

- **Dia do Estudante**

13 de agosto

- **Dia do Economista**

18 de agosto

- **AVALIAÇÃO ENSINO - APRENDIZAGEM** - Data prevista para a abertura do sistema de pesquisa de avaliação institucional, referente ao 2º semestre letivo de 2025.

31 de agosto

- **Dia do Nutricionista**

SETEMBRO

03 de setembro

- **Dia do Biólogo**

07 de setembro

- **FERIADO - DIA DA INDEPENDÊNCIA DO BRASIL**

09 de setembro

- **Dia do Administrador**

10 de setembro

- **Dia Mundial de Prevenção ao Suicídio - Setembro Amarelo**

20 de setembro

- **FERIADO - Revolução Farroupilha, feriado estadual - Semana Farroupilha - 15 a 20/09**

25 a 27 de setembro

- **DESCUBRA UFSM** - Realização da 12ª edição do DESCUBRA.

25 a 27 de setembro

- **DESCUBRA UFSM** - Realização da 12ª edição do DESCUBRA.

OUTUBRO

12 de outubro

- **FERIADO - Nossa Senhora Aparecida, feriado nacional.**

15 de outubro

- **Dia do Professor**

16 de outubro

- **Aniversário da UFSM-PM - 19 ANOS**

27 de outubro

- **FERIADÃO DIA DO SERVIDOR PÚBLICO**

28 de outubro

- **FERIADO - DIA DO SERVIDOR PÚBLICO**

NOVEMBRO

03 a 07 de novembro

- **JAI: Jornada Acadêmica Integrada**

03 a 07 de novembro

- **JAI: Jornada Acadêmica Integrada**

15 de novembro

- **FERIADO - Dia da Proclamação da República, feriado nacional.**

20 de novembro

- **FERIADO - Dia Nacional de Zumbi e Consciência Negra.**

21 de novembro

- **FERIADÃO**

DEZEMBRO

Dezembro

- **Campanha Solidária de Natal - doação de caixas de bombons aos alunos do CIEP**

11 de dezembro

- **FINALIZAÇÃO DE ATIVIDADES ACADÊMICAS** - Data-limite para a finalização de atividades acadêmicas dos Cursos de Graduação e Pós-Graduação, referente ao 2º semestre letivo de 2025

12 de dezembro

- **FORMATURAS SOLENES** - Início do período de formaturas solenes do 2º semestre letivo de 2025.

25 de dezembro

- **FERIADO - Natal**

MENSURAÇÃO DOS RESULTADOS

A **avaliação contínua da comunicação** é essencial para garantir que as estratégias adotadas estejam alinhadas com os objetivos institucionais e atendam às necessidades da comunidade acadêmica e do público externo. A mensuração dos resultados permite identificar **pontos fortes**, oportunidades de **melhoria** e **ajustes** necessários para otimizar o alcance e a efetividade das ações comunicacionais.

Neste contexto, serão utilizados indicadores quantitativos e qualitativos para monitorar o desempenho das iniciativas, como **engajamento em redes sociais**, **alcance das campanhas**, **feedback dos públicos envolvidos** e **impacto na imagem institucional**. Com base nesses dados, será possível aprimorar continuamente as estratégias de comunicação do campus, garantindo maior transparência, eficiência e conexão com seus diversos públicos.

Abaixo, elencamos algumas maneiras de mensurar os resultados a partir dos objetivos do Plano de Comunicação e Divulgação do campus:

Indicadores para os conteúdos digitais:

- Crescimento de seguidores nas redes sociais;
- Utilizar as métricas do Instagram para acompanhar o aumento no número de seguidores ao longo do tempo.
- Monitorar mensalmente o número de seguidores e comparar com o valor inicial para verificar o crescimento.
- Taxa de engajamento (curtidas, comentários, compartilhamentos);
- Ferramentas como o Google Analytics ou as próprias plataformas de redes sociais fornecem dados sobre interações. Verificar as postagens com maior engajamento e monitorar o aumento em relação ao período anterior.
- Acompanhar o desempenho das postagens em termos de curtidas, comentários e compartilhamentos, e calcular o aumento em relação ao semestre anterior.

Indicadores para a comunicação interna

- Presença nas reuniões internas;
- Registrar o número de participantes nas reuniões de comunicação interna (presenciais ou virtuais) e calcular a porcentagem de presença em relação ao total de convocados. Acompanhar a participação ao longo do semestre.

Indicadores de integração com a comunidade externa

- Número de parcerias estabelecidas: Manter um registro das parcerias firmadas com empresas e instituições locais e medir o número em relação à meta: Meta de 5 parcerias: Acompanhar o fechamento de acordos e avaliar sua efetividade em termos de visibilidade e engajamento - Elaboração de uma Lista de Transmissão com Empresas Parceiras da UFSM-PM.
- Participação da comunidade em eventos: Monitorar a quantidade de participantes de fora da UFSM (da comunidade local e regional) nos eventos do campus: Usar ferramentas de inscrição e registros no evento para medir a participação externa.
- Feedback da comunidade: Aplicar pesquisas de satisfação ou fazer entrevistas com os participantes dos eventos para medir o impacto e o interesse deles em futuras atividades: Meta de 80% de satisfação: Analisar os resultados das pesquisas para entender a percepção da comunidade.

Indicadores de transparência e acessibilidade da informação

- Taxa de visitas e navegação no site: monitorar o número de visitas no site institucional, as páginas mais acessadas e o tempo de permanência: Acompanhar mensamente o aumento de tráfego no site após as atualizações de conteúdo.
- Tempo de resposta a solicitações: Monitorar o tempo médio de resposta às solicitações feitas via e-mail, formulário ou telefone: Meta de resposta em 48 horas úteis.
- Atualização do conteúdo do site: Verificar a quantidade de conteúdos atualizados e garantir que todas as informações estão claras e completas. Meta de 100% de atualização: Verificar regularmente o site para garantir que ele está atualizado e sem informações desatualizadas.

Indicadores de imagem positiva do campus

- Número de matérias publicadas: Controlar a quantidade de matérias jornalísticas publicadas nos veículos de comunicação locais ou regionais: Meta de 3 matérias trimestrais: Acompanhar a produção e a veiculação dessas matérias na mídia através de clippagem de notícias.
- Alcance das matérias: analisar as matérias que são publicadas nos perfis do instagram das rádios e jornais: Monitorar os resultados das matérias e avaliar o impacto na audiência através do acompanhamento de comentários, curtidas e compartilhamentos.
- Menções na mídia regional: Registrar o número de menções do campus em jornais, rádio e TV regionais, por meio de monitoramento de mídia: Acompanhar as menções e buscarativamente a cobertura da mídia.

- **Ferramentas para Mensuração:**
- **Google Analytics:** Para monitorar tráfego no site.
- **Google Forms:** Para aplicar pesquisas de satisfação e feedback.
- **Insights de Redes Sociais** (Facebook Insights, Instagram Analytics): Para monitorar crescimento e engajamento nas plataformas.
- **Plataformas de Monitoramento de Mídia** (Google Alerts, Meltwater): Para medir menções e cobertura da mídia.

Com essas métricas e ferramentas, será possível avaliar o sucesso das ações de comunicação de forma contínua, ajustar estratégias e garantir que o plano esteja alinhado com os resultados desejados.

AVALIAÇÃO DOS RESULTADOS

A avaliação é o processo de **análise e interpretação** dos dados mensurados para determinar o impacto das ações e tomar decisões sobre os próximos passos. Ou seja, a avaliação envolve uma **reflexão crítica** sobre o que foi feito, o que funcionou bem e o que precisa ser ajustado. A avaliação pode ser qualitativa ou quantitativa e busca entender os resultados mais amplos e as lições aprendidas.

Na UFSM-PM, será constantemente avaliado os seguintes itens:

- Analisar se a meta de aumento de seguidores foi atingida e a qualidade desse aumento (se os seguidores são engajados).
- Refletir sobre o impacto das parcerias feitas: elas geraram visibilidade significativa para o campus? Foram bem recebidas pela comunidade externa?
- Avaliar a eficácia da comunicação interna através de feedback qualitativo dos destinatários (se as informações foram úteis, claras e bem recebidas).
- Avaliar o relacionamento com a imprensa e quantidade de matérias jornalísticas divulgadas em rádios e jornais e a menção do campus nas redes sociais dos veículos de comunicação do município e região.

Importante: Enquanto a mensuração foca em coletar dados objetivos, a avaliação vai mais além, buscando entender o contexto e o significado desses dados. Ambos os processos são essenciais e se complementam em um ciclo de melhoria contínua para a estratégia de comunicação.



A IMPORTÂNCIA DO INSTAGRAM DO CAMPUS



O Instagram tem se consolidado como uma ferramenta essencial para fortalecer a comunicação institucional, aproximando a comunidade acadêmica e ampliando a visibilidade do campus. A utilização estratégica desse canal permite não apenas a disseminação de informações, mas também o engajamento ativo com alunos, professores, técnicos-administrativos e o público externo.

A análise de métricas como crescimento do número de seguidores, alcance das publicações e nível de interação evidencia o impacto positivo da plataforma. O aumento do engajamento por meio de curtidas, comentários e compartilhamentos demonstra que o conteúdo divulgado está sendo relevante e bem recebido. Além disso, a funcionalidade de enquetes e perguntas nos stories facilita a interação direta, permitindo responder dúvidas de maneira ágil e acessível.

Outro aspecto fundamental é o papel do Instagram na divulgação de eventos, editais, projetos de pesquisa e extensão, tornando a comunicação mais dinâmica e eficiente. A presença digital do campus fortalece sua imagem institucional, aumenta a visibilidade da universidade e reforça o sentimento de pertencimento da comunidade acadêmica.

Portanto, a manutenção e o aprimoramento do perfil do Instagram do campus devem ser uma prioridade no plano de comunicação, garantindo uma abordagem moderna, interativa e alinhada às novas formas de consumo de informação.



EXPANSÃO DA VISIBILIDADE E FORTALECIMENTO DA MARCA UFSM-PM



A consolidação da imagem institucional do campus depende de uma comunicação estratégica e integrada, que vá além das redes sociais e explore diferentes formas de conexão com a comunidade e o mercado. Nesse sentido, a busca por parcerias com empresas, a participação em feiras e eventos e a produção de materiais jornalísticos para a imprensa local e regional têm sido fundamentais para ampliar a visibilidade do campus e reforçar sua relevância.

As parcerias institucionais com empresas e organizações fortalecem o vínculo entre a universidade e o setor produtivo, abrindo oportunidades para projetos de pesquisa, inovação e empregabilidade para os estudantes. Além disso, a presença ativa do campus em feiras acadêmicas, científicas e profissionais possibilita a divulgação de cursos, pesquisas e iniciativas institucionais para um público mais amplo, consolidando sua posição como referência no ensino superior.

A produção e divulgação de materiais jornalísticos também desempenham um papel crucial na construção de uma imagem positiva. Notícias sobre pesquisas desenvolvidas, premiações, eventos acadêmicos e impactos da universidade na sociedade garantem espaço na mídia local e regional, aumentando o reconhecimento e o prestígio do campus.

Os resultados dessas ações já demonstram um crescimento significativo na percepção da comunidade sobre a importância da UFSM-PM. Diante desse cenário, é essencial não apenas manter essas iniciativas, mas também expandi-las, fortalecendo cada vez mais a presença do campus nos meios de comunicação e no cenário regional, consolidando sua imagem institucional e ampliando seu impacto social.



CLIPPING DE NOTÍCIAS



O *clipping* de notícias é uma ferramenta estratégica fundamental para a comunicação institucional, permitindo o monitoramento e a análise da presença do campus na mídia. Através dele, é possível acompanhar como a universidade é mencionada na imprensa local, regional e nacional, identificando a repercussão das ações institucionais e avaliando a percepção pública sobre o campus.

Essa prática possibilita uma visão ampla sobre a cobertura jornalística, permitindo identificar tendências, oportunidades e desafios na comunicação. Além disso, auxilia na mensuração do impacto das estratégias de divulgação, fornecendo dados concretos sobre a visibilidade das iniciativas acadêmicas, científicas e institucionais.

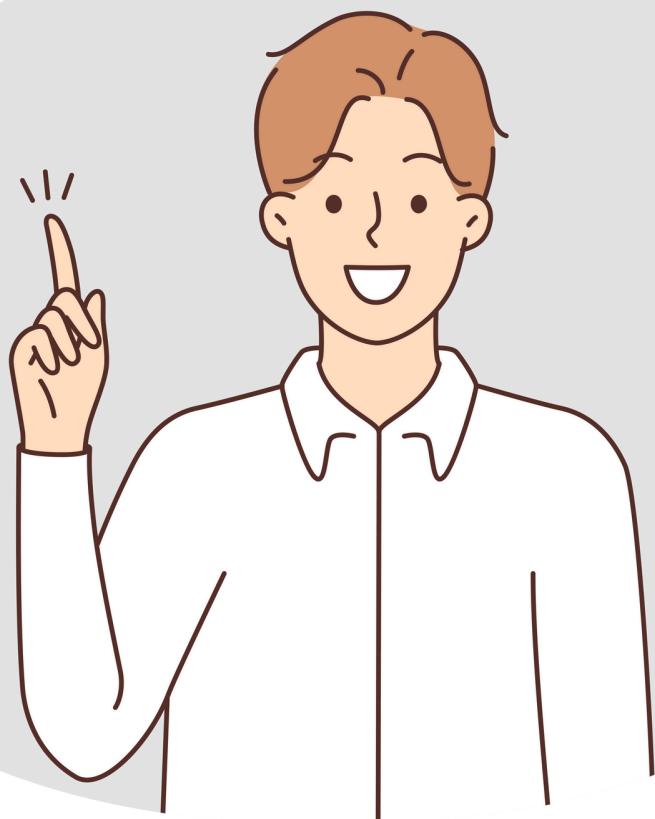
Outro benefício do *clipping* é a capacidade de responder rapidamente a notícias negativas ou imprecisas, garantindo que a universidade possa se posicionar de forma adequada e transparente. Ao mesmo tempo, o monitoramento contínuo permite destacar e ampliar a disseminação de notícias positivas, fortalecendo a imagem do campus e reforçando seu papel na comunidade.

Portanto, manter um *clipping* atualizado e bem estruturado é essencial para embasar a tomada de decisões na comunicação, aprimorar estratégias de relacionamento com a imprensa e consolidar a presença da UFSM-PM nos meios de comunicação.

CONCLUSÃO

O Plano de Comunicação da UFSM-PM foi desenvolvido para **fortalecer a presença e a imagem do campus**, garantindo uma **comunicação clara, eficaz** e alinhada aos seus **valores institucionais**. A implementação deste plano exige o **envolvimento ativo** de **toda a comunidade acadêmica**, não sendo compromisso de apenas um setor e sim de todos os setores da instituição.

Ao mantermos um compromisso com a **inovação** e a **transparência**, consolidaremos o campus como **referência em ensino, pesquisa, extensão e inovação**, reforçando sua **conexão com a sociedade** e ampliando seu impacto no **desenvolvimento local e regional** de Palmeira das Missões. Para isso, é essencial a participação e envolvimento de toda a comunidade acadêmica para que seja possível colocar em prática todas as ideias contidas no presente plano e para que novas ideias sejam pensadas e implementadas.





UFSM

Palmeira das Missões

Elaboração:

Isabel Caline Malheiros da Silveira - Relações Públicas da Assessoria de Comunicação da UFSM-PM

Revisão:

Adriano Lago - Diretor da UFSM-PM

Luciana Christofari - Vice-Diretora da UFSM-PM

Charlene Oliveira Trindade - Secretaria da Direção

Contato:

E-mail: assessoriamp@ufsm.br

WhatsApp: (55) 9 9106-2216