

Relatório anual de atividades

7 de dezembro de 2013 a 5 de dezembro de 2014

Maceió, dezembro/2014

Universidade Federal de Alagoas - Ufal

Reitor

Eurico de Barros Lôbo Filho

Vice-reitora

Rachel Rocha de Almeida Barros

Assessoria de Comunicação - Ascom

Coordenadora de Comunicação

Simoneide Araújo (MTE-461/AL)

Chefe de Redação

Márcia Rejane de Alencar (MTE-352/AL)

Relações Públicas

Janaina Alves Pereira Almeida dos Santos

Responsável pelas redes sociais

Rose Ferreira

Repórteres

Diana Monteiro de Carvalho (MTE- 343/AL)

Jhonathan Pino (MTE – 1.195/AL)

Lenilda Luna (MTE - 655/AL)

Manuella Soares (MTE – 2.530/PB)

Bolsistas de Jornalismo e Relações Públicas

Alexssandro Souza (clipagem e mensuração)

André Ferro (clipagem e mensuração)

Déborah Moraes (texto e foto)

Deriky Pereira (clipping, texto, fotos e mensuração)

Dilson Fidelis (texto e foto)

Emanuel Ronaldy (comunicação institucional)

Emanuele Divino (texto, foto e mensuração)

Jônatas Medeiros (foto e redes sociais)

Keila Katiany (clipping, texto, fotos e mensuração)

Mariana Madeiro (comunicação institucional)

Natália Oliveira (texto e foto) – Espaço Cultural

Rosiane Martins (texto e foto)

Sarah Azevedo (clipagem e mensuração)

Wende Cerqueira do Evangelho (texto e foto)

Bolsistas do Núcleo de Design (NUD)

Marília Carvalho (estudante de Design)

Maria Tamiris (estudante de Design)

Matheus Mendonça (estudante de Design)

Fotógrafo

Manoel Mota

Área administrativa

Rose Ferreira

Jacqueline Freire

Edmilson da Silva Pereira

Sumário

Apresentação	5
Produção da Ascom nos últimos 12 meses	7
Matérias produzidas e publicadas no portal da Ufal	12
Repercussão das matérias produzidas pela Ascom em 2015 - acesso aos portais	13
Repercussão das matérias produzidas pela Ascom nas redes sociais a partir dos portais da Ufal	14
Atendimento à imprensa	15
Resultado do atendimento à imprensa (7 dezembro de 2013 a 5 de dezembro de 2014) ..	16
Acesso aos portais	17
Ufal na mídia: O que saiu nos jornais impressos, TV, rádio e sites (mídia gratuita – espontânea e sugerida pela Ascom)	23
Subclassificação da Clipagem (Ufal na mídia)	34
Mídias sociais	35
Ações de Relações Públicas e Comunicação institucional	48

1. Apresentação

Em mais um ano de atividades, a Assessoria de Comunicação conseguiu manter a meta da gestão da Universidade Federal de Alagoas, que é de aproximar, cada vez mais, a instituição da sociedade. Esse processo se dá por meio da divulgação na mídia de suas ações acadêmicas e científicas e dos projetos desenvolvidos. Em 2014, conseguimos mais uma forma de dar publicidade ao que acontece de positivo na Ufal e interagir com os diversos públicos. Implantamos as redes sociais oficiais e ampliamos em mais de 200% a interação com nossos públicos. Tínhamos apenas o Twitter com 12 mil seguidores e ampliamos para um público de 40 mil pessoas entre Facebook, Twitter e Instagram.

A estratégia de mediar o diálogo da Ufal com a mídia e, conseqüentemente, com a sociedade está em consonância com as demandas da gestão. O trabalho de divulgação das ações é pautado na transparência e buscamos dar respostas rápidas e eficazes, principalmente em tempos de redes sociais, uma vez que somos procurados diariamente para dar informações das mais diversas.

Nossa produção de matérias publicadas nos portais ultrapassou as 1.400, mesmo em ano sem Bienal, sendo que 584 foram específicas com demandas da gestão. Ultrapassamos os 500 atendimentos à imprensa e enviamos mais de 200 edições da Newsletter *Ufal em Dia*. Por falar em newsletter, implantamos uma nova ferramenta gratuita, que facilitou e muito a comunicação com nosso público interno.

Do total de matérias produzidas, tivemos um retorno muito positivo, chegando a **2.466** publicações em sites, jornais impressos, rádio e TVs. As matérias publicadas nos portais tiveram repercussão nas redes sociais, antes mesmo de a Ufal ter a *fanpage* oficial do Facebook. Foram mais 71 mil recomendações, sendo 53.462 nas matérias publicadas no portal geral, 8.778 nas do portal do estudante e 9.183 nas do portal do servidor.

Em 2014, tivemos mudanças na estrutura dos nossos portais para atender às especificidades de cada dispositivo usado, seja computador, *tablet* ou celular. Isso fez aumentar o acesso às nossas páginas. Só no portal geral ultrapassamos os 6,5 milhões de acessos, com 782 mil usuários únicos. Windows e Android são os sistemas operacionais por onde mais os portais são acessados. Os dispositivos móveis estão em segundo lugar e aumentamos o número de acessos após a mudança na estrutura dos portais.

Em relação à inserção da Ufal na mídia, todo o espaço conseguido é gratuito, seja de forma espontânea ou sugerido pela Assessoria de Comunicação. O que é divulgado sobre a Universidade é mensurado pela Ascom e, assim, temos a dimensão de quantas vezes a instituição foi citada como referência. Esse acompanhamento é disponibilizado no portal geral, pelo link *Ufal na mídia*.

Pelo que foi mensurado, a Ufal teve mais de 5,6 mil inserções em 2014. No impresso, a maior inserção de notícias foi no Jornal Gazeta de Alagoas. Foram quase 89 páginas com informações positivas e neutras, o que equivaleria, em reais, a mais de R\$ 2 milhões.

Na TV, mantivemos números impressionantes, apesar de na conversão em reais o valor ter sido reduzido. Nos três veículos foram 404 inserções, sendo 375 positivas e neutras e 29 negativas. Na TV Gazeta foram 249 inserções de notícias positivas e neutras, o que representaria, em reais, quase R\$ 1,9 milhão. Na Pajuçara, foram 112, o que equivaleria a quase R\$ 1 milhão. Na TV Alagoas, o número de notícias contabilizadas como positivas e neutras foi 14, que corresponderia a quase R\$ 51 mil.

Em 2014, assim como no impresso, a Ascom excluiu do cálculo para conversão em reais a avaliação negativa. Isso porque ninguém pagaria para publicar algo negativo sobre a própria instituição. Também inauguramos a inserção da Ufal em noticiário internacional. Trata-se de um jornal do Japão, o *The Mainichi* (em inglês), resultado e atendimento à imprensa.

Das 3.998 matérias veiculadas sobre a Ufal nos sites, **1.782** foram mídia espontânea. Desse total, **1.500** foram avaliadas como mídia positiva, 136 como negativa e 146, neutra. Vale salientar que a Ascom só avalia com esses critérios o que é mídia espontânea.

Em todas as matérias publicadas nos sites de notícias, também houve repercussão nas mídias sociais e a Universidade conseguiu mais de **89 mil** curtidas no Twitter e no Facebook. Neste relatório você poderá acompanhar essas e outras informações sobre a exposição da Ufal na mídia, sobre os projetos de comunicação institucional e os projetos propostos para 2015. Boa leitura!

Simoneide Araújo - coordenadora da Ascom

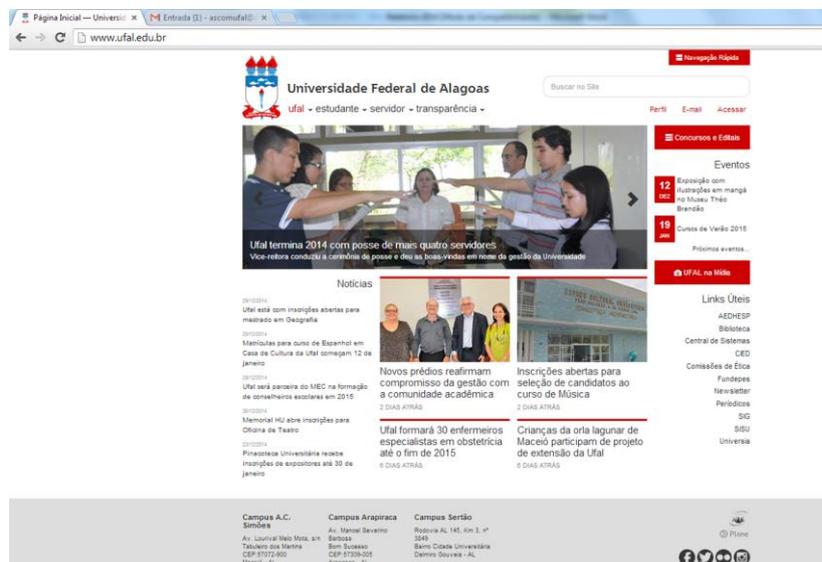
2. Produção da Ascom nos últimos 12 meses (7 de dez/2013 a 5 de dez/2014)

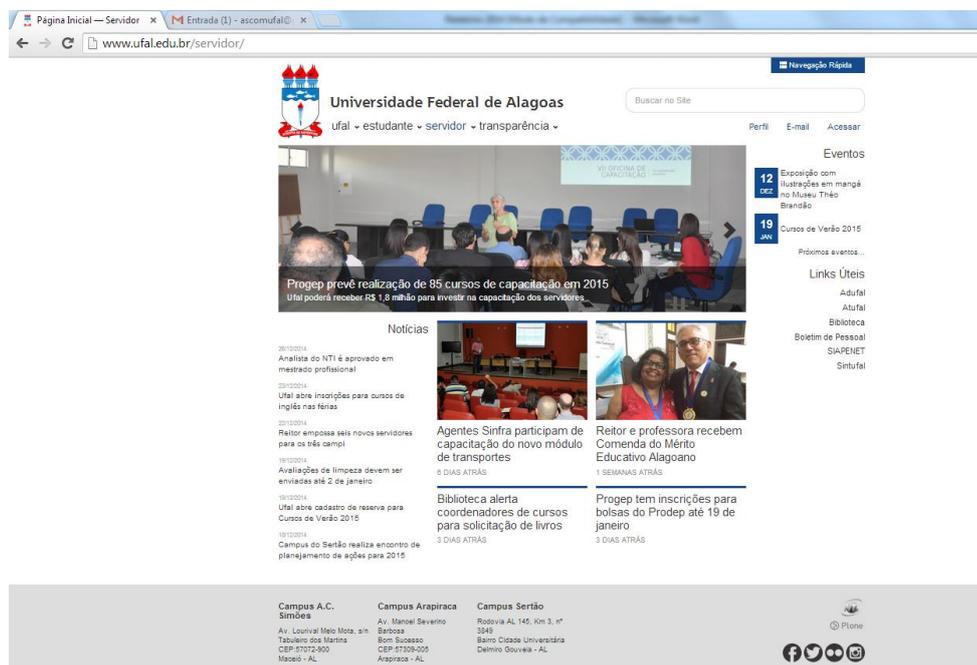
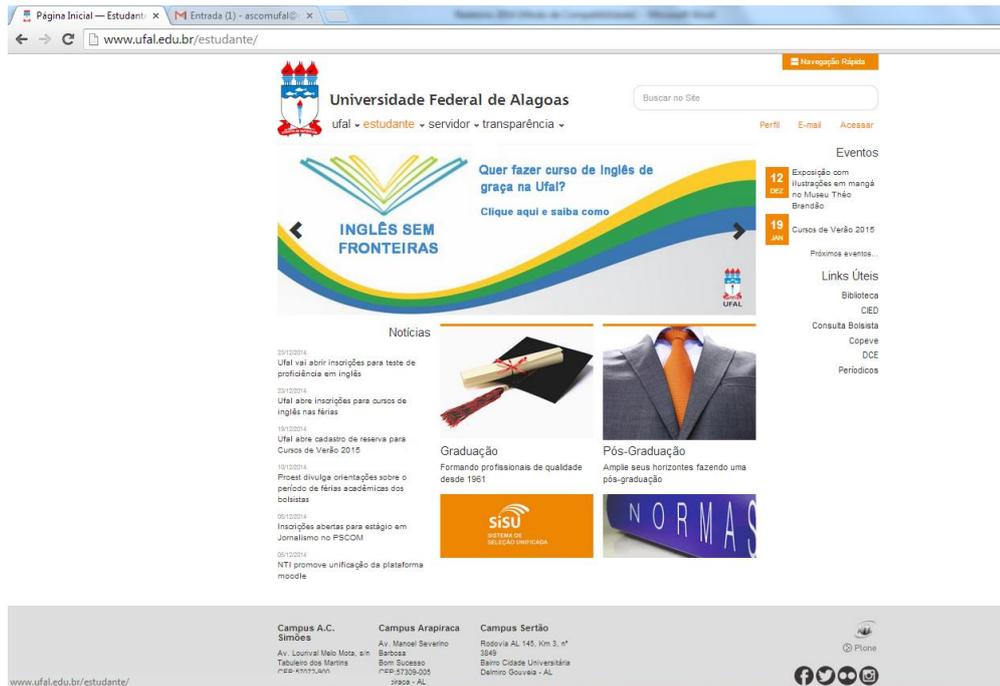
2.1. Produtos

Produtos	
Matérias produzidas e publicadas no portal da Ufal - 584 foram específicas da gestão	1.432
Banners virtuais (arte) - 78 sobre ações da gestão	140
Banner para impressão (arte)	
Convite (arte)	20
Outdoors (arte) - 26 sobre ações da gestão	52
Revista institucional	1
Atendimento à imprensa - 121 foram solicitações à gestão	565
Newsletter	221

2.2. Portais

A partir de agosto de 2014, os portais da Universidade (Geral, Estudante, Servidor e da Transparência) passaram a ter uma nova estrutura para atender às especificidades de cada dispositivo usado, seja computador, *tablet* ou celular. A técnica de desenvolvimento de sites utilizada, chamada responsividade, facilita a navegação por parte dos usuários, ou seja, uma única versão para vários tamanhos de tela. A mudança foi feita pelo NTI e a Ascom passou a adequar as publicações desde então. Agora, aumentamos nosso número de usuários e, conseqüentemente, aumenta nossa responsabilidade em relação à periodicidade de informações e notícias disponibilizadas.





As páginas ficaram mais *clean*, com mais chamadas de notícias e de eventos nos três portais e links para as redes sociais oficiais da Ufal. Sobre elas voltaremos a falar mais adiante.

2.3. Outros produtos desenvolvidos



Em agosto de 2014, lançamos a revista institucional *Saber Ufal*, uma publicação que tem o propósito de difundir o que está sendo produzido pela maior instituição de ensino superior de Alagoas, nas áreas de gestão, graduação, pesquisa, inovação e extensão.

A revista terá periodicidade semestral. O próximo número está previsto para o primeiro semestre de 2015.

UFAL EM DIA

Portal Geral
Lançado o segundo número do LCCV News
Edição faz uma retrospectiva dos últimos cinco anos do laboratório
Professores recebem curso de formação do Programa Um Computador por Aluno
Atividades foram direcionadas para docentes de escola pública de Palmeira dos Índios

Portal do Estudante
Curso de Jornalismo ganha revista laboratório
Revista Caleidoscópio tem edição inicial finalizada e já possui plataforma digital

Portal do Servidor
Universidade oferta capacitação sobre novo módulo de transportes
Iniciativa será realizada em duas fases; aulas serão no auditório da Biblioteca

Evento divulga conhecimentos da Meteorologia para população

Alunos de pós-graduação em Educação desenvolvem jogo para aulas de Literatura Portuguesa

Portal da Ufal
Facebook
Twitter
Instagram

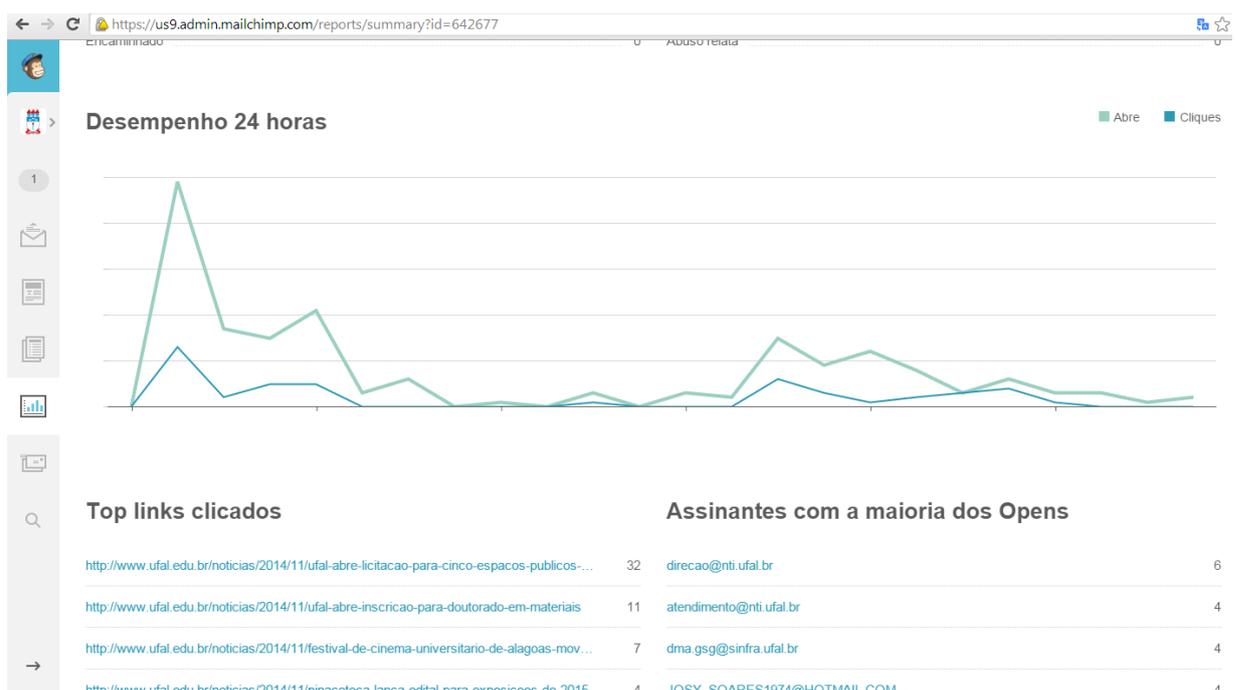
Newsletter Ufal em Dia é um projeto de Assessoria de Comunicação. Contatos: ascomufal@gmail.com
(02) 3214-1052 / 9951-9023
ufal.edu.br

Em 2014, enviamos 221 edições da Newsletter *Ufal em Dia*. O alcance são mais de 950 pessoas (na maioria professores e técnicos, mas alguns estudantes também pediram para receber) que se cadastraram e solicitaram recebimento da ferramenta.

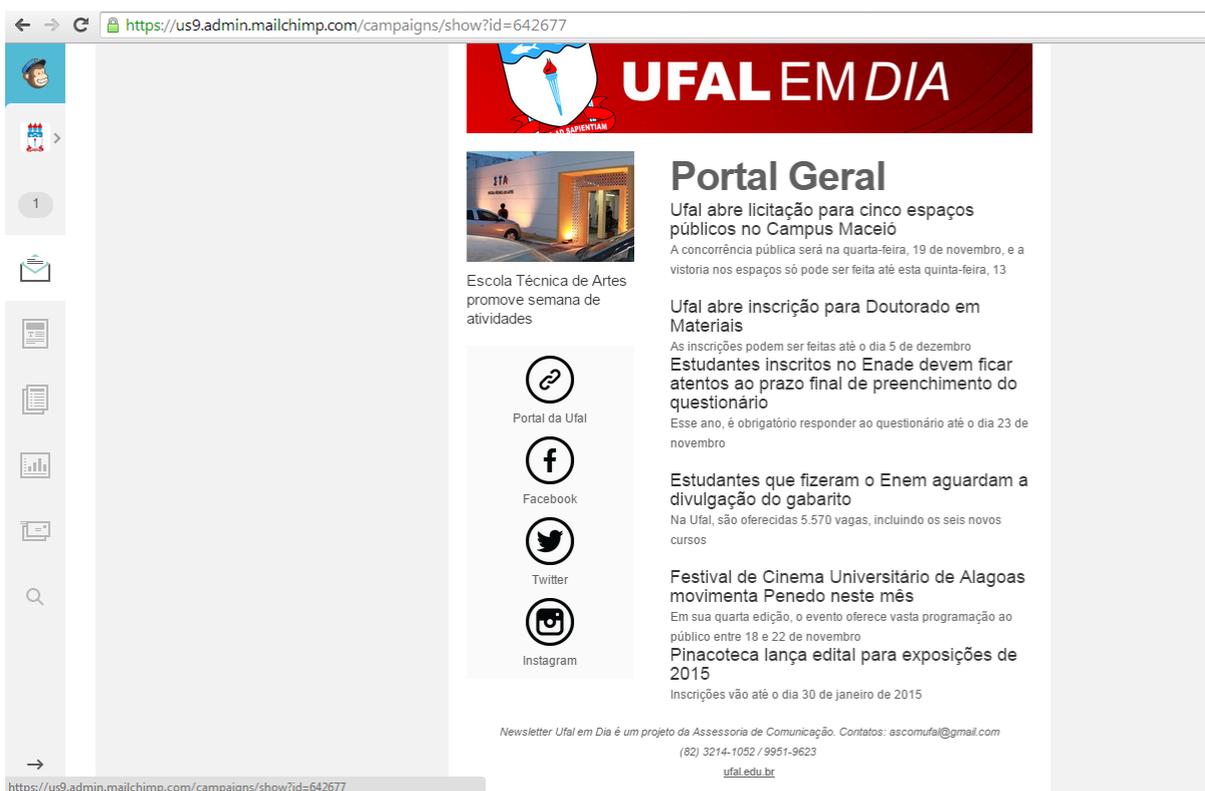
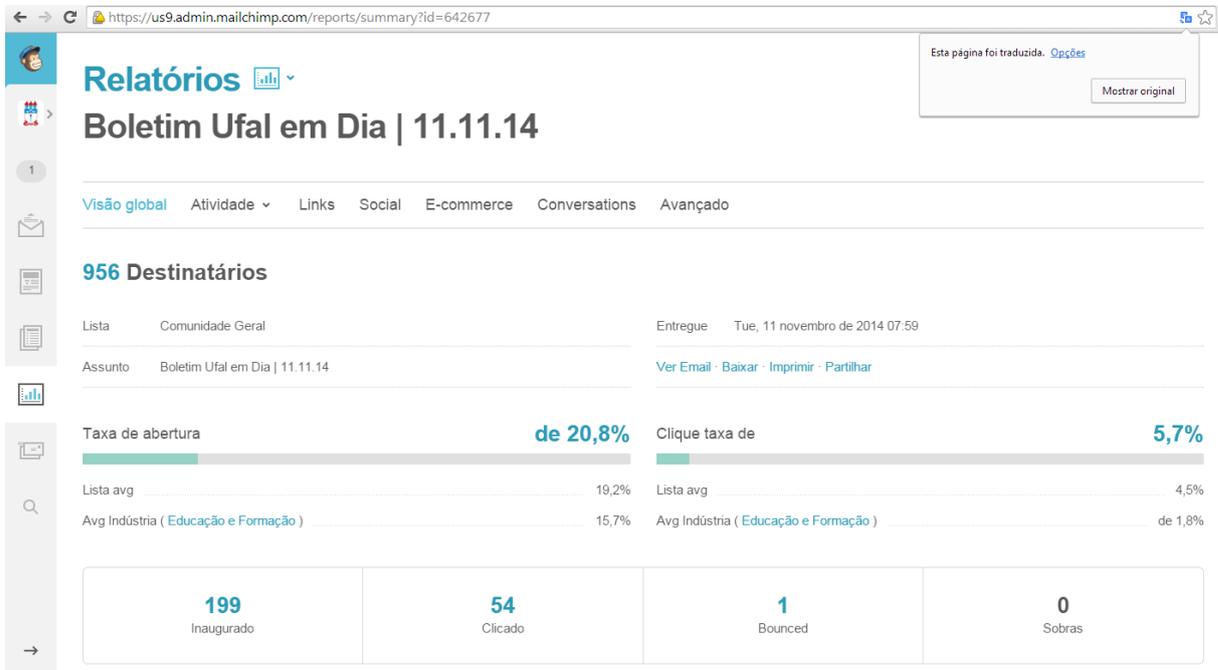
Até outubro, enviávamos de forma caseira e manual, mas a partir de novembro, passamos a utilizar uma ferramenta gratuita. Fizemos campanha para que as pessoas pudessem se cadastrar para receber a Newsletter. Tivemos um aumento considerável, mas ainda queremos mais. Para isso, repetiremos a campanha em 2015.

O envio de notícias produzidas pela Universidade foi requalificado por meio da introdução de uma nova ferramenta. Após um *workshop* sobre novas tecnologias para comunicadores, foi possível implantar o *MailChimp.com*, uma plataforma *on-line* para edição e envio de newsletter.

Tal mecanismo possibilitou, ainda, o gerenciamento dos informativos enviados, sendo, portanto, possível, verificar dentre os e-mails remetidos quantos foram abertos pelos destinatários, quantas interações foram feitas com os links disponíveis nas matérias e nas redes sociais. Agora, é possível, ainda, automatizar a inclusão e exclusão dos assinantes, tornando o trabalho da Ascom tão profissional quanto o de outras instituições que utilizam essa ferramenta de comunicação, inclusive com *feedbacks* positivos por parte dos servidores.



A ferramenta possibilita à Ascom saber quantos usuários abrem a newsletter, quantos links são abertos e, também, deixa o usuário livre para deixar de receber, no momento em que não tenha mais interesse em estar cadastrado.



3. Matérias produzidas e publicadas nos portais da Ufal

2014			
Mês	Portal Geral	Portal do Estudante	Portal do Servidor
Dezembro 2013	83	7	16
Janeiro	56	11	16
Fevereiro	63	10	15
Março	68	29	22
Abril	43	32	17
Mai	75	31	20
Junho	54	16	17
Julho	63	16	27
Agosto	103	29	22
Setembro	95	10	28
Outubro	121	27	35
Novembro	96	16	20
Dezembro 2014	15	8	8
TOTAL	935	242	255
TOTAL GERAL	1.432		

3.1. Matérias sobre ações da gestão

	Portal Geral	Portal do Servidor	Portal do Estudante
Gestão	346	171	67
TOTAL	584		

3.2. Comparativo com anos anteriores

ANO	Portal Geral	Portal do Estudante	Portal do Servidor	TOTAL
2014	935	242	255	1.432
2013	1.118	215	265	1.598
2012	-	-	-	1.073

4. Repercussão das matérias produzidas pela Ascom no terceiro ano de gestão

2014				
Mês	Onde foram veiculadas (mídia gratuita)			
	Site	Impresso	TV	Rádio
Dezembro*	64	9	3	-
Janeiro	196	27	7	3
Fevereiro	157	26	11	7
Março	129	20	9	4
Abril	85	8	5	1
Maio	107	10	9	4
Junho	92	24	7	1
Julho	171	36	9	17
Agosto	205	26	7	4
Setembro	159	47	8	7
Outubro	289	52	10	1
Novembro	253	36	11	1
Dezembro	58	28	4	2
TOTAL	1.965	349	100	52
TOTAL GERAL	2.466			

4.1. Comparativo com anos anteriores

Ano	Repercussão
2014	2.466
2013	2.497
2012	2.825

5. Repercussão das matérias produzidas pela Ascom nas redes sociais a partir dos portais da Ufal

As matérias publicadas nos portais tiveram repercussão nas redes sociais, antes mesmo de a Ufal ter a *fanpage* oficial do Facebook. Foram mais 71 mil recomendações, sendo 53.462 nas matérias publicadas no portal geral, 8.778 nas do portal do estudante e 9.183 nas do portal

do servidor. Em relação ao Twitter, foram quase 2,5 mil *tweets*, sendo 1.677 a partir do geral, 370 do estudante e 400 do servidor.

Meses	Portal Geral		Portal do Estudante		Portal do Servidor	
	Twitter	Facebook	Twitter	Facebook	Twitter	Facebook
Dezembro 2013	48	4.560	0	0	12	115
Janeiro	87	6.091	21	509	4	879
Fevereiro	75	4.227	12	532	9	313
Março	48	2.724	10	874	0	157
Abril	65	2.812	31	598	5	52
Maio	19	138	24	563	19	138
Junho	54	2.006	18	636	3	452
Julho	64	3.191	28	412	22	317
Agosto	201	2.487	51	508	13	509
Setembro	345	8.422	41	1.086	47	435
Outubro	372	10.451	70	2.313	257	5.609
Novembro	257	5.609	38	456	8	298
Dezembro 2014	42	744	26	291	1	199
TOTAL	1.677	53.462	370	8.778	400	9.183

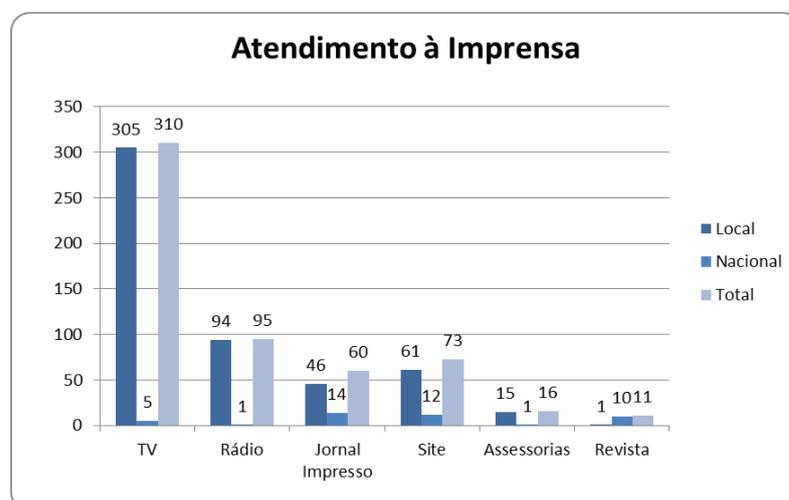
5.1. Matérias com maior número de recomendações no Facebook nos três portais

Meses	Portal	Títulos das matérias	Quantidade
Dezembro 2013	Geral	Ufal abre edital para fabricante de pomada que cura verrugas do HPV	+ de 1.300
Janeiro	Geral	Ano letivo de 2014 na Ufal começa dia 10 de março	+ de 1.400
Fevereiro	Geral	Cerca de 200 alunos do curso de Geografia são aprovados em concurso	642
Março	Estudante	Abertas inscrições para prática de esportes no campus	338
Abril	Geral	Estudantes da Ufal ganham o primeiro lugar no Startup Weekend Arapiraca	303
Maio	Geral	Novo Restaurante Universitário começa a funcionar na segunda-feira	388
Junho	Servidor	Professora obtém nota máxima na	265

		defesa da tese de doutorado em Portugal	
Julho	Geral	Ufal terá representante em congresso científico em Portugal	278
Agosto	Geral	Liga Acadêmica de Inovação em Engenharia se apresenta no Caiite 2014	408
Setembro	Geral	Projeto do Cacon aumenta autoestima de pacientes com câncer	479
Outubro	Geral	Ufal abre inscrições para 15 cursos de mestrado	900
Novembro	Geral	Teoria do Design Inteligente é tema de debate sobre a origem da vida	568
Dezembro 2014	Servidor	Professor da Fanut coordena Projeto Nacional sobre saúde quilombola	191

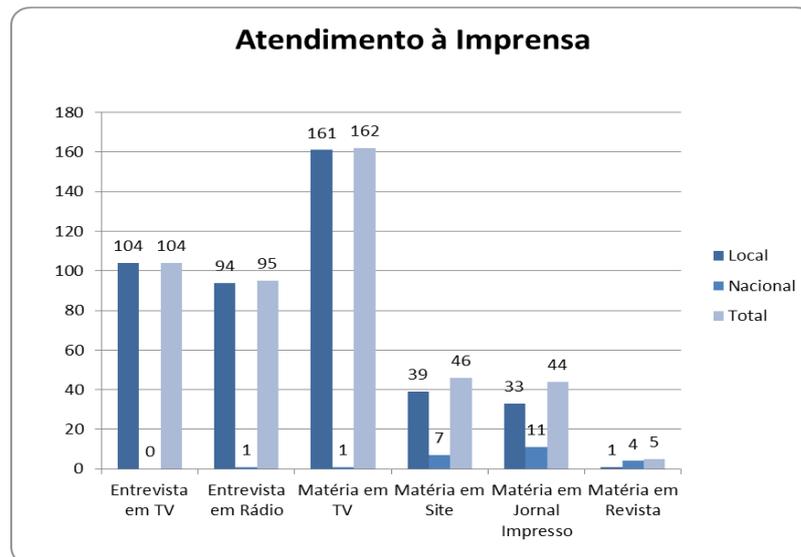
6. Atendimento à Imprensa

Veículo	Local	Nacional	Total
TV	305	5	310
Rádio	94	1	95
Jornal Impresso	46	14	60
Site	61	12	73
Assessorias	15	1	16
Revista	1	10	11
TOTAL GERAL	565		



6.1. Resultado do atendimento à Imprensa

Veículos	Local	Nacional	Total
Entrevista em TV	104	-	104
Entrevista em Rádio	94	1	95
Matéria em TV	161	1	162
Matéria em Site	39	7	46
Matéria em Jornal Impresso	33	11	44
Matéria em Revista	1	4	5
Outras Informações	95	14	109
TOTAL GERAL	565		



6.2. Atendimento direcionado à gestão

Período	Quantidade
Dezembro 2013	4
Janeiro 2014	18
Fevereiro 2014	3
Março 2014	25
Abril 2014	15
Mai 2014	11
Junho 2014	6

Julho 2014	13
Agosto 2014	9
Setembro 2014	6
Outubro 2014	5
Novembro 2014	6
Dezembro 2014	-
TOTAL GERAL	121

7. Acessos aos portais (em números)

Acessos em 2014 (visualizações de página)			
Mês	Portal Geral	Portal do Estudante	Portal do Servidor
Dez 2013 – 7 a 31	203.498	69.856	30.416
Janeiro	521.639	200.553	56.265
Fevereiro	468.086	149.977	49.136
Março	408.040	172.889	48.816
Abril	318.336	120.442	41.187
Mai	375.295	116.948	37.787
Junho	315.604	96.388	39.456
Julho	433.877	157.692	68.260
Agosto	645.937	353.095	43.914*
Setembro	797.219	283.267	43.914*
Outubro	1.035.821	304.792	43.914*
Novembro	824.771	292.548	43.914*
Dez – até dia 5	183.187	61.795	7.080**
TOTAL	6.531.310	2.380.242	554.059*
Visitantes únicos	782.460	224.603	39.770

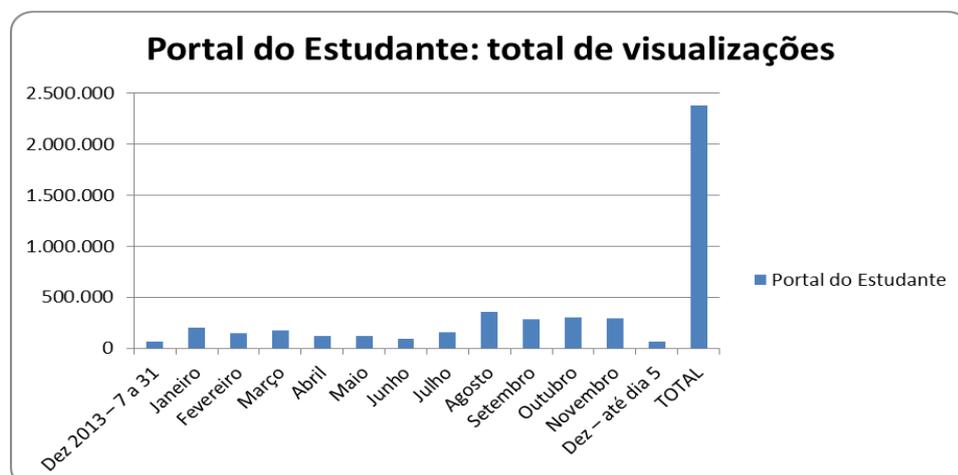
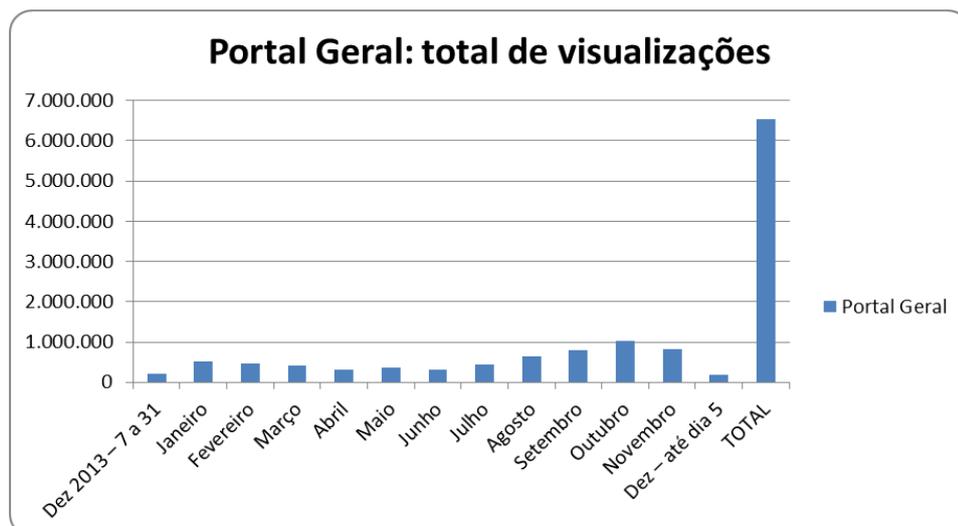
* média dos sete meses anteriores;

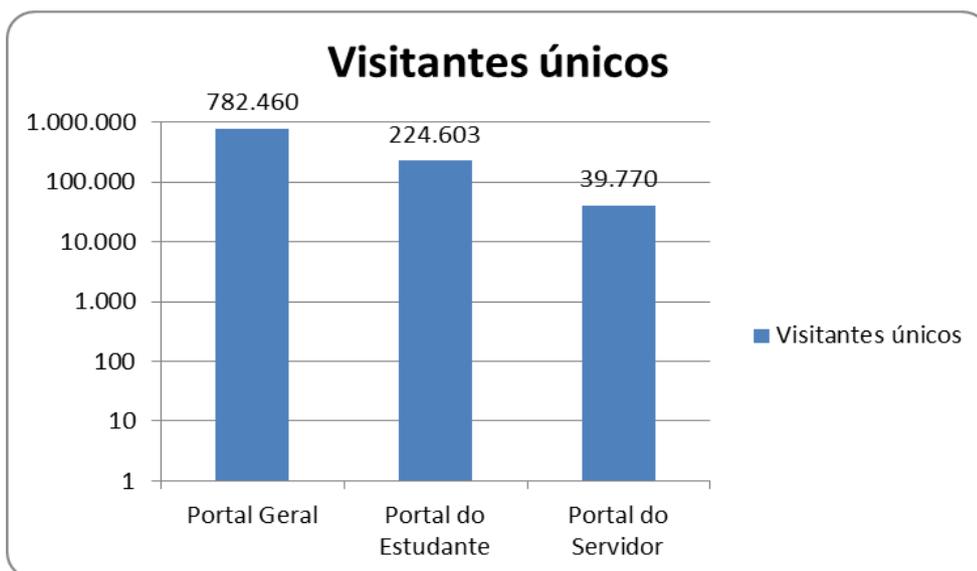
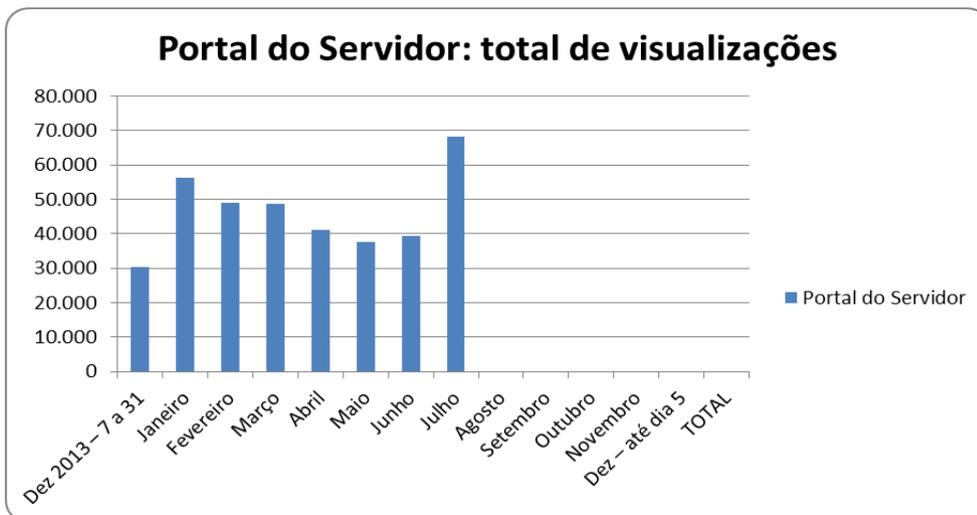
** média diária com base no número de acessos mensal.

De 7 de dezembro de 2013 a 5 de dezembro de 2014, o número de acessos ao portal geral da Ufal ultrapassou os **6,5 milhões**, com a média mensal de quase 550 mil e um total de mais de **780 mil** usuários únicos. Os meses com maior número de registro de acessos foram outubro (**1.035.821**), novembro (**824.771**) e setembro (**797.219**). No mês de realização do

Caiite 2014, o portal geral teve mais de 640 mil acessos. O portal do estudante teve mais de 2 milhões de acessos, numa média mensal de mais de 198 mil visualizações. O mês com maior número foi agosto, com mais de **350 mil** acessos, período de realização do Caiite 2014. Já o portal do Servidor obteve quase **400 mil** acessos de dezembro de 2013 a julho de 2014, sendo cerca de 40 mil usuários únicos. Os meses com maior visualização de página foram julho (**68.260**), janeiro (**56.265**) e fevereiro (**49.136**).

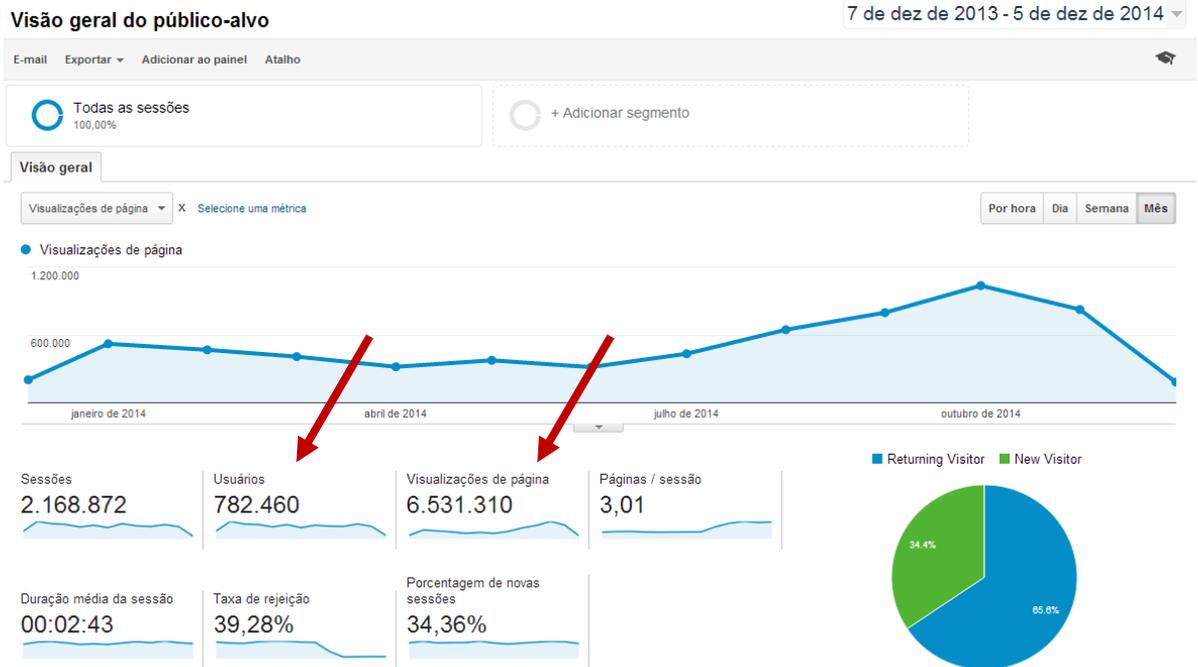
OBS.: Vale salientar que de dezembro de 2013 a julho de 2014, os dados são reais, mas a partir de agosto, com a mudança feita pelo NTI – quando os portais (Geral, Estudante, Servidor e da Transparência) passaram a ter uma nova estrutura para atender às especificidades de cada dispositivo usado, seja computador, *tablet* ou celular – o contador do *Google Analytics* deixou de funcionar no portal do Servidor. Dessa forma, de agosto aos cinco primeiros dias de dezembro de 2014, tivemos de calcular a média dos sete meses anteriores para preencher as lacunas. Com certeza, tivemos um número de acessos bem maior nos meses de outubro, novembro e dezembro, por conta das campanhas institucionais, mas não temos como comprovar.



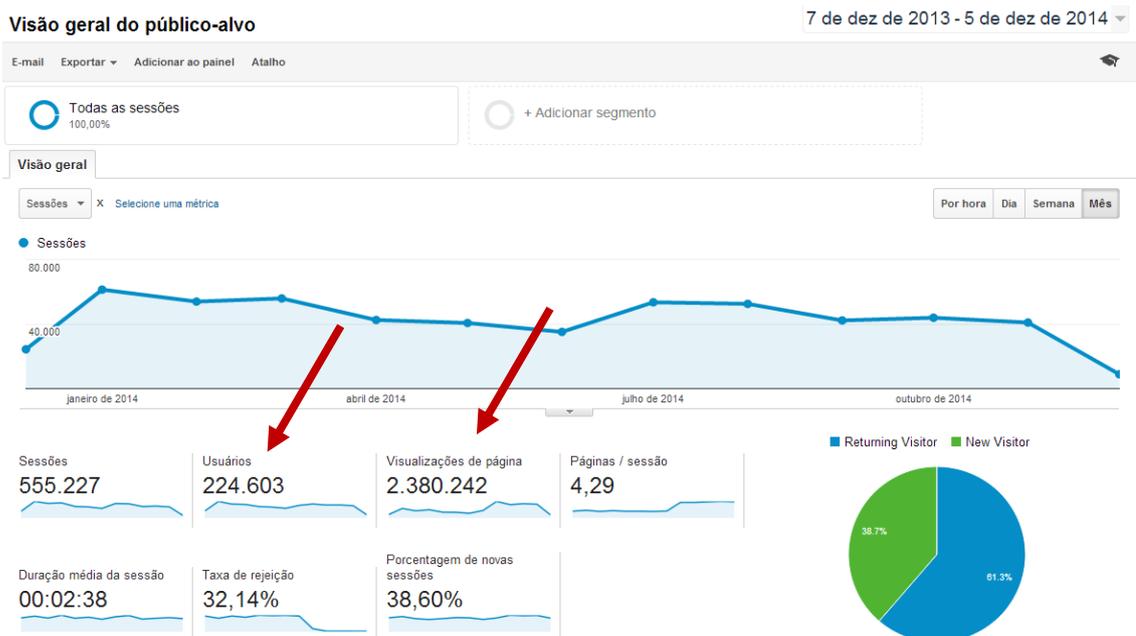


7.1. Gráficos do Google Analytics

- Portal Geral



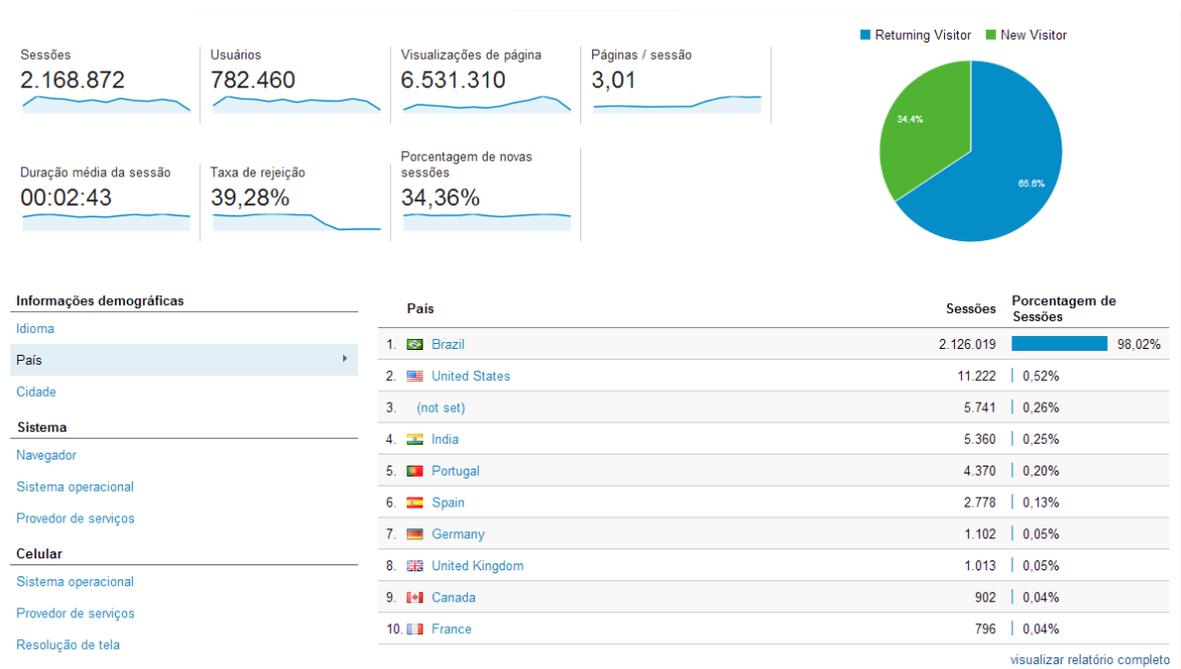
- Portal do Estudante



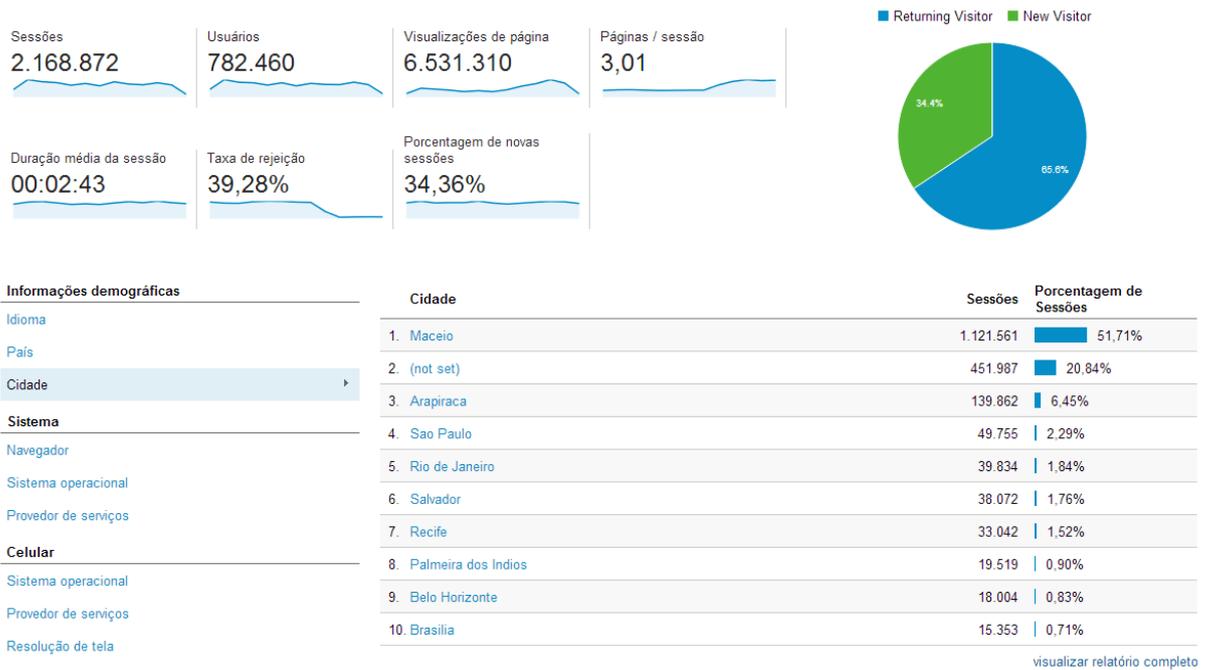
- Portal do Servidor



7.2. Acessos ao portal geral – países e cidades (os dez que mais acessaram)

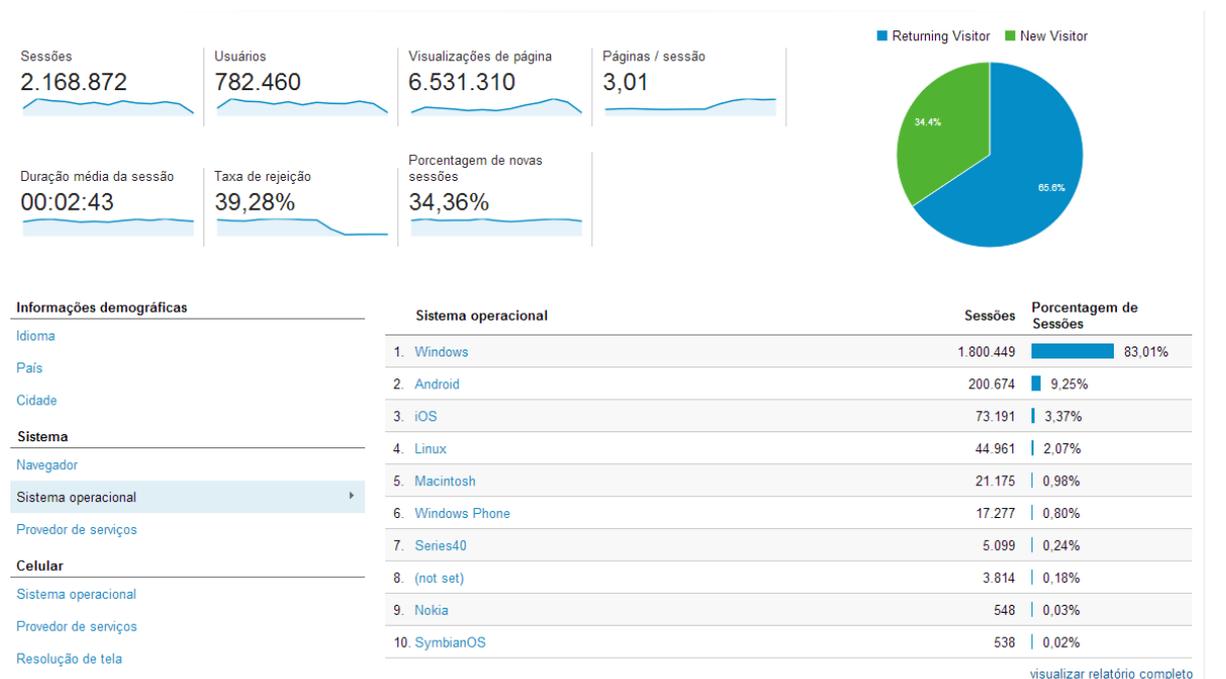


O portal geral é mais acessado no Brasil, com mais de dois milhões de sessões. Os Estados Unidos são o segundo país que mais acessa a página. Maceió continua sendo a cidade onde é registrado o maior número de acessos ao portal.

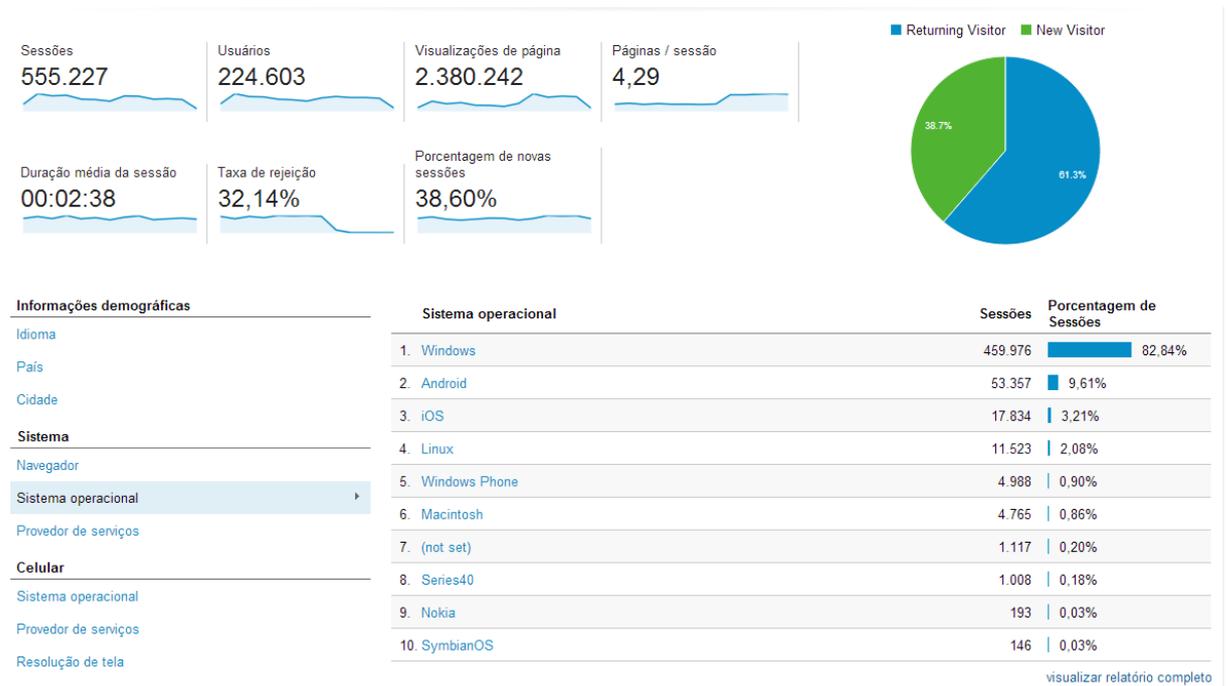


7.3. Acessos ao portal geral por sistema operacional

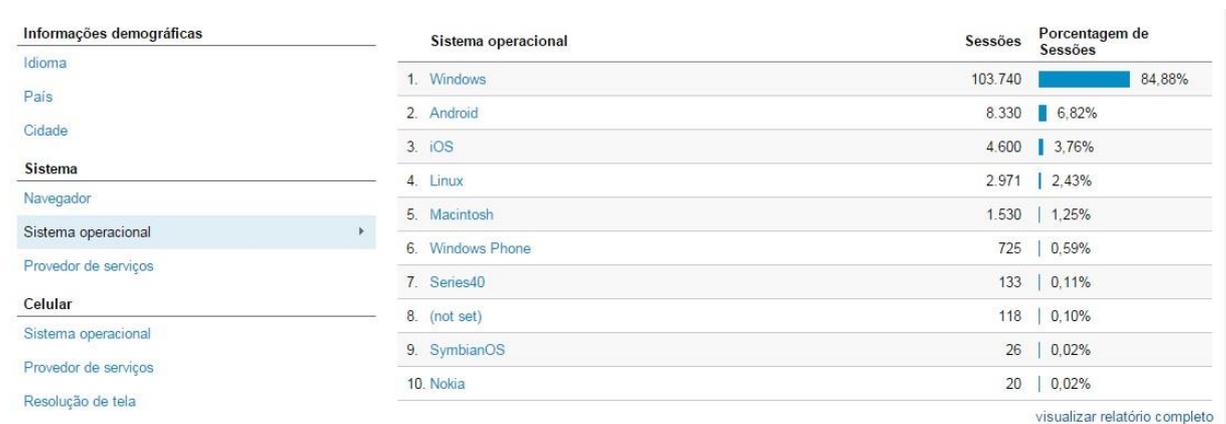
O portal geral foi mais acessado pelo sistema operacional Windows; o sistema Android foi o segundo, como demonstrado no gráfico abaixo. O mesmo se repetiu nos portais do estudante e do servidor.



7.4. Acessos ao portal do estudante por sistema operacional



7.5. Acessos ao portal do servidor por sistema operacional



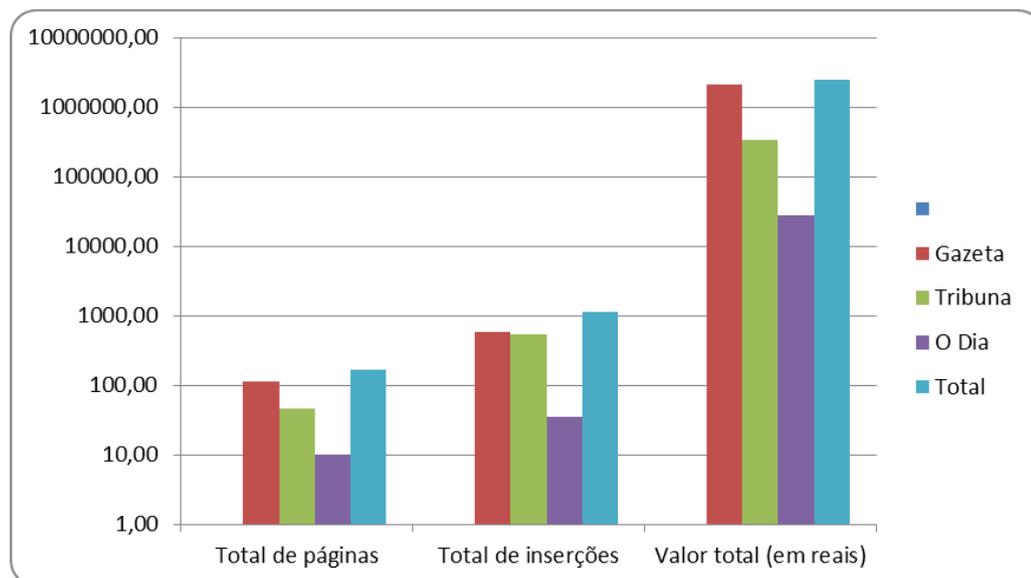
8. Ufal na mídia

Todo o espaço que a Ufal consegue na mídia é gratuito, seja de forma espontânea ou sugerido pela Assessoria de Comunicação. O que é divulgado sobre a Universidade é mensurado pela Ascom e, assim, temos a dimensão de quantas vezes a instituição foi citada como referência. Esse acompanhamento é disponibilizado no portal geral, pelo link *Ufal na mídia*. Veja o desempenho:

8.1. Jornal impresso

A maior inserção de notícias sobre a Ufal foi no Jornal Gazeta de Alagoas. Foram quase 89 páginas com informações positivas e neutras, o que equivaleria, em reais, a mais de R\$ 2 milhões. Na Tribuna Independente, mais de 32 páginas positivas e neutras, o que corresponderia a cerca de meio milhão de reais. No semanário O Dia, cujos exemplares recebemos gratuitamente, a Ufal teve quase dez páginas positivas e neutras, o que convertendo em reais, seria o equivalente a pouco mais de R\$ 30 mil. É necessário destacar que esse semanário não está mais sendo fornecido, por isso não temos números precisos em relação às inserções.

Veículo	Páginas (Positivas e Neutras)	Páginas (Negativas)	Total geral de páginas	Total de inserções	Total (em reais)
Gazeta	88,72	23,13	111,85	574	R\$ 2.112.238,92
Tribuna	32,36	12,80	45,16	528	R\$ 336.188,04
O Dia	9,22	0,93	10,15	35	R\$ 27.660,00
Total	130,3	36,86	164,16	1.137	R\$ 2.476.086,96



A partir de 2014, a Ascom passou a fazer uma análise quantitativa e qualitativa das inserções da Ufal na mídia. No total, foram **164,16** páginas publicadas, sendo 130,3 positivas e neutras e 36,86 negativas. No entanto, só convertemos em reais as positivas e neutras. Se fôssemos pagar pelas inserções da Ufal, ou seja, pelas 130,3 páginas positivas e neutras, seria o equivalente a quase R\$ 2,5 milhões.

Toda mídia da Ufal é gratuita e, no total, a Ascom conseguiu mensurar 1.137 inserções nos jornais impressos. Uma média de 94,75 por mês e 3,1 por dia.

Em 2014, a Ufal também conseguiu inserção em um jornal do Japão, o *The Mainichi* (em inglês). Foi publicada, em outubro, uma matéria sobre a disputa do 2º turno das eleições presidenciais no Brasil, com cientistas políticos da Ufal, os professores Ranulfo Paranhos e Elder Maia. Esse foi um dos atendimentos que a Ascom fez à imprensa. A matéria não foi contabilizada porque não temos como mensurar, só consta na subclassificação da clipagem.

- Gazeta de Alagoas

Mês	Total de Páginas (Positivas e Neutras)	Valor em Real (por página)	Total (em reais)
Dezembro	6,11	10.710,00	65.438,00
Janeiro	3,08	10.710,00	32.986,00
Fevereiro	7,38	10.710,00	79.039,80
Março	10,39	26.816,40	278.622,40
Abril	4,65	26.816,40	124.696,26
Maiο	10,43	26.816,40	279.695,05
Junho	8,02	26.816,40	215.067,52
Julho	10,97	26.816,40	294.175,91
Agosto	8,36	26.816,40	224.185,10
Setembro	6,70	26.816,40	179.669,88
Outubro	7,29	26.816,40	195.491,56
Novembro	4,69	26.816,40	125.740,78
Dezembro	0,65	26.816,40	17.430,66
Total de páginas	88,72	Total em reais	2.112.238,92

- Tribuna Independente

Mês	Total de Páginas (Positivas e Neutras)	Valor em Real (por página)	Total (em reais)
Dezembro	0,60	10.389,00	6.233,40
Janeiro	1,68	10.389,00	17.453,52
Fevereiro	2,35	10.389,00	24.414,15
Março	2,34	10.389,00	24.310,26

Abril	2,41	10.389,00	25.037,49
Maio	3,17	10.389,00	32.933,13
Junho	3,51	10.389,00	36.465,39
Julho	3,82	10.389,00	39.685,98
Agosto	3,21	10.389,00	33.348,69
Setembro	3,11	10.389,00	32.309,79
Outubro	3,72	10.389,00	38.647,08
Novembro	1,77	10.389,00	18.388,53
Dezembro	0,67	10.389,00	6.960,63
Total de páginas	32,36	Total em real	336.188,04

- O Dia Alagoas

Mês	Total de Páginas (Positivas e Neutras)	Valor em Real (por página)	Total (em reais)
Dezembro	1,70	3.000,00	5.100,00
Janeiro	1,16	3.000,00	3.480,00
Fevereiro	1,25	3.000,00	3.750,00
Março	2,33	3.000,00	6.990,00
Abril	0,21	3.000,00	630,00
Maio	2,44	3.000,00	7.320,00
Novembro	0,13	3.000,00	390,00
Total de páginas	10,15	Total em real	27.660,00

Em 2013, o jornal **O Dia Alagoas** teve oito meses sem registro de inserções, porque a entrega não é regular, justamente por ser cortesia. No total, o valor convertido em reais foi maior que em 2014, que teve seis meses sem registro.

8.2. TV

O espaço conquistado na TV mantém números impressionantes, apesar de na conversão em reais o valor ter sido reduzido. Nos três veículos foram 404 inserções, sendo 375 positivas e neutras e 29 negativas.

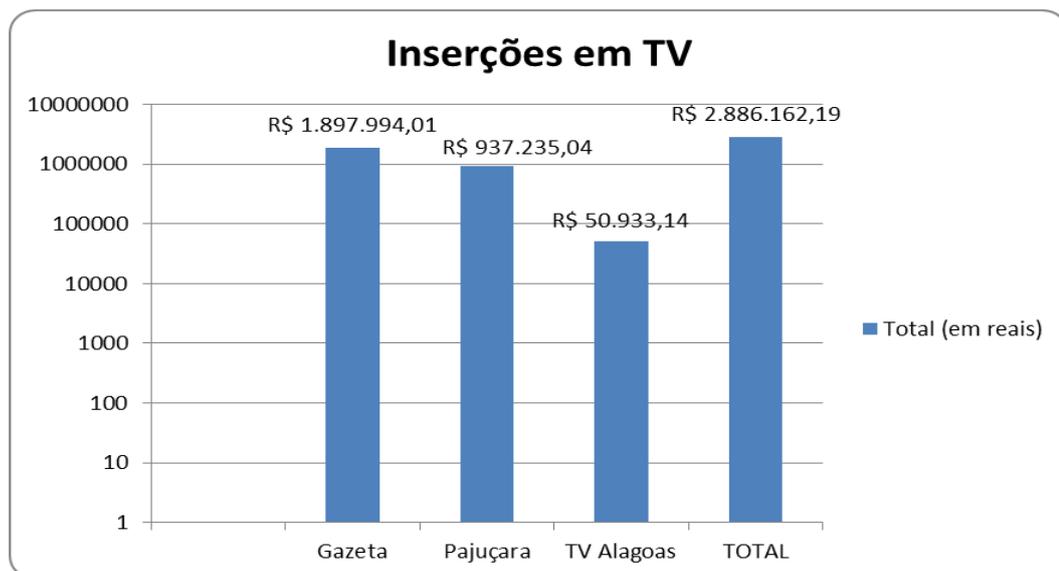
Na TV Gazeta foram 249 inserções de notícias positivas e neutras, o que representaria, em reais, quase R\$ 1,9 milhão. Na Pajuçara, foram 112, o que equivaleria a quase R\$ 1

milhão. Na TV Alagoas, o número de notícias contabilizadas como positivas e neutras foi 14, que corresponderia a quase R\$ 51 mil.

Assim como no impresso, a Ascom excluiu do cálculo para conversão em reais a avaliação negativa. Isso porque ninguém pagaria para publicar algo negativo sobre a instituição. Também é importante frisar que a Ufal teve mais inserções nas TVs abertas e nas fechadas, mas nem sempre o que é veiculado nesses veículos fica disponível na internet e, por isso, a Ascom não tem como mensurar.

Veículo	Inserções (Positivas e neutras)	Inserções (Negativas*)	Total de inserções	Total (em reais)
TV Gazeta	249	12	261	1.897.994,01
TV Pajuçara	112	14	126	937.235,04
TV Alagoas	14	3	17	50.933,14
TOTAL	375	29	404	2.886.162,19

* Não contabilizadas para os cálculos em reais

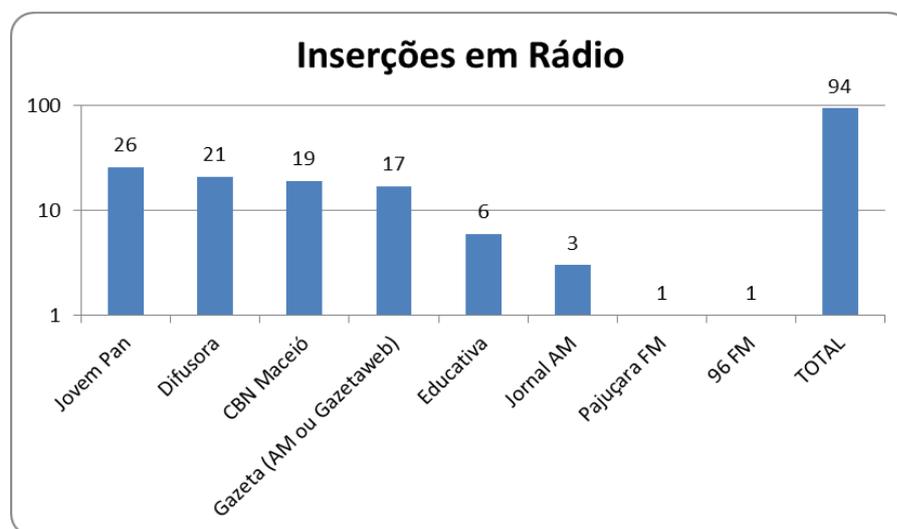


AValiação	TV GAZETA	TV PAJUÇARA	TV ALAGOAS	TOTAL
Positiva	228	91	8	327
Negativa	12	14	3	29
Neutra	21	21	6	48
TOTAL	261	126	17	404

8.3. Rádio

A Ascom continua com dificuldades para mensurar a inserção da Ufal no rádio porque não há disponibilização do que é veiculado na internet e, também, não existe um sistema de rádio escuta montado. Pelo que conseguimos constatar a partir do nosso atendimento à imprensa, a Ufal teve 94 inserções no rádio, mas esse número não é real porque sabemos que muitas entrevistas são agendadas diretamente com professor, pesquisador ou responsável pela realização de algum evento na instituição. Então, são diversos os fatores que dificultam a mensuração mais apurada.

Veículo	Total de Inserções por mês
Jovem Pan	26
Difusora	21
CBN Maceió	19
Gazeta (AM ou Gazetaweb)	17
Educativa	6
Jornal AM	3
Pajuçara FM	1
96 FM	1
TOTAL	94

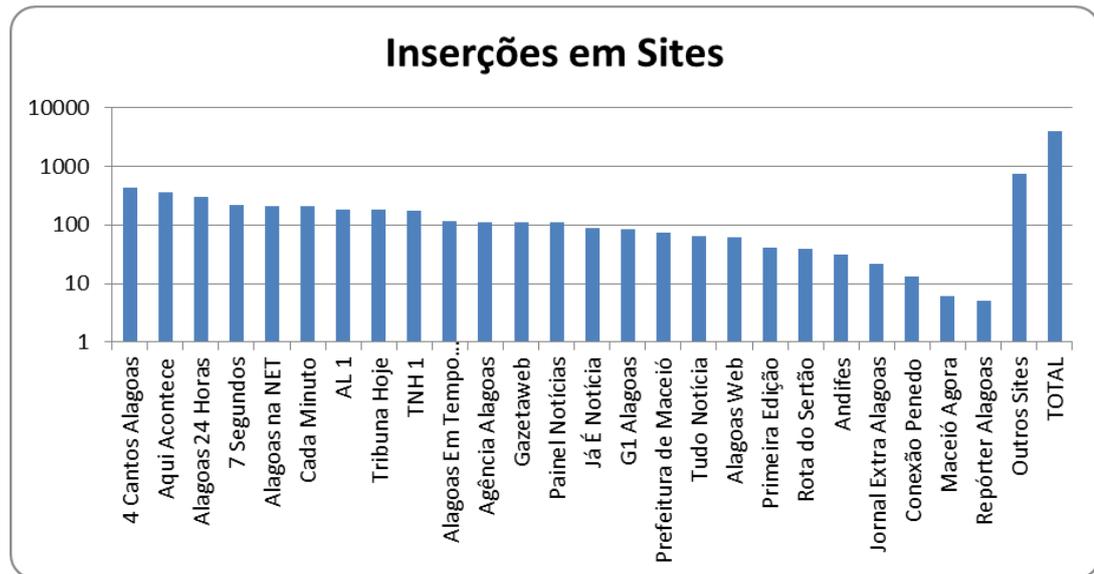


8.3. Web

A Ufal teve 3.998 inserções, durante o ano, em sites alagoanos e nacionais. Esse número representa a mídia espontânea, ou seja, o que produzido pelo próprio veículo, e que é

sugerido e enviado pela Ascom. Vinte e cinco desses veículos estão identificados na tabela abaixo porque são os que mais divulgam diariamente a Universidade. Os demais, que têm uma periodicidade de publicação menor, estão como outros, que representam pouco mais de 700 inserções.

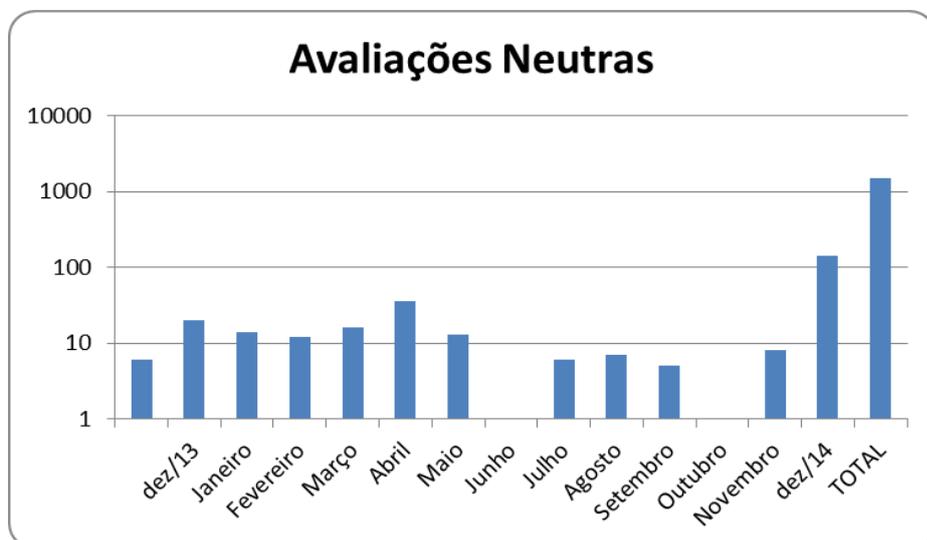
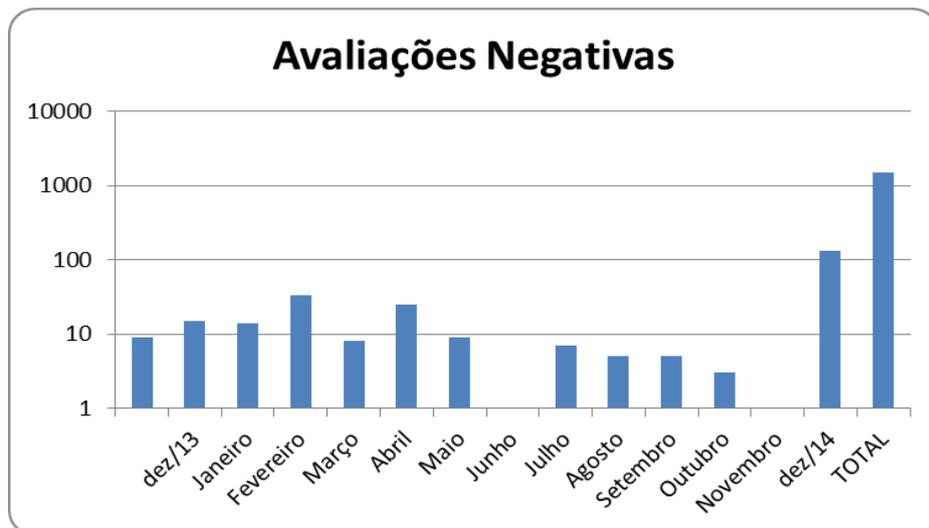
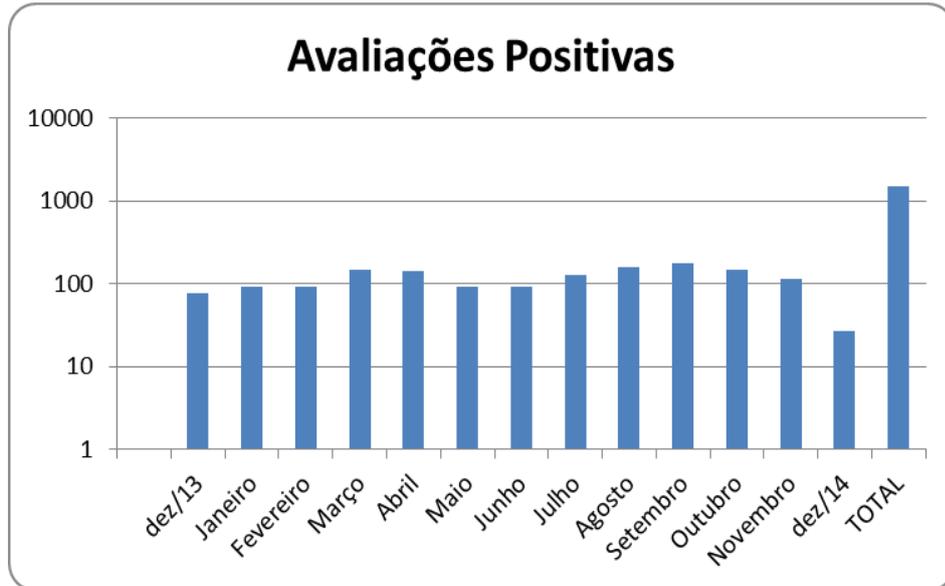
Sites	Total de Inserções por mês
4 Cantos Alagoas	428
Aqui Acontece	366
Alagoas 24 Horas	298
7 Segundos	216
Alagoas na NET	212
Cada Minuto	211
AL 1	186
Tribuna Hoje	182
TNH 1	176
Alagoas Em Tempo Real	118
Agência Alagoas	113
Gazetaweb	112
Painel Notícias	111
Já É Notícia	87
G1 Alagoas	85
Prefeitura de Maceió	75
Tudo Notícia	63
Alagoas Web	61
Primeira Edição	40
Rota do Sertão	39
Andifes	31
Jornal Extra Alagoas	22
Conexão Penedo	13
Maceió Agora	6
Repórter Alagoas	5
Outros Sites	742
TOTAL	3.998



8.3.1. Avaliação das matérias publicadas nos sites e clipadas no Ufal na mídia

Das 3.998 matérias veiculadas sobre a Ufal nos sites, **1.782** foram mídia espontânea. Desse total, **1.500** foram avaliadas como mídia positiva, 136 como negativa e 146, neutra. Vale salientar que a Ascom só avalia o que é mídia espontânea.

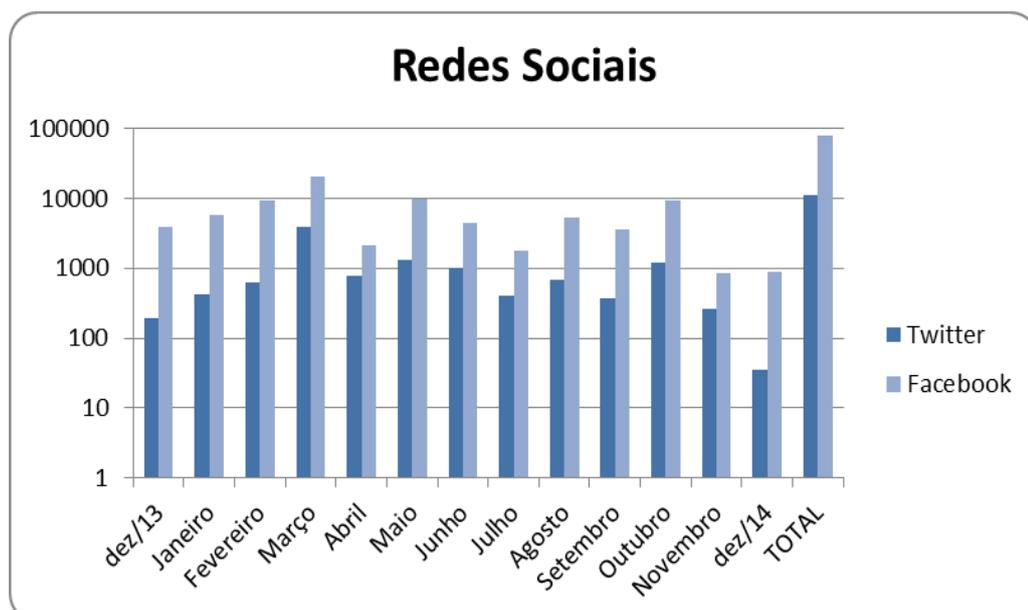
Mês	Avaliação		
	Positiva	Negativa	Neutra
Dezembro 2013	76	9	6
Janeiro	93	15	20
Fevereiro	91	14	14
Março	146	35	12
Abril	141	8	16
Mai	94	26	38
Junho	93	9	14
Julho	133	-	-
Agosto	159	7	6
Setembro	179	5	7
Outubro	151	5	5
Novembro	117	3	-
Dezembro 2014	27	-	8
TOTAL	1.500	136	146
TOTAL GERAL	1.782		



8.3.2. Repercussão das matérias nas redes sociais a partir da publicação nos sites

A partir das matérias veiculadas nos sites, a Ufal teve repercussão de mais de 89 mil curtidas nas redes sociais, sendo **11.347 tweets** e **77.874** recomendações no Facebook.

Meses	Rede Social	
	Twitter	Facebook
Dezembro 2013	194	3.957
Janeiro	421	5.693
Fevereiro	624	9.429
Março	3.958	20.768
Abril	790	2.162
Maió	1.332	9.892
Junho	1.033	4.487
Julho	413	1.812
Agosto	678	5.200
Setembro	372	3.574
Outubro	1.231	9.165
Novembro	265	862
Dezembro 2014	36	873
TOTAL	11.347	77.874
TOTAL GERAL	89.221	



9. Subclassificação da clipagem (Ufal na mídia)

The screenshot shows the website www.ufal.edu.br/utildades/sala-de-imprensa/clipagem?b_startint=420. The page is titled 'Universidade Federal de Alagoas' and 'ufal - estudante - servidor - transparência'. The main content area is 'Clipagem', showing a list of news items. A red box highlights the 'UFAL na Mídia' link in the 'Links Úteis' section. A green line connects this link to the 'UFAL na Mídia' link in the 'Próximos eventos...' section.

Com a clipagem feita pela Ascom e disponibilizada no *Ufal na mídia*, link disponível no portal geral, qualquer pessoa tem acesso ao que conseguimos mensurar em termos de exposição da Universidade nos veículos de comunicação – sites, jornais impressos e TVs. Os dados registrados de 7 de dezembro de 2013 até 5 de dezembro de 2014 demonstram que a Ufal teve mais de 5,6 mil inserções em jornais, sites e TVs (mídia espontânea e sugerida pela Ascom). Isso significa que houve 468 inserções mensais e uma média de 15,4 inserções dia.

Inserções por Gênero	
Matérias	4.552
Notas e Colunas	806
Entrevistas	211
Artigos	45
Capas	31
TOTAL	5.653

Ano	Comparativo de Inserções
2014	5.653
2013	5.735

Subclassificação do Gênero (assunto)	
Gestão (Institucional)	901
Graduação	654
Pós-graduação	248
Extensão	355
Equipamentos Culturais	861
Ocorrências	75
Educação a Distância	150
Hospital Universitário / Ebserh	273
Enem/SiSU	177
Edufal	102
Entidades	207
Concursos	95
Inovação e Empreendedorismo	90
Assuntos Gerais	1.465
TOTAL	5.653

10. Redes sociais da Ufal

10.1. Facebook – 8.150 curtidas



A *fanpage* oficial da Ufal no Facebook foi ao ar em setembro de 2014 e, de lá para cá, as curtidas e compartilhamentos só têm aumentado. Alcançamos **8.150** curtidas em **72 dias** de página no ar (de 24 de setembro a 5 de dezembro) e o envolvimento total alcançou **60.780** curtidas, comentários e compartilhamentos. Mas há outros números impressionantes. Em relação ao alcance total, ou seja, visualização que a página teve, chegamos a **785.540** usuários. Se formos analisar o número de vezes que o conteúdo da página foi visto (o total de impressões), aí chegamos a **1.544.839** de conteúdos relacionados à página.

A soma total de cliques de conteúdos na página (curtidas, comentários, cliques nas fotos e compartilhamentos) alcançou **97.526**. O total de *check-ins* foi de **3.583** (quando você chega à Universidade e marca que está nesse local).

A média diária de fãs conectados no Facebook da Ufal chega a **5.993** usuários únicos. Isso significa que das mais de oito mil pessoas que curtem a página, aproximadamente **75%** estão

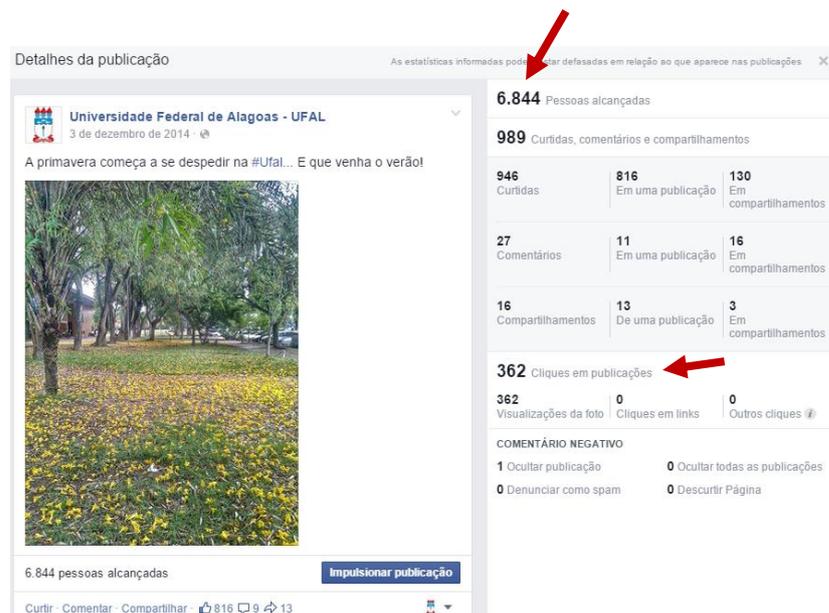
on-line diariamente. Isso mostra que a maioria das pessoas que curte a página da Ufal é usuário ativo.

Provavelmente, a Universidade Federal de Alagoas foi uma das últimas instituições federais a trabalhar com essa rede social. No entanto, só poderíamos assumir esse compromisso dando carga total a essa ferramenta. Nós a utilizamos como forma de aproximar a Ufal da sociedade, de interagir com os diversos públicos.



Nossa estratégia de publicação dos posts é baseada nos horários com maior audiência, fornecidos pelo próprio Facebook. Os horários de pico são meio-dia, 18h e entre 20h e 21h. A diferença não é tão grande em relação à semana, mas sexta-feira, sábado e domingo são os dias com maior audiência, por isso, sempre temos publicações programadas para esses dias.

➔ Publicação com maior número de pessoas alcançadas e a segunda mais clicada da página:



➤ Publicação com mais cliques na página:

Detalhes da publicação As estatísticas informadas podem estar defasadas em relação ao que aparece nas publicações

Universidade Federal de Alagoas - UFAL adicionou 27 novas fotos ao álbum 2º Congresso Internacional da Realidade Semiárida — em Ufal - Campus Do Sertão 12 de novembro de 2014

Estudantes, professores e pesquisadores de várias partes do país prestigiam abertura do Congresso Internacional no Campus do Sertão, em Delmiro Gouveia.




474 Pessoas alcançadas

133 Curtidas, comentários e compartilhamentos

108 Curtidas	34 Em uma publicação	74 Em compartilhamentos
12 Comentários	0 Em uma publicação	12 Em compartilhamentos
13 Compartilhamentos	13 De uma publicação	0 Em compartilhamentos

3.273 Cliques em publicações ➔

3.273 Visualizações da foto	0 Cliques em links	0 Outros cliques
-----------------------------	--------------------	------------------

COMENTÁRIO NEGATIVO

0 Ocultar publicação 1 Ocultar todas as publicações

0 Denunciar como spam 0 Descurtir Página

474 pessoas alcançadas Impulsionar publicação

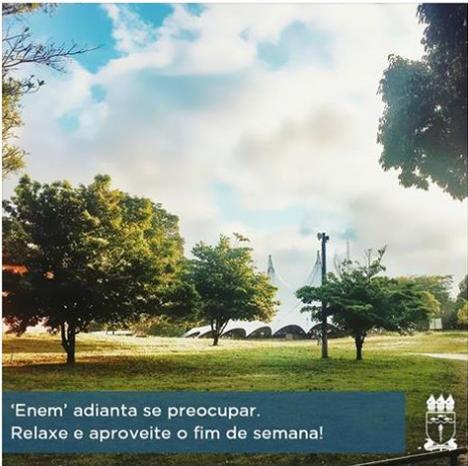
Curtir · Comentar · Compartilhar 34 13

➤ Segunda publicação com maior número de pessoas alcançadas da página:

Detalhes da publicação As estatísticas informadas podem estar defasadas em relação ao que aparece nas publicações

Universidade Federal de Alagoas - UFAL com Warner Filho e outras 2 pessoas 7 de novembro de 2014 · Editado (?)

Bom fim de semana a todos. E ao estudante que vai fazer o #Enem2014, boa prova! Estamos ansiosos por sua chegada!
Foto: Renner Boldrino (A Ufal dos meus olhos)



4.968 Pessoas alcançadas

177 Curtidas, comentários e compartilhamentos

145 Curtidas	68 Em uma publicação	77 Em compartilhamentos
23 Comentários	7 Em uma publicação	16 Em compartilhamentos
9 Compartilhamentos	8 De uma publicação	1 Em compartilhamentos

86 Cliques em publicações

86 Visualizações da foto	0 Cliques em links	0 Outros cliques
--------------------------	--------------------	------------------

COMENTÁRIO NEGATIVO

4 Ocultar publicação 1 Ocultar todas as publicações

0 Denunciar como spam 0 Descurtir Página

4.968 pessoas alcançadas Impulsionar publicação

Curtir · Comentar · Compartilhar 68 5 6

Terceira publicação com maior número de pessoas alcançadas da página:

Detalhes da publicação As estatísticas informadas podem estar defasadas em relação ao que aparece nas publicações

Universidade Federal de Alagoas - UFAL
12 de novembro de 2014 · Editado

A concessão é destinada à instalação e ao funcionamento de diversos estabelecimentos, tais como: papelaria/gráfica rápida e banca de revista. Mais informações: (82) 3214-1520 - bit.ly/1Eti7Qg



Licitação aberta para cinco espaços públicos no Campus A.C. Simões

4.830 pessoas alcançadas [Impulsionar publicação](#)

Curtir · Comentar · Compartilhar · 127 · 12 · 23

4.830 Pessoas alcançadas		
256 Curtidas, comentários e compartilhamentos		
206 Curtidas	127 Em uma publicação	79 Em compartilhamentos
25 Comentários	14 Em uma publicação	11 Em compartilhamentos
25 Compartilhamentos	23 De uma publicação	2 Em compartilhamentos
422 Cliques em publicações		
207 Visualizações da foto	86 Cliques em links	129 Outros cliques
COMENTÁRIO NEGATIVO		
2 Ocultar publicação	0 Ocultar todas as publicações	
0 Denunciar como spam	0 Descurtir Página	

Terceira publicação com mais cliques na página:

Detalhes da publicação As estatísticas informadas podem estar defasadas em relação ao que aparece nas publicações

Universidade Federal de Alagoas - UFAL
15 de novembro de 2014

Desejamos a todos um fim de semana de muito descanso. Nos vemos na segunda-feira! Até lá, Ufal!



2.832 pessoas alcançadas [Impulsionar publicação](#)

Curtir · Comentar · Compartilhar · 180 · 2 · 1

2.832 Pessoas alcançadas		
198 Curtidas, comentários e compartilhamentos		
192 Curtidas	180 Em uma publicação	12 Em compartilhamentos
2 Comentários	2 Em uma publicação	0 Em compartilhamentos
4 Compartilhamentos	1 De uma publicação	3 Em compartilhamentos
574 Cliques em publicações		
281 Visualizações da foto	0 Cliques em links	293 Outros cliques
COMENTÁRIO NEGATIVO		
1 Ocultar publicação	0 Ocultar todas as publicações	
0 Denunciar como spam	0 Descurtir Página	

↘ Quinta publicação com maior número de pessoas alcançadas da página:

Detalhes da publicação

Universidade Federal de Alagoas - UFAL
26 de dezembro de 2014 às 19:00 · Editado 191 ·

Aproveitem bastante as férias e tenham um excelente fim de ano!
#Feliz2015 a todos! 😊

Mais uma semana se foi, mais um ano que vem!

3.714 pessoas alcançadas

297 Curtidas, comentários e compartilhamentos

290 Curtidas	270 Em uma publicação	20 Em compartilhamentos
1 Comentários	1 Em uma publicação	0 Em compartilhamentos
6 Compartilhamentos	5 De uma publicação	1 Em compartilhamentos

77 Cliques em publicações

77 Visualizações da foto

0 Cliques em links

0 Outros cliques

COMENTÁRIO NEGATIVO

0 Ocultar publicação

0 Ocultar todas as publicações

0 Denunciar como spam

0 Descurtir Página

Procuramos dar espaço a todas as unidades da Ufal. A postagem das fotos com o evento promovido pelo Campus do Sertão foi a mais clicada da página e a foto da sede do Campus do Sertão desejando bom fim de semana foi a terceira publicação com mais clicks na página. A foto que mostra a frente da Reitoria coberta de flores amarelas foi postada pela beleza plástica mesmo, mas não imaginávamos que teria a repercussão que teve. É assim com mensagens simples e despretensiosas, sobre assuntos que não têm ligação com ensino, pesquisa e extensão, que vamos aumentando nossos contatos e as idas à página da Ufal.

10.2. Twitter – 23.205

Ufal (Oficial) @UFALoficial

Tweets Tweets e respostas Fotos e vídeos

Ufal (Oficial) @UFALoficial · 15 de jun

O @CaiiteAlagoas tem como tema 'Desafios para Alagoas'. Mais informações em breve! #Caiite2015 caiite.org

14 de 20 de junho de 2015

O Twitter da Ufal foi criado em 2009 e vinha se mantendo de forma estática, sendo apenas um espelho das matérias publicadas no portal Geral, mas sem muita ou quase nenhuma interação. No entanto, com a implantação das redes sociais da Ufal, de forma oficial (Facebook, Instagram e Flickr), conseguimos movimentar o Twitter a partir de junho e intensificar seu uso em setembro, com a consolidação das demais ferramentas de interação.

Em junho tínhamos **12.815** seguidores e, em setembro, com a instituição de uma equipe de servidores

e bolsistas da Ascom que assumiu as redes sociais da Ufal, subimos para 17.091 seguidores. Em dezembro (até dia 5), praticamente dobramos esse número: alcançamos **23.205** seguidores.

ENEM 2014
8 e 9 de novembro
 Estamos ansiosos por sua chegada!
 Acompanhe nossas redes sociais e já se sinta em casa

TWEETS 5.983 SEGUINDO 189 SEGUIDORES 20,6 mil CURTIU 4.705

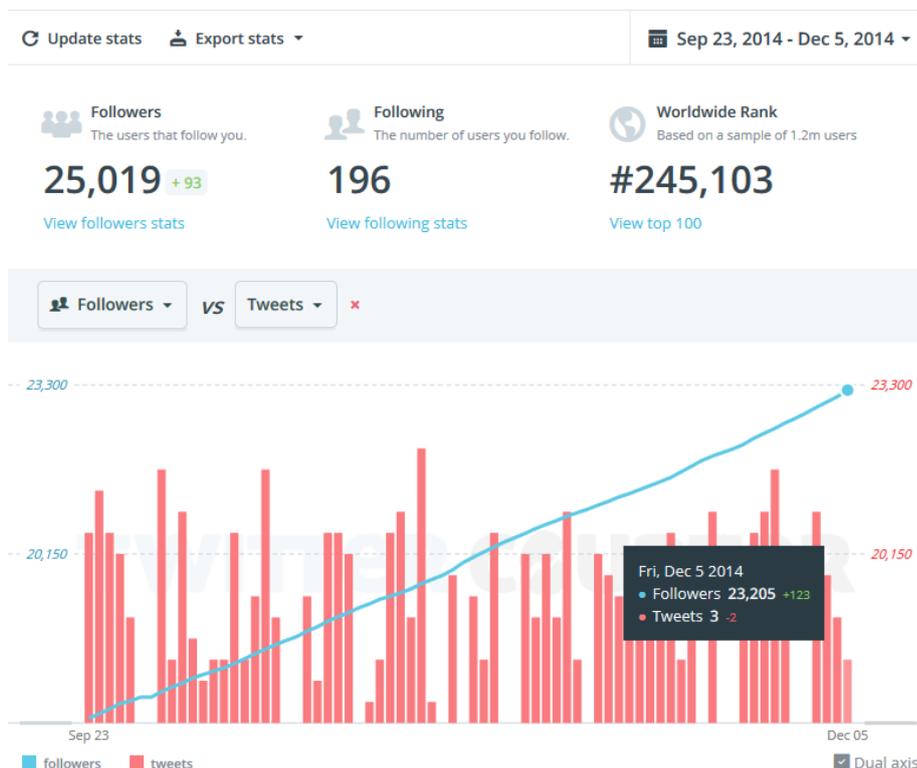
Ufal (Oficial) @UFALoficial
 Twitter oficial da Universidade Federal de Alagoas - Assessoria de Comunicação: (82) 3214-1052 - fb.com/ufaloficial flickr.com/ufaloficial ufal.edu.br Participa desde maio de 2009

Novembro Azul faz alerta sobre câncer de próstata bit.ly/1wsPDFE

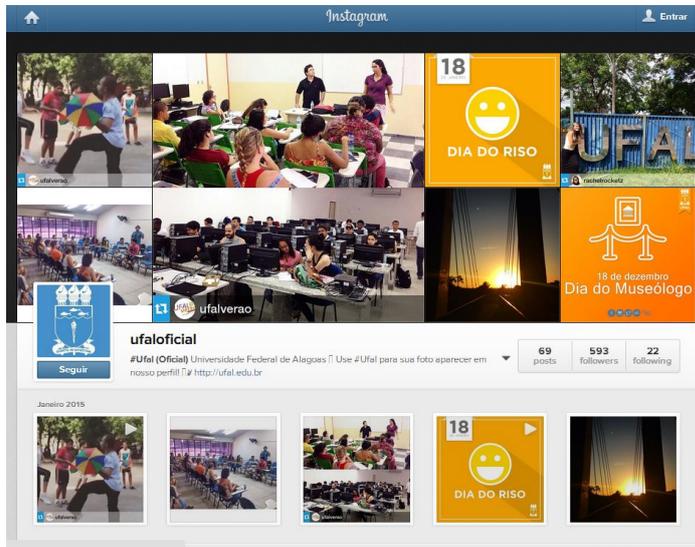
Lucas @voyportvoy · 15 h
 @ufaloficial Bom dia! O programa de Residência Universitária também é oferecido para estudantes de outros estados? Sou de Minas. Obrigado!

Ufal (Oficial) @UFALoficial · 1 h
 Olá, @voyportvoy! Sim, o programa da RUA também é para outros estados. Para mais informações, falar com a @ProestUfal: (82) 3214-1081.

Lucas @voyportvoy · 1 h
 @ufaloficial Muito obrigado pela atenção e informações!!! Vou procurar saber mais. ;)



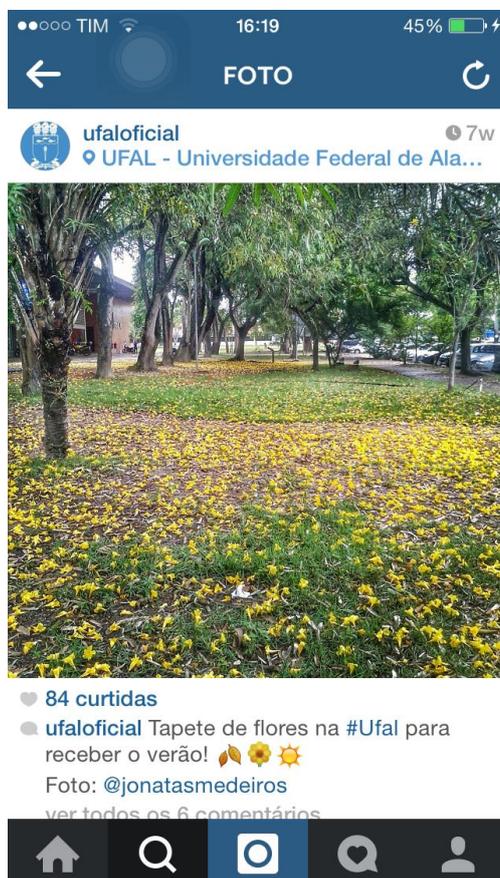
10.3. Instagram – 504 seguidores

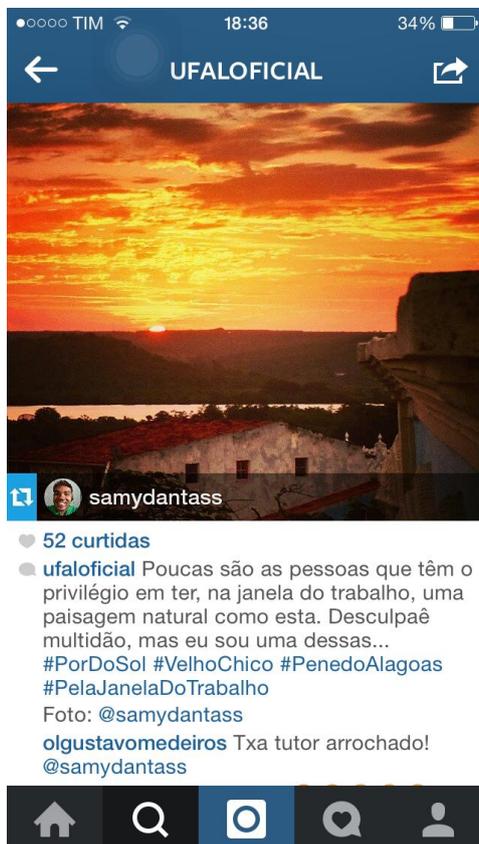
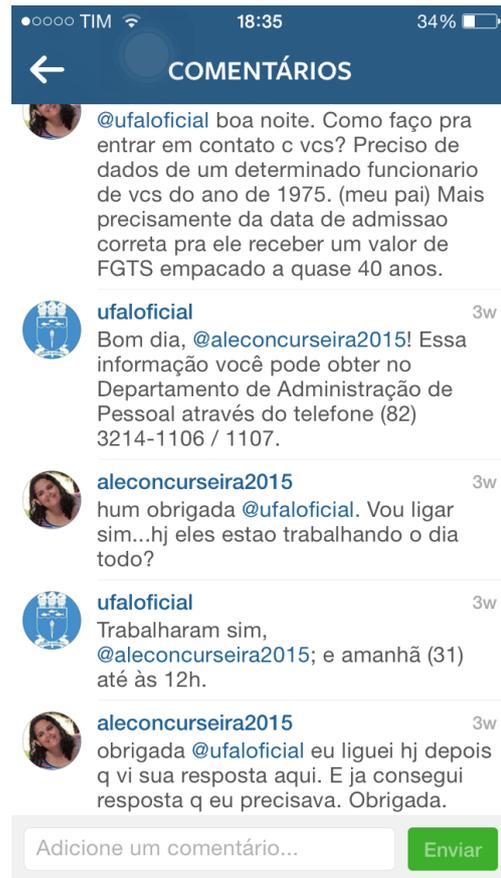


Essa rede social tem um papel diferente das demais. Sua função não é divulgação de notícias do portal. O Instagram é usado para agregar valor à marca #Ufal, por meio de fotos que mostrem outro olhar sobre a instituição, sejam produzidas pela Ascom e também postadas pela comunidade acadêmica em suas redes pessoais e repostadas no nosso perfil. O objetivo é aproximar a Universidade de seus públicos e criar uma interação e sentimento de pertencimento de ambos os lados. Com isso, pretendemos que as pessoas “vistam a camisa” e se

orgulhem de mostrar que fazem parte da Ufal. Por outro lado, a Universidade melhora sua imagem diante da sociedade, valorizando alunos, servidores e os *campi*.

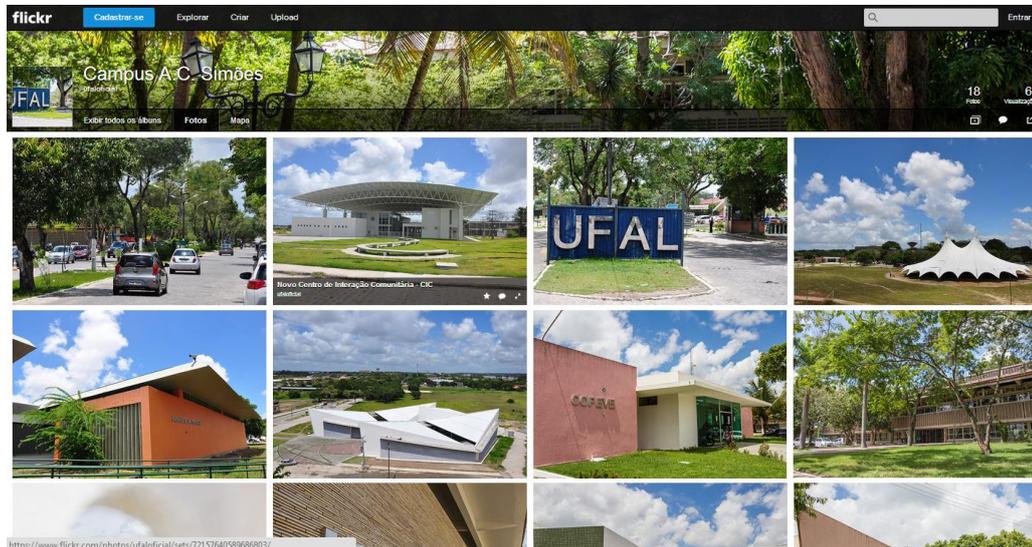
Nossa meta não é quantitativa; é alcançar um *feedback* positivo e despertar um sentimento agradável nas pessoas que seguem nosso Instagram. Para exemplificar, em três meses de existência, não tivemos nenhum comentário negativo.





10.3. Flickr

Seguindo a linha do Instagram, o Flickr é usado para manter um acervo de fotos profissionais da estrutura física da Universidade, que está à disposição da sociedade e da mídia em geral para reprodução.



11. Ações de Relações Públicas e Comunicação institucional

A partir do mês de setembro, a Ascom recebeu a primeira servidora para o cargo de relações públicas da Ufal e passou a trabalhar de forma estratégica a comunicação interna, com o objetivo de agregar servidores, alunos e comunidade acadêmica, além de gerar neles um clima favorável e de identificação com a Universidade.

As campanhas institucionais buscaram, desta forma, integrar a Ufal com seus públicos por meio de um fluxo direto e constante, contribuindo para o desenvolvimento e a manutenção de um clima positivo, propício ao cumprimento dos objetivos institucionais da Universidade, ao crescimento continuado das atividades e serviços e à expansão de suas potencialidades.

Além disso, foi possível estabelecer um vínculo com a sociedade alagoana, proporcionado pelas interações nas redes sociais e na mídia, o que corrobora com a finalidade da Ufal de intervir para o desenvolvimento do Estado e do povo alagoano.

Nesse sentido, foram propostas algumas adequações nas rotinas internas do Núcleo de Relações Públicas (Nurp), reativado com a chegada da relações públicas, para ajudar no desenvolvimento das ações.

11.1. Atualização do banco de dados:

Visando a uma melhor dinâmica de trabalho interno da equipe, foram atualizados os dados internos, tais como: nome, telefone, e-mail e cargo dos servidores dos três *campi*, separados por categorias: diretores de unidade, coordenadores de curso, docentes e técnico-administrativos; contato das Instituições de Ensino Superior (IES) de Alagoas, das Instituições Federais de Ensino Superior (Ifes) e *mailing* das principais redações do Estado.

Foi implantada, ainda, uma ferramenta, em parceria com o Núcleo de Tecnologia da Informação (NTI), a partir da qual é possível realizar buscas de e-mails dos alunos da Ufal. Esse mecanismo permite que a Ascom possa divulgar de modo personalizado as

comunicações voltadas para o corpo discente, caracterizando-se por ser uma forma de comunicação dirigida a esse público.

11.2. Cartão de boas festas

Encaminhado por e-mail, em nome do reitor e da vice-reitora, para todos os servidores.



11.3. Política de valorização das profissões

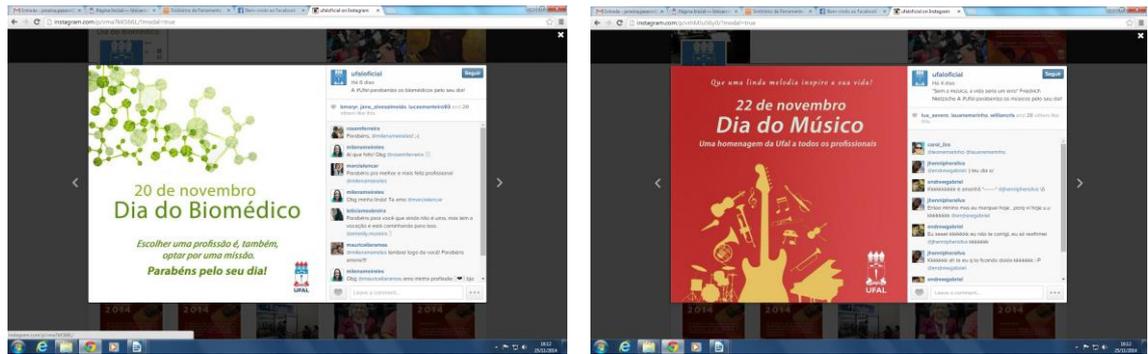
A partir do levantamento das profissões existentes na Universidade, foi possível elaborar um calendário anual com datas comemorativas das profissões. Com base nesse calendário, foram elaboradas mensagens de felicitação para os servidores. O objetivo dessa ação é cativar o servidor lembrando-o da importância de sua atuação para a Ufal.

Ao longo dos quatro últimos meses de 2014, foram trabalhadas as profissões de médico, arquivista, biomédico, músico, fonoaudiólogo, engenheiro e arquiteto. Além disso, foi realizada uma campanha especial voltada para os servidores públicos, pela passagem de seu dia, no mês de outubro.

As homenagens foram prestadas pela Universidade por meio do site institucional (portais geral e do servidor), em formato de banners, e dos perfis da Ufal no Facebook e no Instagram. Algumas também foram veiculadas em outdoor e enviadas por e-mail para cada servidor. Nesse caso, tivemos muitos retornos de agradecimento pela homenagem recebida.

Vale salientar que essas ações são institucionais, ou seja, algumas são veiculadas em outdoor e enviadas por e-mail em nome da gestão da Universidade.





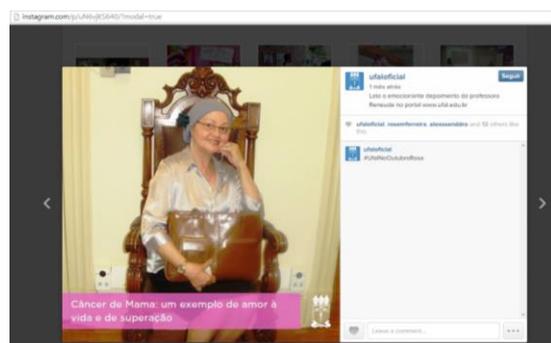
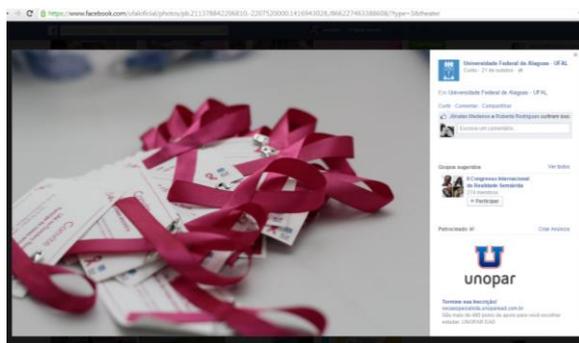
11.4. Ufal no Outubro Rosa

Esta campanha teve como principal objetivo a conscientização de servidores, alunos e pessoas da comunidade em geral acerca do câncer de mama. Aproveitando a data tão emblemática no mundo todo, a Ufal, enquanto instituição socialmente responsável, engajou-se nesse processo pela primeira vez.

No entanto, a Ascom notou que muito mais do que informação, essa campanha foi capaz de gerar mobilização de várias frentes. O evento proporcionou integração entre os servidores, participação entre os alunos, divulgação na mídia e a formalização de muitas parcerias de órgãos internos como a Progep, a Udufal e o HU, além de entidades, empresas e órgãos externos como Sintufal, Geap, Rede Feminina de Combate ao Câncer e Secretaria de Estado da Saúde.

Além disso, esse conjunto de ações conseguiu mobilizar também a Ufal no interior. Na Unidade de Ensino de Penedo houve palestras sobre o tema, vacinação, sarau e apresentação de filmes e documentários. A Ascom conseguiu deixar a Reitoria iluminada de rosa e o prédio foi um dos símbolos da campanha, assim como aconteceu em outros prédios públicos do Estado e do País. Também houve ação no HU e no Restaurante Universitário.

O que a Ascom pretende com esse tipo de iniciativa é que a Ufal se engaje em ações mesmo que não estejam diretamente ligadas a ensino, pesquisa e extensão. A aproximação com a sociedade está no planejamento estratégico da gestão, por isso, vimos que o Outubro Rosa seria uma boa oportunidade de estreitarmos essa relação e mostrarmos que a Ufal vai além da produção do conhecimento científico; ela também mobiliza pessoas em prol de causas sociais.



A divulgação do evento foi feita por meio de convites enviados por e-mail para os servidores, matérias nos portais, nas redes sociais oficiais, na mídia local, além da distribuição de laços rosa para alunos no Restaurante Universitário e na Biblioteca Central e para pacientes do Cacon, no Hospital Universitário.

Durante todo o mês de outubro houve demonstração de engajamento com a campanha. Nas redes sociais, por exemplo, foram oito publicações no Facebook, sendo um álbum com fotos do evento realizado na Reitoria. O alcance total foi de 1.600 pessoas. O envolvimento gerado, ou seja, o total de curtidas, comentários e compartilhamentos, foi de 274 pessoas aproximadamente, com 2.800 cliques.

No Instagram, foram 44 publicações com a *hashtag* #UfalNoOutubroRosa, o que significa dizer que as pessoas marcaram o perfil da Ufal nessa rede. Essa campanha, inclusive, marcou a inauguração da página oficial da Universidade no Instagram.

Vale ressaltar que a campanha foi destacada em outras páginas, como a da Rede Feminina de Combate ao Câncer.

11.5. Enem e Enade



Estas campanhas foram voltadas aos estudantes e tiveram como objetivo principal informá-los sobre os dois principais exames nacionais voltados para este público. Em ambas as campanhas, a Universidade buscou utilizar uma linguagem compatível com o público-alvo e com a ferramenta utilizada, a rede Facebook. Dessa forma, foram feitas publicações diárias com dicas sobre a preparação para a prova ou, no caso do Enade, para o preenchimento do formulário obrigatório.

No caso do Enem, foram feitas nove publicações com alcance total de 14 mil pessoas, das quais 10.374 não haviam curtido ou interagido com a página da Ufal na rede antes da campanha. O envolvimento gerado pela campanha foi de, aproximadamente, 500 pessoas, com cerca de 600 cliques.

Já no caso do Enade, foram feitas seis publicações com alcance total de 4.200 pessoas e um envolvimento de 123 pessoas. No Instagram, foram cinco publicações e 70 curtidas.

11.6. Ufal Solidária

A primeira campanha, em 2014, foi no período natalino. O objetivo principal foi arrecadar doativos para dois abrigos de idosos: Lar São Francisco de Assis e Casa do Pobre, ambos em Maceió. A iniciativa da instituição, encabeçada pela Ascom, contou com a colaboração de servidores de vários setores da Universidade que fizeram doações.

Além de ajudar aos que mais precisam no período do Natal, a campanha busca também incentivar atitudes solidárias entre os públicos que fazem a Ufal. Reforçando o papel social que a instituição tem com o Estado de Alagoas.

Ao todo, foram arrecadados 356 itens (pacotes de fraldas geriátricas, alimentos não perecíveis e material de higiene pessoal).



12. Propostas de Comunicação Institucional para 2015

12.1. Projeto voltado aos servidores aposentados

Parte do planejamento de relações públicas para o ano de 2015 contempla a homenagem aos servidores aposentados. O projeto foi encaminhado para análise da gestão. A proposta é criar uma cultura de valorização dos servidores aposentados, como forma de agradecimento pelos anos de contribuição para a Universidade. Essa medida é importante porque aproxima a gestão da Ufal dos servidores e gera um clima positivo de engajamento entre eles, fazendo com que se reconheçam como Universidade e sintam o retorno da instituição.

12.2. Acesso aos portais

Novas ferramentas de comunicação têm mudado a comunicação externa e interna das instituições também no setor público. O advento da tecnologia da informática, associado ao

uso das redes sociais, tem levado as instituições a se conectarem e divulgarem seu trabalho (serviços e produtos) até o outro lado do mundo.

É prioritário à Ascom, nesse contexto, procurar conhecer o que pensam e sentem os servidores da Universidade em relação às diferentes variáveis comunicacionais que afetam o clima organizacional. Isso porque se forem de natureza positiva, esclarecedora e transparente geram a boa vontade dentro da organização. Por outro lado, se o público interno decodifica ações negativamente, sucedem as frustrações, que são indicativos certos para conflitos futuros e que, conseqüentemente, interferirão no conceito da imagem institucional para com demais públicos.

Isso inclui certamente atender suas necessidades e respeitar seus direitos. Pretende-se desenvolver um sistema de comunicação eficiente e transparente e avaliar se as expectativas estão sendo atendidas, promovendo o ciclo da comunicação.

Assim sendo, a Ascom realiza mensalmente a mensuração das visualizações dos seus portais, buscando conhecer quais as notícias e informações que atingiram estudantes e servidores, com o objetivo de conhecer as preferências de cada público.

Do mesmo modo, a partir desse levantamento é possível consolidar os portais da Ufal como ferramentas de comunicação interna, bem como qualificar o público que acessa os portais e identificar a audiência que o site tem.

Nossa intenção é levar o servidor e o estudante a visitarem diariamente os respectivos portais, para que os mesmos sejam usados como ferramentas de comunicação eficiente.

12.3. Requalificação do Jornal Mural Minuto do Servidor

Público envolvido: servidores.

Objetivos da ação: aproximar os servidores do portal do servidor, por meio de matérias de assuntos variados, incluindo os assuntos de cunho administrativo;

12.4. Recepção dos calouros

Público envolvido: alunos.

Objetivos da ação: conquistar a empatia dos alunos recém-chegados, fazendo que eles sejam multiplicadores das ações da Universidade, com maior ênfase nas redes sociais;

12.5. Elaboração do Manual de Uso de Redes Sociais

Público envolvido: servidores.

Objetivos da ação: criar um padrão no uso das redes sociais da Universidade; auxiliar servidores e alunos que administram páginas com o nome da Ufal a utilizarem uma identidade visual padronizada; melhorar a qualidade de texto e imagem nas redes sociais da Ufal;

12.6. Implantação do Mural Digital (tela dos computadores)

Público envolvido: servidores.

Objetivos da ação: criar um canal de comunicação interno, onde os servidores possam ser informados de modo ágil e eficiente sobre assuntos relacionados ao cotidiano da instituição a exemplo de avisos e lembretes de datas comemorativas. Esta ação é proposta em parceria com o NTI, o qual se responsabilizará pela operacionalização e suporte técnico.