

RELATÓRIO DE ATIVIDADES
ASCOM
2020

Universidade Federal de Alagoas - Ufal
Assessoria de Comunicação - Ascom

**RELATÓRIO ANUAL DE ATIVIDADES
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO
EXERCÍCIO 2020**

Maceió/AL
2020

ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO

Missão

Conceber e executar a política de comunicação da Ufal e contribuir para o alinhamento das ações de gestão com os interesses da comunidade interna. Divulgar a produção acadêmica e cultural da instituição e informar as ações da administração central para os públicos interno e externo com abrangência local, nacional e internacional.

Mostrar a importância da Ufal, revelando os reflexos positivos das suas atividades de ensino, pesquisa e extensão, em benefício da sociedade e do desenvolvimento do Estado de Alagoas.

Visão

Ser um setor-referência em comunicação integrada e sistêmica, trabalhando de forma proativa, eficiente e eficaz no planejamento e desenvolvimento de ações para cumprir sua missão com credibilidade, transparência e construção participativa.

Valores

A Ascom norteia-se pelos princípios do trabalho com ética, credibilidade, compromisso e proatividade, seguindo a visão integrada e sistêmica da comunicação, na busca da unidade do discurso e da qualidade das informações divulgadas.

EQUIPE

Coordenação

Simoneide Batista Araújo da Silva - Coordenadora

Márcia Rejane de Alencar Goncalves Ferreira de Carvalho - Coordenadora adjunta

Servidores técnicos-administrativos

Camila Fialho de Oliveira

Carlos Fernando Monteiro Tenório

Daniel Aubert de Araújo Barros

Diana Monteiro de Carvalho

Izadora Lopes Garcia Nascimento

Jacqueline Freire Costa Matias Alves de Oliveira

Janaina Alves Pereira Almeida dos Santos

Lenilda Luna de Almeida

Manuella Araújo Soares Vavassori

Raniella Barbosa de Lima

Renner Rodrigues Boldrino

Rose Mary Ferreira Pereira Gomes

Thamara Carla Gonzaga Ferreira de Almeida Prado

Thiago Rafael do Prado Silva

Estagiários

Ana Maria Ferreira Xavier

Blenda Lorraine de Oliveira Machado

Emídio David da Silva Albuquerque Ferraz

SUMÁRIO

1. ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO - ASCOM	6
1.1. Organograma Funcional	7
1.2. Informações sobre as áreas, descrição dos produtos e setores responsáveis	8
2. NÚMEROS DA COMUNICAÇÃO DA UFAL	9
3. ANÁLISE SWOT	19
4. ALGUMAS ARTES E CAMPANHAS PRODUZIDAS DE 2020	21

1. ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO - ASCOM

A Assessoria de Comunicação (Ascom) é o órgão de apoio e assessoramento da Universidade Federal de Alagoas (Ufal), vinculada diretamente ao Gabinete da Reitoria, destinada à execução da comunicação e divulgação das ações institucionais desenvolvidas pela Universidade. Estão descritas neste relatório as principais atividades realizadas ao longo de 2020 pela Ascom, por meio de seus núcleos de Imprensa, de Redes Sociais, de Relações Públicas e de Criação.

A Ascom tem como função principal promover a divulgação de informações relacionadas ao ensino, à pesquisa e à extensão junto aos diferentes meios de comunicação, de alcance local e nacional - jornais, revistas, rádios, emissoras de televisão e a mídia especializada da internet - com os quais a instituição mantém permanente contato. As pesquisas, os eventos, os serviços, os projetos, os programas e as atividades de extensão também são divulgados por meio dos veículos institucionais, voltados para a comunicação interna e externa.

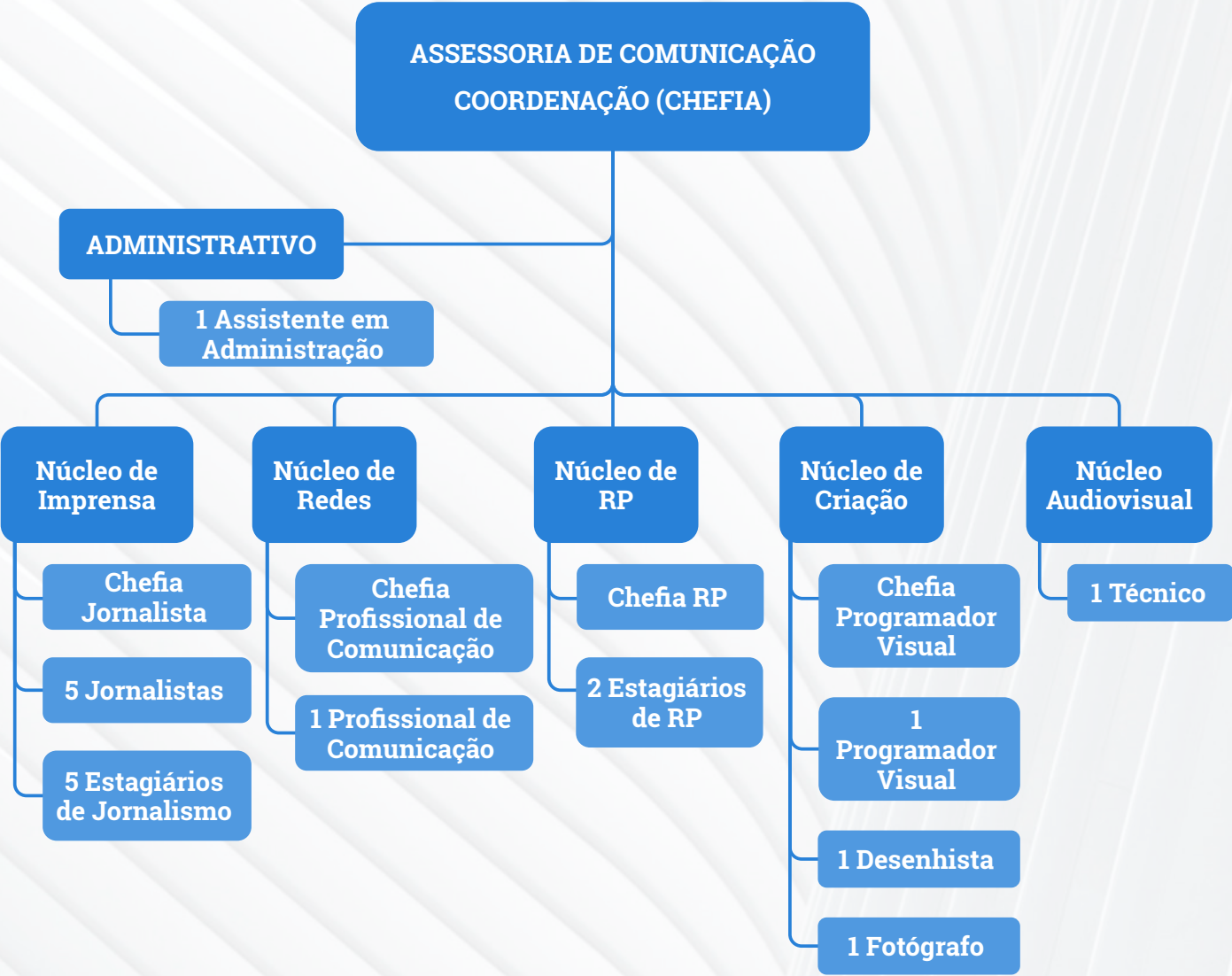
Os produtos de comunicação desenvolvidos pela Ascom objetivam levar à sociedade uma imagem positiva da Ufal, por meio da divulgação de todas as suas iniciativas em prol da boa formação de profissionais das mais diversas áreas, mas também da ciência e da formação cidadã. A Ascom administra as notícias do portal ufal.br, com atualização permanente de matérias relacionadas às atividades acadêmicas e administrativas; envia releases para os veículos de comunicação do Estado, como sugestão de pauta; realiza cobertura jornalística e fotográfica dos eventos e solenidades promovidos pela Universidade; planejamento, organização e execução de plano de comunicação dos eventos institucionais; campanhas de responsabilidade social, produção de conteúdo para Rádio Ufal Web, produção e edição de vídeos sobre as ações da Ufal.

É responsável pela elaboração de peças gráficas para banners virtuais e cards, além de elaborar arte de cartazes, folders e outros projetos. Também disponibiliza diariamente a clipagem eletrônica (Ufal na mídia), com tudo que saiu sobre a Universidade nos veículos de comunicação locais e nacionais (TV, jornais impressos e sites de notícias), além de atender à imprensa para agenda de entrevistas dos gestores e demais integrantes da comunidade acadêmica e acompanhar a agenda externa da equipe gestora.

As ações de comunicação interna e externa são desenvolvidas por meio do Núcleo de Imprensa e do Núcleo de Relações Públicas, visando fortalecer e dar visibilidade à imagem institucional. A Ascom vem trabalhando com a perspectiva da comunicação integrada, onde suas ações, estratégias e produtos de comunicação são planejados e desenvolvidos com a intenção de consolidar a sua imagem junto a públicos específicos e à sociedade como um todo.

1.1. Organograma Funcional

A estrutura de funções e de recursos humanos da Ascom está dividida de acordo com o organograma que segue abaixo:



1.2. Informações sobre as áreas, descrição dos produtos e setores responsáveis:

Macroprocessos	Descrição	Produtos/ Serviços	Principais Solicitantes	Setor
Audiovisual	Planejamento, produção e veiculação de produtos multimídia.	Produção de vídeos, áudios e fotografias.	Comunidade Acadêmica	Núcleo de Audiovisual
Assessoria de Imprensa	Diálogo da Ufal com os veículos de comunicação.	Produção de releases e atendimento à imprensa.	Imprensa	Núcleo de Imprensa
Comunicação Interna	Ações de comunicação para integrar as diversas áreas que compõem a comunidade acadêmica, além de promoção do diálogo entre a Reitoria e os demais segmentos da Ufal.	Informativo, cartão de aniversariantes, recepção de novos servidores e homenagem aos servidores aposentados.	Comunidade Acadêmica	Núcleo de Relações Públicas
Relações Públicas	Criação de estratégias para atender às necessidades de relacionamento da Ufal com os diversos setores sociais, com sua comunidade acadêmica e os públicos de modo geral.	Planejamento de campanhas institucionais, envio de releases, clipagem e matérias especiais.	Comunidade acadêmica e externa	Núcleo de Relações Públicas
Design e Publicidade	Trabalha a imagem da Universidade através do planejamento de ações publicitárias, além da criação e editoração de material gráfico.	Criação de material gráfico.	Comunidade acadêmica	Núcleo de Criação
Produção Editorial	Desenvolvimento e coordenação de projetos editoriais, nas mídias impressa, eletrônica e digital, em todos os seus estágios.	Produção de matérias para o Portal da Ufal, informativos e redes sociais	Comunidade acadêmica e externa	Núcleo de Imprensa, Núcleo de Redes Sociais e Núcleo de Criação.

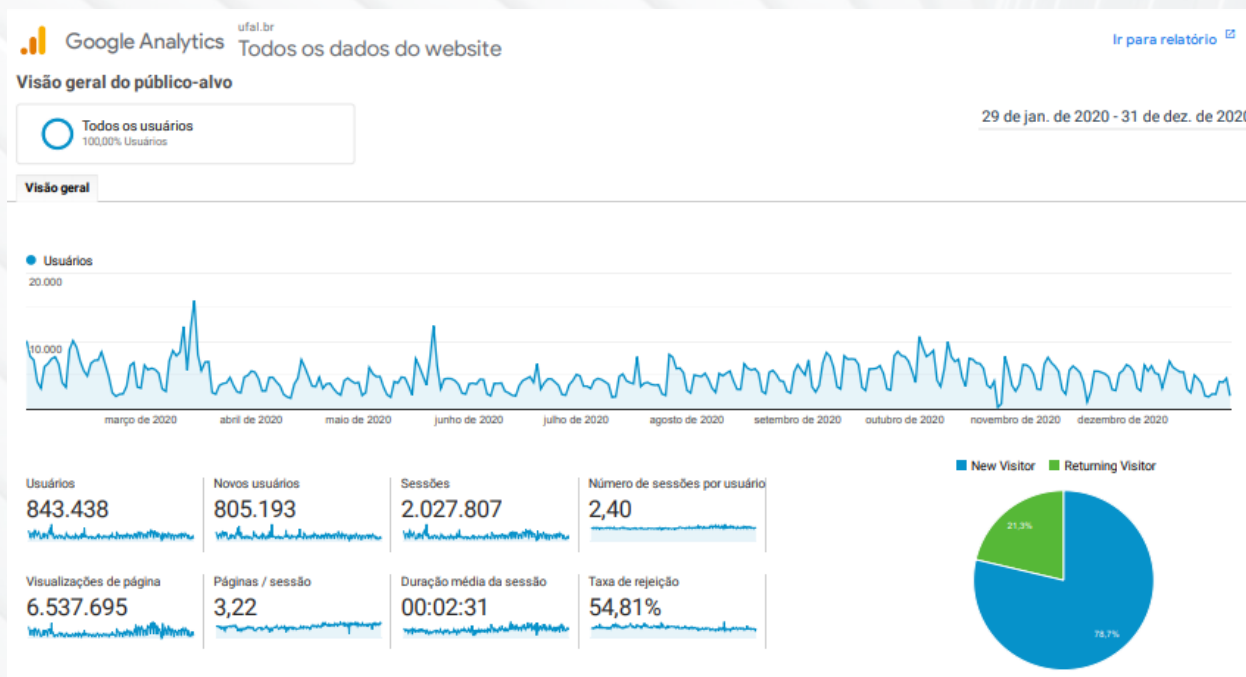
2. NÚMEROS DA COMUNICAÇÃO DA UFAL

Desde que assumiu a gestão da Universidade Federal de Alagoas, o reitor Josealdo Tonholo e a vice Eliane Cavalcanti têm enfrentado muitos desafios nunca antes imaginados. Uma pandemia acabou mudando o percurso do planejamento da gestão e o foco da instituição passou a ser a luta pela preservação da vida da comunidade acadêmica e da sociedade alagoana.

Com a pandemia vieram o distanciamento social e a suspensão do calendário acadêmico e de grande parte das atividades presenciais. Mas, mesmo nesse momento de incertezas e desafios, a Universidade se manteve atuante e sendo protagonista de várias ações para reduzir os riscos de contaminação pela covid-19. É nesse cenário que a Assessoria de Comunicação assumiu vários desafios, entre eles, o de tornar públicas todas as ações que a instituição vem desenvolvendo em várias frentes.

PORTAL DA UFAL

O portal da Ufal alcançou a marca de quase 6,6 milhões de visualizações e mais de 805 mil novos usuários. Isso a partir de 29 de janeiro deste ano, como demonstra o gráfico:



A primeira página do portal é onde são publicadas as manchetes de todas as notícias produzidas pela Ascom e, mesmo com a equipe em trabalho remoto, chegou a publicar 1.142 matérias, desde 29 de janeiro, como é possível verificar no quadro abaixo o número de matérias produzidas, de acordo com a categorização dos temas do portal ufal.br. Isso só demonstra o quanto a Universidade está mobilizada e o quanto seus pesquisadores, cientistas, professores, técnicos e estudantes estiveram engajados em benefício da população.

O portal está funcionando como agência de notícias, levando informação confiável e segura para todos, principalmente para a mídia local. Do total de matérias produzidas pela Ascom, foram enviados apenas 222 releases para as mídias (sites, blogs, jornais, TVs, rádios). Apesar do número baixo de envio de releases, em decorrência de alguns aspectos como a alteração na equipe, esse lapso

temporal não acarretou em prejuízo porque a mídia especializada acessa diariamente o portal da Universidade e a prova disso é a quantidade de inserções que a Ufal teve ao longo do ano.

Essa produção e o engajamento da comunidade acadêmica renderam à Ufal quase 5.100 inserções na mídia de forma gratuita. O tema mais recorrente, claro, foi a covid-19, mas também foram abordados muitos outros assuntos.

UFAL	ESTUDANTE	SERVIDOR	TRANSPARÊNCIA
Janeiro - 56	Janeiro - 17	Janeiro - 10	Janeiro - 0
Fevereiro - 61	Fevereiro - 28	Fevereiro - 14	Fevereiro - 0
Março - 45	Março - 21	Março - 26	Março - 0
Abril - 37	Abril - 21	Abril - 25	Abril - 0
Maio - 43	Maio - 23	Maio - 27	Maio - 0
Junho - 43	Junho - 31	Junho - 26	Junho - 0
Julho - 54	Julho - 31	Julho - 26	Julho - 0
Agosto - 47	Agosto - 28	Agosto - 26	Agosto - 0
Setembro - 30	Setembro - 29	Setembro - 25	Setembro - 0
Outubro - 26	Outubro - 38	Outubro - 30	Outubro - 25
Novembro - 31	Novembro - 29	Novembro - 24	Novembro - 21
Dezembro - 21	Dezembro - 17	Dezembro - 17	Dezembro - 13
TOTAL: 494	TOTAL: 313	TOTAL: 276	TOTAL: 59

NÚCLEO DE RELAÇÕES PÚBLICAS

Atividades realizadas pelo Núcleo de Relações Públicas (NURP) durante o ano de 2020:

1. Envio dos releases - consiste na sugestão de pautas para a imprensa local e nacional com temas abordados na perspectiva dos pesquisadores ou especialistas da Universidade;

2. Clipping de veículos digitais - consiste na busca de links de matérias/reportagens sobre a Ufal que tenham sido geradas em função do trabalho da Ascom ou que tenham sido diretamente encaminhadas aos veículos de comunicação por meio dos servidores (docentes e técnicos) ou dos estudantes;

3. Planejamento de conteúdo para redes sociais - consiste na pesquisa, idealização e programação do conteúdo de cunho institucional que será publicado nas redes sociais; e no repasse à equipe de criação para a produção do material gráfico ou audiovisual desse conteúdo. Leva em consideração datas comemorativas, temas de interesse social que possam ser repercutidos nas redes e escuta ativa dos seguidores, com especial ênfase no Instagram;

4. Elaboração de campanhas institucionais (digitais) - consiste na produção de diversos tipos de conteúdo voltados para a mesma temática. Leva em consideração datas comemorativas ou temas de interesse social que possam ser repercutidos nas redes sociais e/ou site institucional;

5. Produção de matérias especiais para o portal institucional - consiste na produção de matérias especiais em função de data comemorativa ou campanha institucional, ou, ainda, como suporte na produção de pautas diárias;

6. Produção de material especial/diagramação - consiste na revisão, elaboração e encaminhamento para a produção (diagramação) de materiais especializados para atender demandas específicas de setores ou da instituição;

7. Envio de cartão de aniversário para os servidores - consiste no envio diário de cartões de aniversário para os servidores da Ufal com mensagem de felicitação.

PRODUÇÃO EM NÚMEROS DE RELEASES:

MÊS	RELEASES ENVIADOS
Fevereiro a Setembro	101
Outubro	37
Novembro	51
Dezembro	33
TOTAL	222

PRODUÇÃO EM NÚMEROS DE CLIPAGEM:

MÊS	LINKS ENCONTRADOS
Janeiro	280
Fevereiro	438
Março	361
Abril	805
Maio	880
Junho	357
Julho	356

Agosto	646
Setembro	327
Outubro	402
Novembro	153
Dezembro	72
TOTAL	5.077

PRODUÇÃO EM NÚMEROS DO PLANEJAMENTO DE CONTEÚDOS PARA REDES SOCIAIS:

MÊS	DATAS TRABALHADAS
Março	----
Abril	3
Maio	7
Junho	5
Julho	8
Agosto	10
Setembro	6
Outubro	7
Novembro	5
Dezembro	4
TOTAL	55

PRODUÇÃO EM NÚMEROS DE CAMPANHAS INSTITUCIONAIS (DIGITAIS):

MÊS	CAMPANHAS
Março	----
Abril	----
Maio	Dia das Mães
Junho	----
Julho	----
Agosto	Dia dos Pais
Setembro	Setembro Amarelo
Outubro	Outubro Rosa
Novembro	Novembro Azul
Dezembro	Natal e Ano Novo
TOTAL	7

PRODUÇÃO DE MATÉRIAS ESPECIAIS PARA O PORTAL:

MÊS	MATÉRIAS PRODUZIDAS
Março	----
Abril	7
Maio	3
Junho	2
Julho	6
Agosto	3
Setembro	1
Outubro	6
Novembro	3
Dezembro	----
TOTAL	31

PRODUÇÃO DE MATERIAL ESPECIAL (DIAGRAMAÇÃO):

MÊS	MATERIAIS ESPECIAIS
Fevereiro	Cartilha NAC-Docentes
Março	----
Abril	----
Maio	Informativo Saúde e Segurança do Trabalho (CQVT-Progep)/Revisão do PDP (Capacitação-Progep)
Junho	----
Julho	Cartilha NAC-Discentes
Agosto	----
Setembro	Manual de Cerimonial de Eventos, Cerimonial e Protocolo
Outubro	Vinheta NAC-Afetação
Novembro	Cartilha de Saúde Mental no PLE
Dezembro	----
TOTAL	7

PRODUÇÃO EM NÚMEROS DO CARTÃO DE ANIVERSARIANTES:

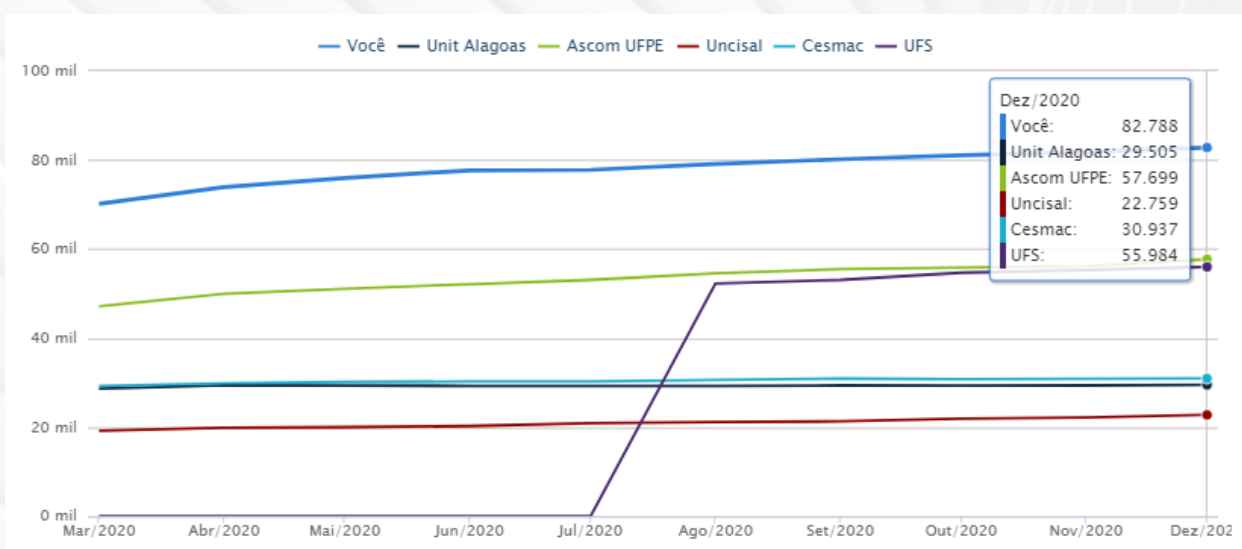
MÊS	MATERIAIS ESPECIAIS
Julho	263
Agosto	250
Setembro	268
Outubro	247
Novembro	217
Dezembro	233
TOTAL	1.478

NÚCLEO DE REDES SOCIAIS

Em 2020, as mídias sociais se consolidaram como uma das principais ferramentas de interação da Ufal com seus públicos. A partir do uso do Instagram, Facebook, Twitter e YouTube, a Ufal pôde ampliar a divulgação de sua produção científica, cultural e de extensão, realizada durante a suspensão de atividades presenciais devido à pandemia da covid-19.

No período compreendido entre março e dezembro de 2020, foram realizadas cerca de 1.200 publicações em cada uma das redes sociais nas quais a Universidade possui conta, para um público de, aproximadamente, 130 mil pessoas.

Em comparação direta com as principais Instituições de Ensino Superior de Alagoas (Uncisal, Cesmac e Unit) e com Universidades Federais da região Nordeste (UFPE e UFS), a Ufal apresenta uma média superior em publicação diária de conteúdo, engajamento do público e total de seguidores, como é possível verificar no gráfico abaixo:

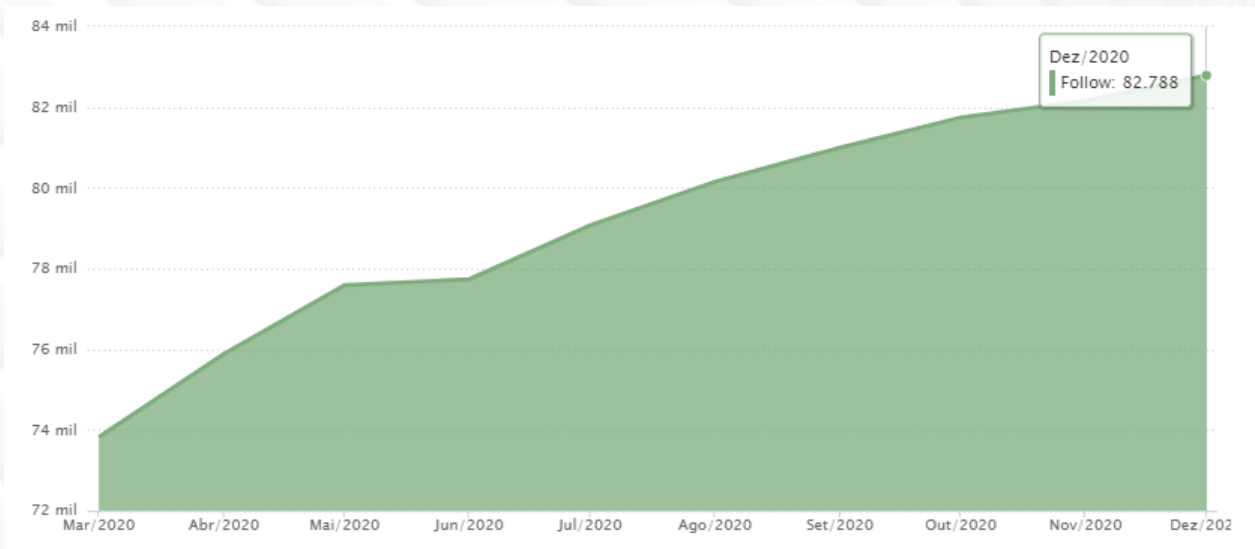


Pelo acesso fácil e pela agilidade, as mídias sociais da Ufal também passaram a ser um canal por meio do qual os usuários (professores, técnicos, estudantes e população em geral) tiram dúvidas sobre o funcionamento da Universidade, eventos, editais, prazos e também no qual registram insatisfações e elogios.

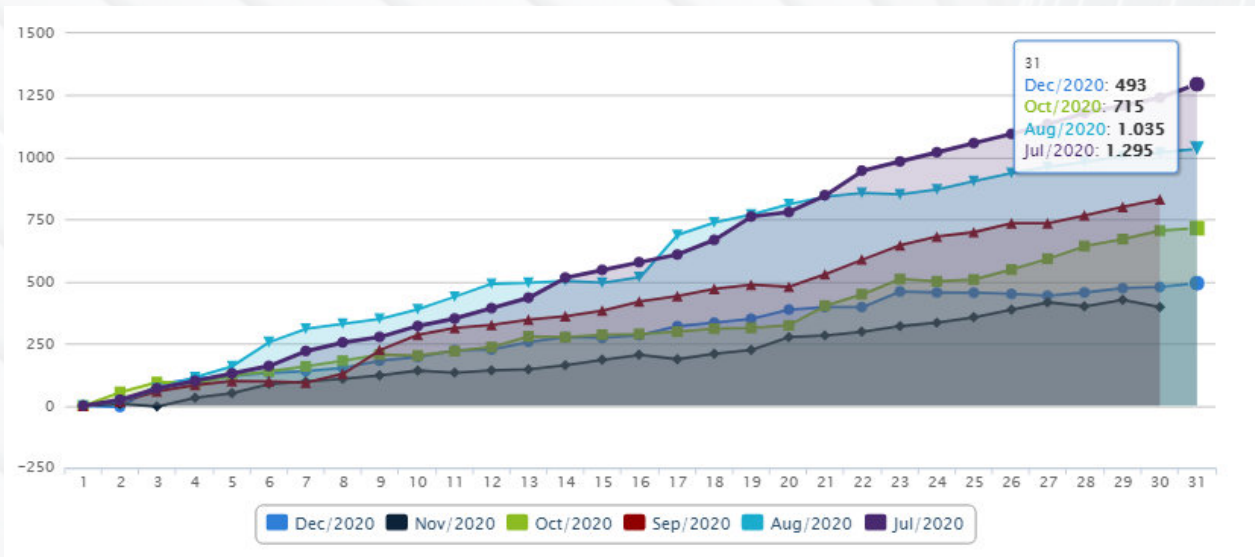
INSTAGRAM

O Instagram @ufaloficial é a rede social na qual a Ufal possui o segundo maior número de seguidores contabilizando 82.788. Até novembro de 2020, eram publicados um número fixo de 5 postagens no feed e cerca de 15 stories por dia. No mês de dezembro, houve uma redução para 3 postagens fixas por dia no feed.

No início da pandemia, em março de 2020, o perfil contabilizava 73.828 seguidores. Em dezembro do mesmo ano, o número saltou para 82.788.



Os meses de julho e agosto registraram um crescimento médio de 1.000 seguidores mensalmente.



A maior parte dos seguidores é composta por pessoas do sexo feminino (48%), com idades entre 25 e 34 anos (39%), residentes de Maceió (55%) e Arapiraca (6%).

FEED

Entre os dias 1º de março de 2020 a 31 de dezembro de 2020, foram realizadas 1.145 publicações no feed. Nele estão alocadas as principais notícias da Universidade, voltadas, principalmente, para o público estudantil. Houve um total de 954.973 interações no período, sendo a maior parte de curtidas (94,73%), seguido de comentários (3,30%) e de publicações salvas (1,97%).

Total de posts

1.145

Total de interações

954.973

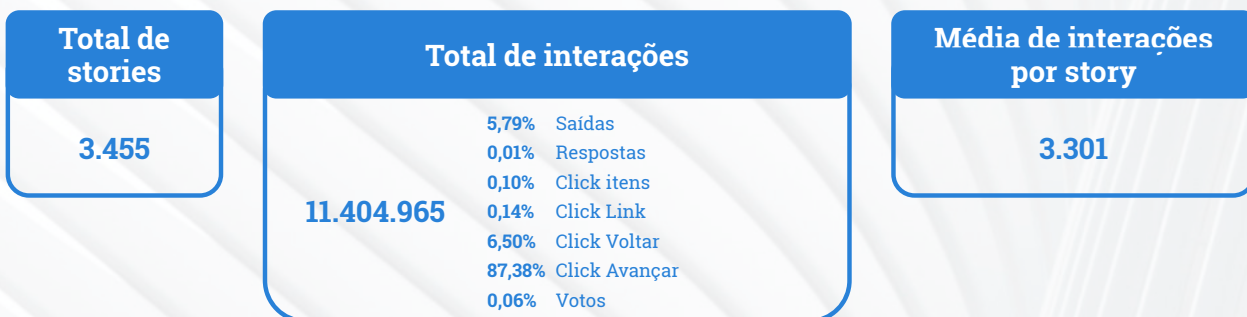
- 94,73% Likes
- 3,30% Comentários
- 1,97% Saved

Média de interações por post

834

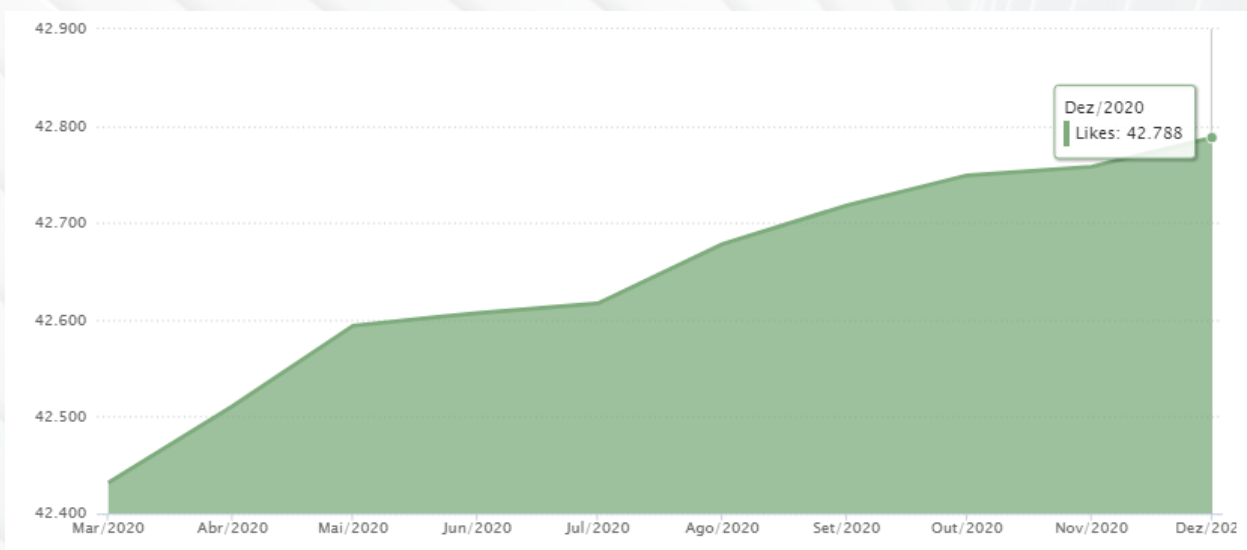
STORIES

No mesmo período, foram efetuadas 3.455 publicações na ferramenta stories do Instagram. Nela, são publicadas as principais notícias do site com links direto para as matérias do portal ufal.br, além da *repostagem* de eventos e atividades realizadas pela Universidade e instituições parceiras. Essas publicações geraram 11.404.965 interações (positivas e negativas), com um alcance médio de 15 mil pessoas.

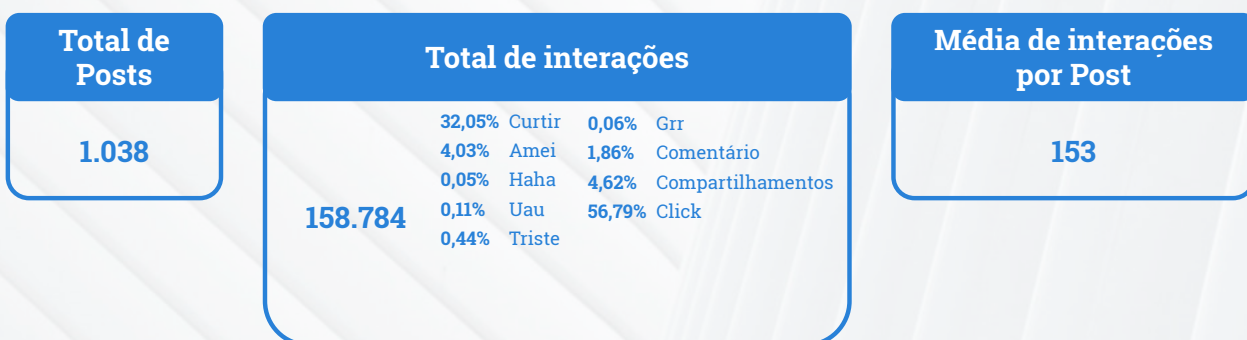


FACEBOOK

O Facebook, criado em 2010, é uma rede que vem enfrentando uma perda considerável de usuários. Ainda assim, a página da Ufal passou de 42.430 seguidores em março de 2020 para 42.788, em dezembro.



Durante o período, foram realizados 1.038 posts, que renderam 158.784 interações, dentre as quais podemos destacar clicks nos links de matérias publicadas no portal ufal.br, curtidas e compartilhamentos de conteúdo, como é possível verificar abaixo:



TWITTER

É a rede da Universidade Federal de Alagoas com o maior número de seguidores contabilizando 125.310. Devido a uma alteração na política de compartilhamento de dados do Twitter com servidores externos, as métricas relacionadas a ele não estão sendo atualizadas pelo aplicativo utilizado na mineração de dados, por isso, os números a seguir podem estar incoerentes.



YOUTUBE

O canal da Universidade Federal de Alagoas passou a ser mais utilizado durante a pandemia de covid-19. No período, o canal conseguiu atingir a marca de 3,3 mil novas inscrições, totalizando 5,5 mil seguidores. No período selecionado, o canal recebeu 79.282 visualizações, com 15,4 mil horas de tempo de exibição.



No período, o canal registrou 862,6 mil impressões, ou seja, miniaturas exibidas aos espectadores para atrair para o canal. A CTR, taxa de cliques a partir destas impressões, foi de 4%, uma média considerada boa, que significa que os títulos chamam atenção dos espectadores.

Com relação ao engajamento, os vídeos foram compartilhados 1.932 vezes entre março e outubro de 2020 (ressalta-se que apenas são contabilizados os compartilhamentos realizados via o botão Compartilhar do YouTube).

Muitos desses números se devem à veiculação de vários vídeos da campanha da SBPC Marcha pela Ciência, encabeçada, na Ufal, por meio das pró-reitorias de Extensão e de Pesquisa e Pós-graduação, e que teve apoio de diversos pesquisadores da capital e dos campi do interior.

Além dos 40 vídeos da Marcha pela Ciência, o Youtube passou a transmitir lives desde 29 de abril de 2020. A primeira live começou só no Instagram, em 1º de abril. Foram transmitidas 33 lives, das quais 25 foram simultâneas nos dois canais e estão disponibilizadas no Youtube. Desde 29 de maio, a Ascom passou as entrevistas das lives também para o IGTV. A proposta foi aliar a adesão imediata da rede social com a maior possibilidade de compartilhamento do canal de vídeo.

RÁDIO UFAL

A Rádio Ufal surgiu como um projeto embrionário na 8ª Bienal Internacional do Livro de Alagoas (2017), inicialmente denominada como Rádio Bienal com o programa Bienal no Ar, pela primeira vez, a Ufal encabeçou a rede de transmissão de um evento para a rede Educativa de Rádios (Educativa FM e Rádio Difusora) com transmissões ao vivo.

Com o nome oficial de Rádio Ufal, as transmissões retornaram em outros eventos importantes da Universidade como a 70ª Reunião Anual da Sociedade Brasileira pelo Progresso da Ciência (2018), o Circuito Penedo de Cinema (2018) e a 9ª Bienal Internacional do Livro de Alagoas (2019).

Todo o processo de logística e uso de equipamentos para o funcionamento da Rádio Ufal, é realizado pelo técnico de som da Ufal, Edilberto Sandes (servidor da Escola Técnica de Artes e grande parceiro da Ascom).

Segundo os dados da empresa de monitoramento de resultados, Streaming Brasil, a Rádio Ufal em setembro de 2020, alcançou em média 33.363 minutos em 15 dias, ou seja, esse número representa aproximadamente 556 horas ouvidas, num sistema rotativo de audiência, além disso, as transmissões foram acessadas dos Estados Unidos, Itália, Rússia, Equador, Panamá e Austrália. A rádio atualmente está presente nas seguintes plataformas: Radiogarden, Spotify e Deezer.

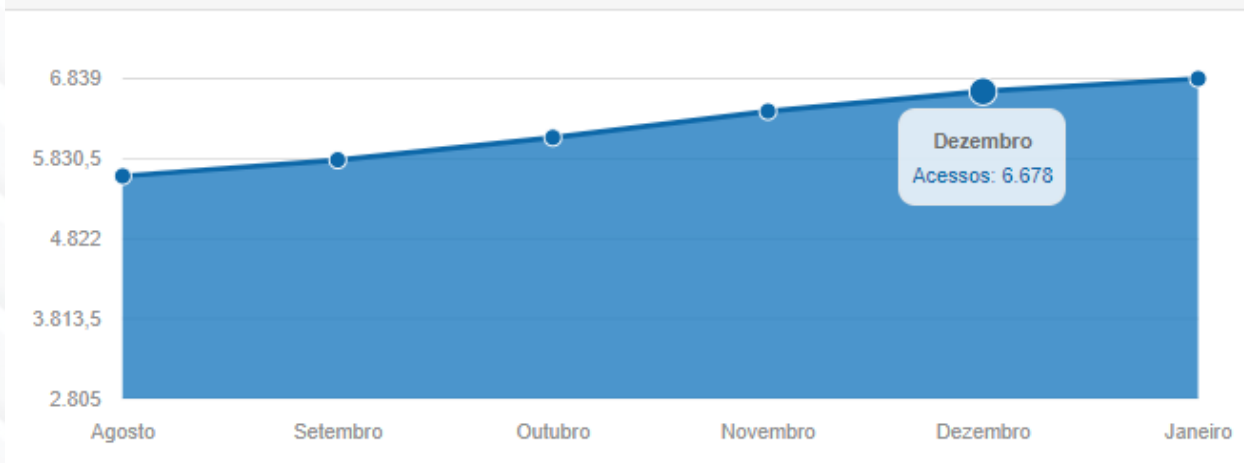
Com a possibilidade de mil ouvintes simultâneos, a programação atual da rádio conta com o programa Ufal e Sociedade, veiculado semanalmente e inédito toda segunda-feira, às 11h, com reprises às 17h e às 23h todos os dias.

Além da equipe se desdobrar para manter a produção de matérias para o site da Ufal e para abastecer a imprensa local das informações solicitadas com a pandemia da covid-19, os programas da Rádio Ufal tiveram que passar a ser feito por celular, com o apoio na edição de áudio dos técnicos Thiago Prado e Edilberto Sandes.

Assim a produção semanal do programa Ufal e Sociedade, veiculado todas as segundas, às 11h, não parou, mesmo sem a utilização do estúdio. Foram realizados 38 programas, além de campanhas veiculadas desde o início da pandemia.

A Rádio Ufal também conta com as campanhas institucionais, boletins sobre o meio ambiente, agendas culturais, Giro Ufal (boletim de notícias) e a programação voltada à música brasileira. No gráfico abaixo, é possível verificar que no mês de dezembro/2020, a rádio alcançou o número de 6.678 acessos e atingiu um crescimento de mais de 100%, de acordo com a projeção do gráfico.

Gráfico Total de Acessos



OUTROS PRODUTOS E SERVIÇOS

Em 7 de agosto de 2020, a Ascom iniciou a produção semanal do informativo digital “Giro Ufal” disponível nas mídias sociais (Instagram e Youtube) e na Rádio Ufal. Durante o período de quatro meses, foram produzidos 20 informativos.

Diante de tantas incertezas provocadas pela covid-19, a Ascom assumiu o desafio de oferecer informação correta, responsável e ser fonte segura para todos os que acessam os canais de comunicação oficiais da Ufal, mostrando os impactos econômicos, sociais e humanos dessa pandemia.

3. ANÁLISE SWOT

Na elaboração da análise SWOT (Matriz FOFA), a Ascom considerou os ambientes externo e interno da comunicação institucional durante o ano.

PONTOS FORTES	OPORTUNIDADES
Site Institucional da Ufal.	Aumento no número de visualizações e novos usuários no portal da Universidade, além do aumento no número de inserções na mídia.
Bom relacionamento com a imprensa e a Ufal novamente sendo agência de notícias para a mídia especializada.	Possibilidade de comunicação direta e indireta com os públicos interno e externo por meio de novas ferramentas tecnológicas.
Produção editorial e de publicidade institucional sistematizada, com edição de publicações, tais como boletins informativos, livros, cartilhas e manuais técnicos para atender demandas específicas das unidades acadêmicas e setores administrativos da Universidade.	Produção de materiais especializados de utilidade pública para a comunidade acadêmica e o público externo (sociedade alagoana).

Boa receptividade do público interno e externo em relação às campanhas institucionais (datas comemorativas e/ou temas de interesse social).	Crescimento na produção de matérias especiais em função das datas comemorativas e/ou campanhas institucionais.
---	--

PONTOS FRACOS	AMEAÇAS
Dificuldade do setor de Assessoria de Comunicação com acesso à gestão para a obtenção de informações e tomada de decisões administrativas e de comunicação, em decorrência da pandemia com o número elevado das demandas e o desenvolvimento das atividades pelo teletrabalho.	Ausência da Política de Comunicação da Ufal, diante da descentralização na divulgação das informações sobre a instituição.
Carência de pessoal com perfil de jornalismo e/ou relações públicas para produção de conteúdo de notícias e administração das redes sociais, além da logística de pessoal nas unidades descentralizadas.	Desativação temporária das mídias sociais da Ufal em decorrência da falta de pessoal no ano de 2021 (previsão de retorno no segundo semestre).
Falta de aparelho celular institucional com pacote de dados para equipe de redes sociais.	
Espaço físico com péssima infraestrutura e sem otimização das estações de trabalho individualizadas e setorizadas.	Ambiente de trabalho insalubre e com grau de periculosidade (rede elétrica).
Inexistência de recursos específicos para desenvolvimento terceirizado de produtos, serviços e conteúdos para assessoria de comunicação.	Cortes orçamentários.
A pandemia prejudicou algumas atividades, principalmente o envio de releases para mídia.	---

4. ALGUMAS ARTES E CAMPANHAS PRODUZIDAS DE 2020




HOSPITAL UNIVERSITÁRIO
PROF. ALBERTO ANTUNES
HUFA - UFAL


UFAL

REALIDADE E FUTURO DA UNIVERSIDADE FEDERAL

Ufal no 1º Congresso da Andifes



17 de junho | Das 8h às 12h30 | YouTube / Prograd Ufal

DEBATE 1: Desafios para adequação da estrutura organizacional da Ufal ao Siorg



Agnaldo Santos - diretor-geral do Campus do Sertão
Bianca Teixeira - assessora da Superintendência de Patrimônio da União do ME em Alagoas

DEBATE 2: Possíveis Tecnologias Digitais e comportamentos que serão incorporados à educação após o período de isolamento social



Elton Fireman - Cedu/Ufal
Monique Gabriella - IQB/Ufal

DEBATE 3: Projeções iniciais para o retorno das atividades acadêmicas/administrativas de forma presencial



Cicera Albuquerque - diretora da EENF/Ufal
Valmir Pedrosa - Ctec-Ufal

AVISO

Devido à pandemia do Covid-19, informamos que as visitas aos pacientes internados no HU estão **temporariamente suspensas**.

É recomendado que o acompanhante tenha mais de 18 e menos de 60 anos, além de estar saudável. Casos excepcionais serão avaliados pela chefia do setor.



EBSERH
HOSPITAIS UNIVERSITÁRIOS FEDERAIS

Se você **realmente** precisa sair de casa, lembre de levar:



1 MÁSCARA




2 ÁLCOOL EM GEL 70%




12 DE JUNHO
Dia dos Namorados



● live

AÇÃO SOLIDÁRIA DA ETA NA CONFECÇÃO DE EPIS



ELIZETE MENEZES
Coordenadora do Curso de Produção de Moda da Escola Técnica de Artes (ETA)
UFAL
QUARTA-FEIRA, 1º DE JULHO
11H

Acompanhe pelo @ufaloficial



● live

OBSERVATÓRIO ALAGOANO DE POLÍTICAS PÚBLICAS PARA O ENFRENTAMENTO DA COVID-19




JONAS SILVEIRA
Nutricionista, epidemiologista e vice-diretor - Fanut / Ufal;
GABRIEL BÁDUE
Matemático, Professor - Fanut / Ufal
QUARTA-FEIRA, 17 DE JUNHO
11H

Acompanhe pelo @ufaloficial no Instagram e Youtube



Feliz Dia das Mães

A você que cuida, ensina, organiza enquanto trabalha de casa.



Feliz Dia das Mães

A você que sai de casa para cuidar e salvar vidas. Nosso muito obrigado!






**Parabéns
à UFAL**

pelo sucesso
no resultado desse
ENADE

Dos 22 cursos, temos 5 **NOTA 5**



outubro
 **ROSA**

EU APOIO O OUTUBRO ROSA



outubro
 ROSA

CAMPANHA DE PREVENÇÃO E
COMBATE AO CÂNCER DE MAMA

Saiba como agir →



REALIZE O AUTOEXAME DAS MAMAS





FAÇA ULTRASSONOGRAFIA E
MAMOGRAFIA REGULARMENTE



BUSQUE ORIENTAÇÃO MÉDICA CASO PERCEBA
ALGUMA ALTERAÇÃO EM SUAS MAMAS



novembro
AZUL
CAMPANHA DE PREVENÇÃO
E COMBATE AO CÂNCER DE
PRÓSTATA



SEGUNDO TIPO DE CÂNCER QUE MAIS
ACOMETE HOMENS.
FONTE: PORTALDAUROLOGIA.ORG



Que tal espalhar
coisas boas pelo ar?
Pratique a **gentileza**
em seu dia a dia!



13 DE NOVEMBRO
**DIA DA
GENTILEZA**





Para mais informações acesse:
www.ufal.br