

RELATÓRIO DE ATIVIDADES  
**ASCOM**  
2023

ASCOM  
Assessoria de Comunicação



Universidade Federal de Alagoas - Ufal  
Assessoria de Comunicação - Ascom

**RELATÓRIO ANUAL DE ATIVIDADES  
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO  
EXERCÍCIO 2023**

Maceió/AL  
2023

## 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 Gonçalves 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

Renner Rodrigues Boldrino

Raniella Barbosa de Lima

Rose Mary Ferreira Pereira Gomes

Thâmara Carla Gonzaga Ferreira de Almeida Prado

### **Estagiários**

Danielly Maria Marques de Lima

Isadora Luiza Costa Ulisses

Sérvio Túlio Peixoto Cavalcante Júnior

## SUMÁRIO

<b>1. ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO – ASCOM</b> .....	<b>6</b>
<b>1.1. Organograma Funcional e atividades desenvolvidas     pelos núcleos</b> .....	<b>8</b>
<b>2. RESULTADOS OBTIDOS EM 2023</b> .....	<b>10</b>
<b>3. ANÁLISE SWOT</b> .....	<b>19</b>



## 1. ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO – ASCOM

Vinculada diretamente ao Gabinete da Reitoria, a Assessoria de Comunicação (Ascom) é o órgão de apoio e assessoramento da Universidade Federal de Alagoas (Ufal) e responsável pela divulgação das ações institucionais desenvolvidas pela Universidade, além das atividades acadêmico-científicas. Por isso, reunimos neste relatório as principais atividades realizadas ao longo de 2023 pela Ascom, por meio de seus núcleos de Imprensa, de Redes Sociais, de Relações Públicas e de Criação.

A função principal da Assessoria de Comunicação é fazer a ponte entre a Universidade e as outras áreas da sociedade por meio de ações junto à mídia, por meio do portal institucional, das mídias sociais, da rádio Ufal e da difusão de informações relacionadas ao ensino, à pesquisa e à extensão e à gestão pública junto aos diferentes meios de comunicação, de alcance local e nacional – veículos digitais e impressos [sites, jornais e revistas], rádios, emissoras de televisão e as mídias sociais – com os quais a Ufal 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 à comunicação interna e externa.

Por meio de seus produtos de comunicação, a Ascom busca levar às outras áreas da 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. Além disso, a Ascom também é o apoio da gestão e da própria instituição em momentos de crise, buscando levar ao público os esclarecimentos necessários, com transparência das ações, de forma ética e responsável.

No rol de ações práticas, a Ascom administra as notícias do portal [ufal.br](http://ufal.br), com atualização permanente de matérias relacionadas às atividades acadêmicas e administrativas; envia *releases* para os veículos de comunicação do Estado e nacionais, 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; gerenciamento dos perfis oficiais nas mídias sociais (*Instagram, Facebook, Twitter e Youtube*); campanhas de responsabilidade social, produção de conteúdo para Rádio Ufal Web, produção e edição de vídeos sobre as ações da Ufal; transmissão de eventos on-line, produção da clipagem, que é o acompanhamento da Ufal na mídia, entre outras ações.

Também é responsável pela elaboração da revista *Saber Ufal*, de peças gráficas para o portal e as redes sociais, além de elaborar arte de cartazes, *folders*, logos, diagramação de cartilhas institucionais, entre outros projetos. A clipagem eletrônica (Ufal na mídia) é disponibilizada diariamente pelo *Whatsapp* e também

no portal da Ufal, com tudo que saiu sobre a Universidade nos veículos de comunicação.

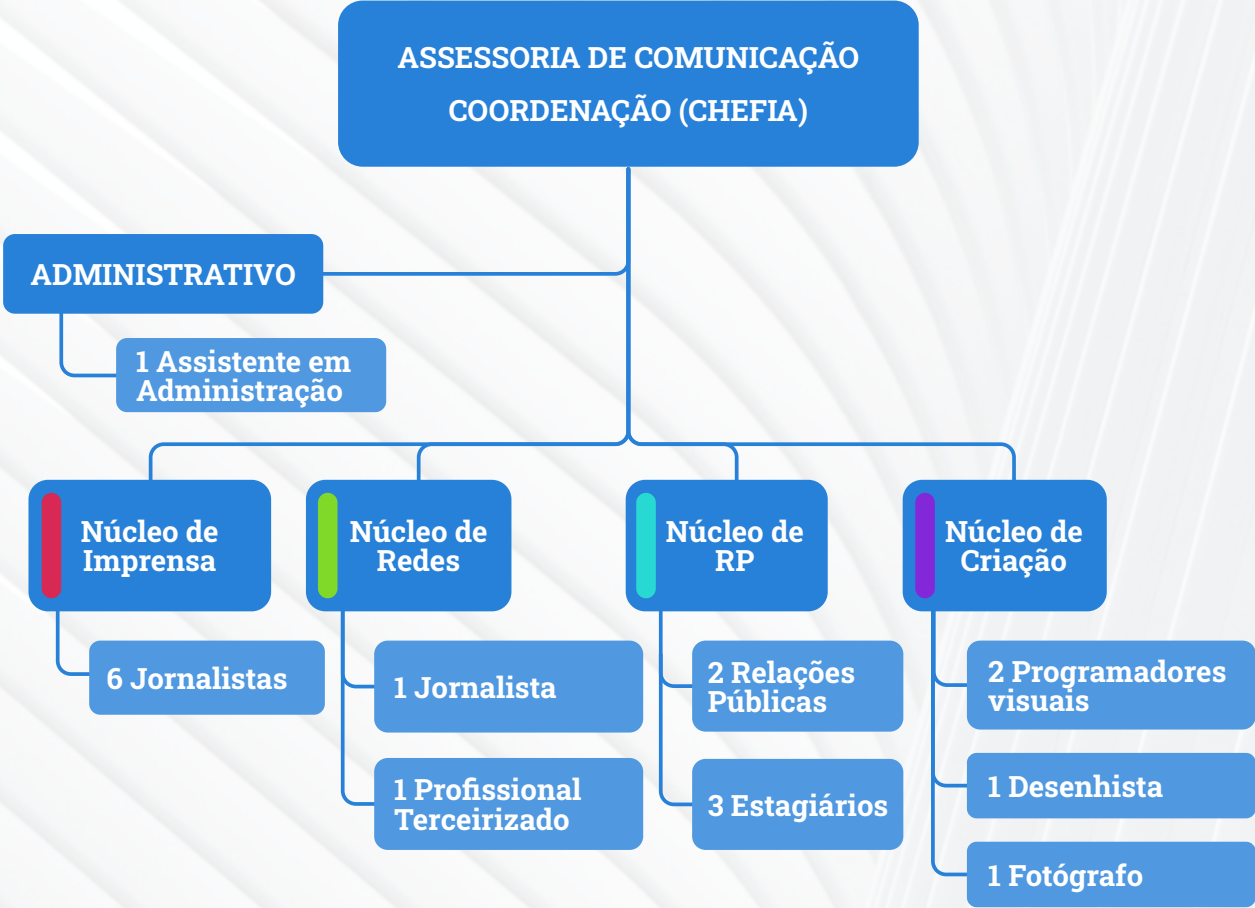
Outro trabalho diário desempenhado pela Ascom é o atendimento às demandas da imprensa local e nacional para agenda de entrevistas dos gestores e demais integrantes da comunidade acadêmica e indicação de fontes para reportagens, além de fazer a cobertura da agenda externa da equipe gestora.

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



# 1.1. Organograma Funcional e atividades desenvolvidas pelos núcleos

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





### Núcleo de Imprensa

- Produção de notícias do portal ufal.br, com atualização diária de matérias relacionadas às atividades acadêmicas e administrativas;
- Cobertura jornalística e fotográfica dos eventos e solenidades promovidos pela Universidade e produção de matérias para os veículos oficiais;
- Divulgação científica com as pautas de pesquisas desenvolvidas por nossos pesquisadores;
- Produção de conteúdo para Rádio Ufal Web;
- Produção da Revista Saber Ufal.

### Núcleo de Redes

- Planejamento e produção de conteúdo audiovisual para redes sociais;
- Monitoramento e mensuração do engajamento nos perfis da Ufal nas redes Instagram, Facebook, Twitter e Youtube;
- Atendimento à comunidade acadêmica via Direct Messenger.

### Núcleo de RP

- Atendimento às demandas da imprensa e envio de releases para os veículos de comunicação do Estado e nacionais, como sugestão de pauta;
- Planejamento de campanhas institucionais e de responsabilidade social;
- Clipping e mensuração da inserção da Ufal na mídia;
- Envio de lista de transmissão para servidores e estudantes (e-mail e whatsapp);
- Produção e veiculação de outdoors no Campus A.C. Simões;
- Programação musical da Rádio Ufal;
- Elaboração de texto e envio de convites.

### Núcleo de Criação

- Elaboração de peças gráficas para o portal, redes sociais e eventos institucionais;
- Elaboração de arte para cartazes, folders, logos, selos, outdoors, convites, outros;
- Diagramação de cartilhas, revistas e demais projetos gráficos;
- Produção de animação para vinhetas e demais tipos de vídeos.

## 2. RESULTADOS OBTIDOS EM 2023

### PORTAL E CLIPAGEM

O portal da Ufal alcançou a marca de mais de 10 milhões de visualizações e mais de 1 milhão de novos usuários, no período de 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2023. A primeira página do portal é onde são publicadas as manchetes de todas as notícias produzidas pela Ascom. Em 2023, a Ascom chegou a publicar 1.340 matérias, 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 alagoana e em defesa da ciência. Além dessa produção, tivemos mais 291 matérias específicas para a 10ª Bienal do Livro de Alagoas, que resultaram em 347 inserções na mídia.

O portal funciona como agência de notícias, levando informação confiável e segura para todos, principalmente para a mídia. Do total de matérias produzidas pela Ascom, foram enviados 541 releases para 28 veículos entre sites, blogs, jornais, TVs e rádios. Essa produção rendeu à Ufal 4.060 inserções na mídia de forma gratuita, refletindo um aumento de aproximadamente 23% do acumulado no ano anterior. Destas, 3.130 foram positivas, o que representa 77% das notícias veiculadas.

No total, a Universidade Federal de Alagoas teve aproximadamente 302 minutos (5,1 h) de inserção em canais de TV aberta, sendo 10 destes em rede nacional (2 edições do Jornal Hoje e uma edição do Globo Rural). Considerando a média simples dos valores de inserção dos programas jornalísticos das emissoras Gazeta de Alagoas, TV Ponta Verde e TV Pajuçara, por 60 segundos (R\$4.128/min), a Ufal teve o equivalente a mais de R\$ 1,2 milhão em mídia gratuita entre os meses de janeiro e dezembro de 2023, apenas considerando as inserções televisivas.

Utilizando-se a média simples dos valores de inserção por meia página de notícias em portais de notícias do estado (considerando os dois valores mais baixos e mais altos da cotação, total de R\$ 843), a Universidade teve o equivalente a R\$ 2.948.316,367 de publicidade espontânea no ano 2023. É possível verificar os resultados obtidos abaixo:

**Quadro 1 – Números gerais no Portal ufal.br:**

Total de usuários	Novos Usuários	Visualizações de página
1.447.202	1.369.145	10.414.545



**Quadro 2 – Número de visualizações no Portal Ufal via Redes Sociais:**

<i>Facebook</i>											
JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
550	523	556	969	829	483	596	503	346	847	445	340
<i>Instagram</i>											
JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
4.860	10.653	4.796	6.370	7.238	6.605	4.696	4.720	3.958	4.995	5.676	3.908
<i>Google</i>											
JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
314.047	388.674	353.747	288.855	345.340	361.853	328.121	333.266	266.622	310.248	344.218	248.167
<i>Youtube</i>											
JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
67	37	572	184	265	128	53	39	36	32	4	0

	Rede Social	Ano	Visualizações	Total de usuários	Novos usuários
1.	Google	2023	8.042.510	985.273	891.927
2.	(direct)		1.411.829	375.638	348.874
3.	Bing		329.338	24.371	20.368
4.	Instagram		171.280	55.434	48.180
5.	linkme.bio		95.348	9.261	7.510
6.	linktr.ee		94.947	20.258	17.212
7.	br.search.yahoo.com		90.559	7.913	5.843
8.	(not set)		57.441	11.993	393
9.	Facebook		10.756	7.756	7.476
10.	Yahoo		10.579	1.296	867
11.	Trello		6.308	68	11
12.	ecosia.org		4.638	196	165
13.	dlvr.it		4.368	2.502	2.187
14.	Duckduckgo		3.997	421	348
15.	pciconcursos.com.br		3.806	1.080	856

16.	Baidu	2023	3.655	3.636	3.636
17.	gazetaweb.com		2.545	598	249
18.	encurtador.dev		2.510	289	96
19.	Youtube		2.464	333	245
20.	portal.mec.gov.br		2.175	470	356
21.	canva.com		2.128	427	324
22.	pt.wikipedia.org		2.113	252	209
23.	sso.acesso.gov.br		1.937	160	6
24.	ufal.edu.br		1.593	161	76
25.	bienaldealagoas.com.br		1.532	399	227
26.	T.CO		1.475	689	583
	<b>TOTAL GERAL</b>		<b>10.414.545</b>	<b>1.447.202</b>	<b>1.369.145</b>

Em 2023, o portal teve **1,44 milhão** em total de usuários e, desses, **1,36 milhão** foram de novos usuários. Número de visualizações que acessaram o Portal por meio das redes sociais\* no período de 1º de janeiro de 2023 a 31 de dezembro de 2023: **4,3 milhões**. O equivalente a **41,60%** do total de visualizações de página. \*Redes sociais mencionadas no relatório: blogger; facebook; google; instagram; linkedin; youtube; entre outras redes sociais.

### NÚCLEO DE REDES SOCIAIS

Na plataforma *Instagram* foram feitas **1.105 publicações** durante o período de 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2023 que originaram um total de pouco mais de **1 milhão de curtidas e 23.665 comentários**. As curtidas totais tiveram uma diferença de **78,83% em comparação com o período anterior**, já os comentários tiveram uma diferença de **212,20% comparados ao mesmo período**.

### Quadro – Número de seguidores, alcance e interações por mês no *Instagram*:

Novos seguidores											
JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
141	138	2.655	2.820	3.036	3.244	2.022	2.789	2.779	3.190	3.499	3.034
Alcance											
JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
855.625	785.858	773.254	626.219	745.751	694.253	731.951	660.891	550.633	565.699	783.348	739.393



## Engajamento

JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
125.257	118.385	112.763	77.820	97.891	94.240	92.924	79.243	68.968	63.978	102.143	80.472

### Quadro – Número de visualizações/impressões por mês no *Instagram*:

JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
3.271.733	3.069.813	3.265.107	2.613.913	2.866.444	3.141.512	2.722.338	2.670.979	2.116.315	2.464.272	2.968.700	2.315.550

A página do Facebook originou no período analisado (de 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2023) **3,4 milhões de impressões de página**, sendo **ZERO impressões pagas** [número de impressões resultado de anúncios]. As impressões de página tiveram uma diferença de - 38,13% em comparação com o período anterior.

A página possuía no final do período analisado um total de **43.236 curtidas** sendo que **808 novas curtidas** foram adquiridas durante o período analisado. O número de fãs on-line que viram qualquer publicação no Facebook em determinado dia é de 15.490. Em comparação com o período anterior, a quantidade de novas curtidas teve uma diferença de - 68,33%.

Durante o período, a página obteve 38 feedbacks negativos, que é quando um usuário oculta uma postagem, a considera como spam ou descurte a página.

### Quadro – Número de seguidores, alcance e interações por mês no *Facebook*:

#### Curtidas na página

JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
43.318	43.370	43.378	43.380	43.389	43.369	43.360	43.343	43.318	43.304	43.274	43.236

#### Consumidores da página

JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
6.589	6.945	4.668	3.594	4.349	3.461	2.994	2.878	1.560	1.450	1.573	663

#### Usuários engajados

JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
8.092	11.221	5.364	4.283	4.995	4.015	3.474	3.796	2.151	1.862	2.185	1.087

### Quadro – Número de visualizações de página por mês no *Facebook*:

JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
2.582	2.515	5.605	6.118	6.820	5.782	5.390	6.174	6.293	6.354	6.383	6.370

### Quadro – Número de impressões de página por mês no *Facebook*:

JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
168.165	218.292	62.513	49.864	65.383	43.227	33.860	46.901	42.533	34.388	44.982	50.799

### Imagem – Estatísticas do canal no *Youtube*:



Na Universidade Federal de Alagoas (Ufal), as redes sociais são utilizadas de forma institucional, com planejamento e acompanhamento, há quase duas décadas. **O relatório de 2023 identificou um aumento de 78,83% de curtidas, de 212,20% de comentários e de 74.10% de engajamento, em relação ao ano anterior. As mais de mil publicações feitas ao longo do ano alcançaram mais de 8 milhões de pessoas e renderam mais de 34 mil cliques ao portal ufal.br.**

As estatísticas chamaram atenção e foram detectadas pela SocialMidiaGov, uma plataforma que auxilia instituições públicas no planejamento e na produção de conteúdo para as redes sociais.

**É importante acrescentar que a Ufal foi destaque como a 3ª instituição pública no ranking nacional das universidades públicas e institutos federais e estaduais, com maior número de interações nas redes sociais em 2023 (ver tabela abaixo).**

**Em relação ao Instagram @Ufaloficial, alcançamos a marca de 120 mil seguidores.**



## Imagem – Ranking nacional das universidades públicas e institutos federais



SocialMediaGov ANALYTICS		UNIVERSIDADES PÚBLICAS E INSTITUTOS (ESTADUAL E FEDERAL) ENVOLVIMENTO	
1	 UFPR - Universidade Federal do Paraná	2526117	
2	 UFPE - Universidade Federal de Pernambuco	1591143	
3	 UFAL - Universidade Federal de Alagoas	1180078	
4	 UFPA - Universidade Federal do Pará	1138609	
5	 Universidade Estadual de Campinas	1029299	
6	 UFJF - Universidade Federal de Juiz de Fora	982876	
7	 UFC - Universidade Federal do Ceará	904611	
8	 UFRGS - Universidade Federal do Rio Grande do Sul	859836	
9	 UNB - Fundação Universidade de Brasília	735122	
10	 IFPI - Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí	713565	

### RÁDIO UFAL

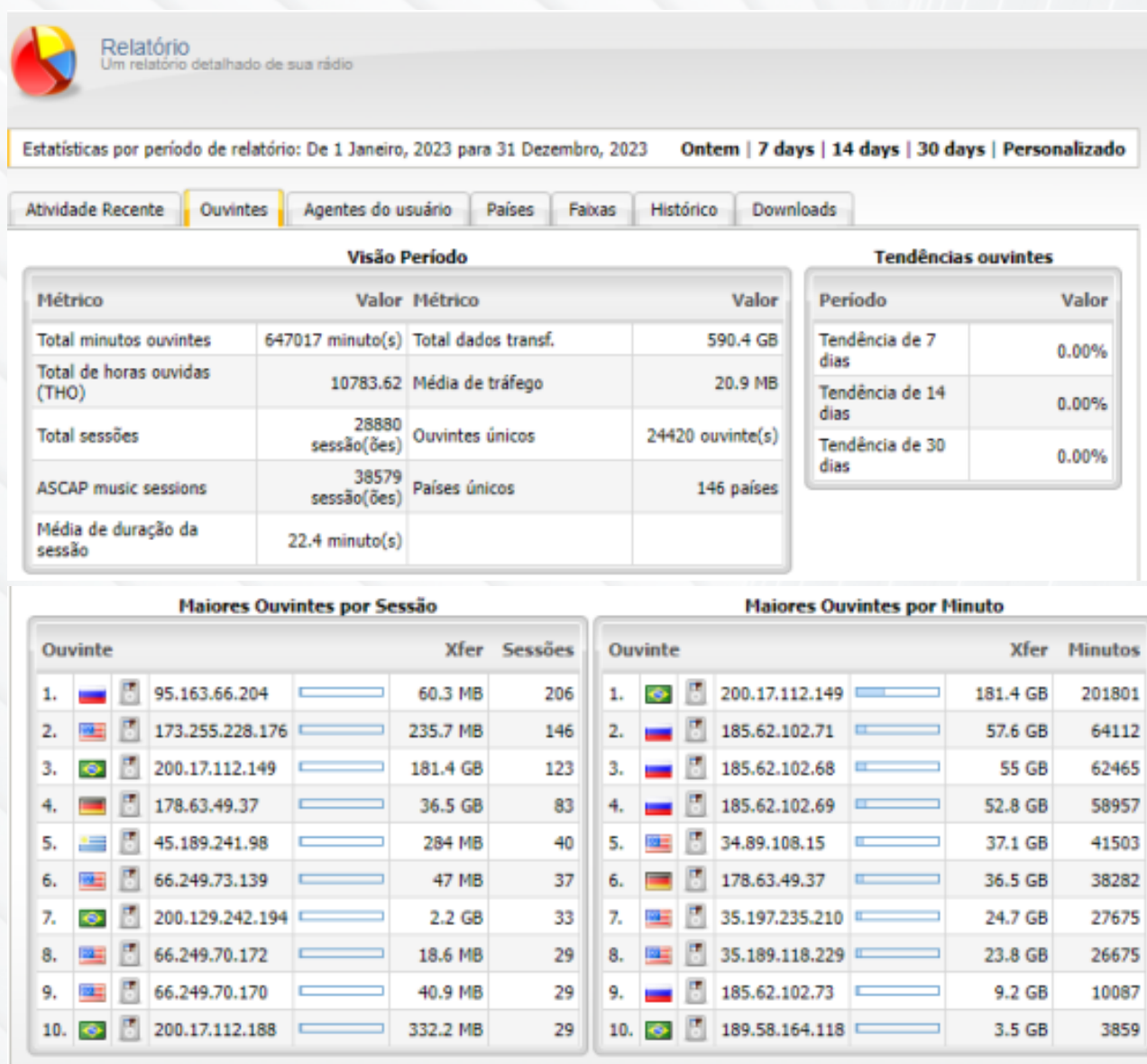
A Rádio Ufal conta com a produção semanal do programa Ufal e Sociedade, veiculado todas as segundas, às 11h, com reprises às 17h e às 23h todos os dias. **Em 2023 foram realizados 50 programas**, além de campanhas institucionais, agendas culturais e a programação voltada à música brasileira. Também merece destaque **a produção do Boletim Velho Chico com 29 programas diários** com informações detalhadas sobre as atividades realizadas na 6ª Expedição Científica do Baixo São Francisco.

A equipe da Rádio Ufal também acompanhou a programação da 13ª edição do Circuito Penedo de Cinema, veiculando entrevistas com os participantes, no Boletim Circuito Penedo, durante toda a programação; e realizou ainda a terceira edição do **programa Cinema no Ar**, transmitido ao vivo, das 18h às 19h, com o resumo das atividades do dia e os comentários sobre as produções que foram exibidas todas as noites, **totalizando 7 transmissões ao vivo**.

A Rádio Ufal esteve presente no Festival de Música de Penedo (Femupe), para transmitir aos ouvintes toda a emoção e as produções musicais do evento com **a produção de 19 Boletins Femupe** com flashes durante a programação. Além da transmissão ao vivo, com **7 programas Sons do Velho Chico**, realizada de 17h às 23h, durante os dias do Femupe, e um dos programas ficou no ar 1h da madrugada do dia seguinte.

Durante a semana do Festival, a Rádio Ufal transmitiu, ao vivo, toda programação cultural, com mais de 20 horas no ar, com uma média 30 entrevistas – no estúdio instalado no primeiro andar do Teatro 7 de Setembro e direto de onde os shows aconteciam, o Palco Penedo, no Largo da Igreja de São Gonçalo. Foram mais de 20 flashes gravados durante o dia e, o melhor, está tudo disponível no site da rádio.

Durante a 10ª Bienal Internacional do Livro de Alagoas, realizada de 11 a 20 de agosto, o programa **Bienal no Ar** foi veiculado ao vivo, de segunda a sexta, das 17h às 19h, e aos finais de semana, das 13h às 15h, com apresentação dos jornalistas Carlos Madeiro, Alberto Nobre (aluno de Jornalismo) e Lenilda Luna; e direção técnica de Edilberto Sandes (Brother). A atração, inclusive, teve transmissão em cadeia com rádio Educativa FM. Estudantes de Jornalismo da Universidade Federal de Alagoas (Ufal) também contribuíram com as informações dos vários estandes e acontecimentos da Bienal do Livro. **A Rádio Ufal na Bienal contou com 65 programas durante o evento.**





## NÚCLEO DE CRIAÇÃO (NUC)

DEMANDA (Produção de artes e campanhas)	QUANTIDADE
Artes para redes sociais e portal	2.422
Artes de datas comemorativas e selos comemorativos	73
Criação de logos e linguagem visual	14
Diagramação de revistas, cartilhas, manuais, relatórios e outros	10
Vídeos (animações)	2
Artes para outdoors	23
<b>TOTAL</b>	<b>2.544</b>

## NÚCLEO DE RELAÇÕES PÚBLICAS (NURP)

Durante o ano de 2023, foram enviadas 23 edições do Boletim Ufal para Servidores, contendo notícias e serviços específicos para este público, totalizando 138 matérias circuladas no produto. Os envios são feitos quinzenalmente, às quartas, a partir das 14h, por e-mail e por lista de transmissão e grupos no aplicativo WhatsApp.

Em relação divulgação voltada exclusivamente ao nosso público interno (docentes, técnicos e estudantes), enviamos 441 notícias e notas pela lista de transmissão.

## LISTA DE TRANSMISSÃO DE 2023

### TÉCNICOS

ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	TOTAL
8	30	19	24	16	19	20	6	15	157

### ESTUDANTES

ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	TOTAL
0	16	9	17	20	19	23	11	12	127



## CAMPANHAS NURP e NUC 2023

JANEIRO	0	---
FEVEREIRO	1	Carnaval
MARÇO	1	Aniversário Campus Sertão
ABRIL	6	Dia Mundial da Saúde, Páscoa, Aniversário de Penedo, Dia Mundial do Livro, Aniversário Santana do Ipanema e Dia Mundial da Educação.
MAIO	6	Maio Amarelo, Dia do Trabalhador, 73 anos de Famed, Aniversário do MHN, Dia das mães, Dia Internacional de Combate a Homofobia.
JUNHO	5	Dia Mundial do Meio Ambiente, Dia da Língua Portuguesa, Festas Juninas, Dia Mundial do Orgulho LGBTQIAPN+.
JULHO	2	Dia da Amizade, Dia da Mulher Negra da América Latina e do Caribe.
AGOSTO	7	Agosto Lilás, Dia Internacional dos Povos Indígenas, Dia do Estudante, Dia dos Pais e Aniversário de Palmeira dos Índios, ICF 25 anos, Biental.
SETEMBRO	0	---
OUTUBRO	5	Dia do Servidor Público, Outubro Rosa, Dia de Luta pela Democracia Brasileira, Dia Nacional do Livro, Aniversário de Arapiraca.
NOVEMBRO	5	Dia Internacional pela Eliminação da Violência contra a Mulher, Novembro Azul, Proclamação da República, Consciência Negra, Identidade visual Congresso Caic.
DEZEMBRO	3	Dia Mundial da Luta contra a AIDS, Aniversário de Maceió, Boas festas.
<b>TOTAL</b>		<b>41</b>

<b>PEÇAS DE OUTDOORS - JUL a DEZ</b>	<b>39</b>
<b>SUGESTÃO DE PAUTA - ANDIFES - MAI a DEZ</b>	<b>36</b>
<b>RELEASES ENVIADOS À IMPRENSA (WHATSAPP) - MAI a DEZ</b>	<b>158</b>

### 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.
Excelente relacionamento com a imprensa e a Ufal novamente funcionando com 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).	
Gerenciamento das mídias sociais oficiais da Universidade com a contratação de mais um profissional terceirizado para compor a equipe.	
Com o apoio do Gabinete do Reitor e da Pró-reitoria de Gestão Institucional, a Ascom garantiu a aquisição de materiais e serviços no PCA/2023, com a disponibilidade orçamentária no valor R\$ 29.280,31. Itens de materiais e serviços requisitados no PCA: câmera digital, microfones, carregador de pilhas, cartão de memória, filtro de linha, fones de ouvido, HD Externo, microfones de lapela, microondas, notebook, assinatura de streaming da Rádio Ufal e materiais de consumo. A Ascom também conseguiu, por meio da Ufal e da Fundepes, o valor de R\$ 126.398,00 para contratações de materiais e serviços como: produção e impressão da Revista Saber Ufal; contratação do profissional de redes sociais pelo período de 11 meses; criação e produção do vídeo institucional, aquisição de câmera fotográfica profissional e lente.	Crescimento no número de seguidores e maior engajamento, compartilhamento e interação nas mídias sociais oficiais da Universidade.
PONTOS FRACOS	AMEAÇAS
Falta de servidor para o núcleo audiovisual. Não conseguimos redistribuição para o cargo vago em decorrência de vacância em outro cargo não acumulativo.	Ausência da Política de Comunicação da Ufal, diante da descentralização na divulgação das informações sobre a instituição.
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.



Para mais informações acesse:  
[www.ufal.br](http://www.ufal.br)