



RELATÓRIO DE ATIVIDADES 2015

Todas as sessões 100,00%

+ Adicionar segmento

Visão geral

Visualizações de página x Seleccione uma métrica

Por hora Dia Semana Mês

Visualizações de página



Sessões 149.514

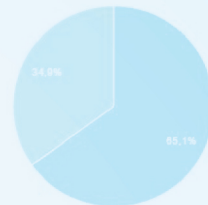
Usuários 53.289

Visualizações de página 995.854

Páginas por sessão 6,66

Duração média da sessão 00:02:20

Returning Visitor New Visitor



Taxa de rejeição 1,30%

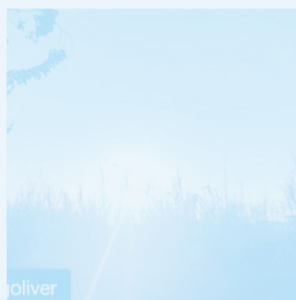
Porcentagem de novas sessões 34,90%

Total Followers



#souufal 2.572 publicações

PRINCIPAIS PUBLICAÇÕES



ASCOM

Assessoria de Comunicação



UFAL

Relatório anual de atividades
6 de dezembro de 2014 a 31 de dezembro de 2015

Maceió
Janeiro de 2016

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 Alencar (MTE-352/AL)

Relações Públicas

Janaina Alves

Programadora Visual

Camila Fialho

Redes Sociais

Rose Ferreira

Repórteres

Diana Monteiro (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 (comunicação institucional)

André Ferro (texto e foto)

David Cardoso (texto e foto)

Déborah Moraes (texto e foto – até setembro)

Deriky Pereira (clipping, texto, fotos e mensuração)

Dilson Fidelis (clipping e mensuração)

Emanuele Divino (texto, foto e mensuração – até março)

Eduardo Lira (clipping e mensuração)

Jônatas Medeiros (foto e redes sociais - até setembro)

Keila Oliveira (texto e foto)

Mariana Madeiro (comunicação institucional)

Natália Oliveira (texto e foto) – Espaço Cultural

Pedro Barros (texto e foto – até maio)

Rosiane Martins (texto e foto)

Thyeres de Medeiros (redes sociais)

Wende Cerqueira (texto e foto)

Bolsistas do Núcleo de Design (NUD)

João Felipe Rezende (estudante de Design)

Beatriz Montenegro (estudante de Design – até maio)

Área administrativa

Rose Ferreira

Jacqueline Freire

Edmilson da Silva Pereira

Sumário

1. Apresentação.....	5
2. Produção da Ascom nos últimos 12 meses (6 de dez/2014 a 31 de dez/2015)	7
2.1. Total de matérias produzidas e publicadas nos portais da Ufal	7
2.1.1. Comparativo com anos anteriores	7
2.2. Revista Saber Ufal	8
2.3. Newsletter Ufal em Dia	8
3. Portais.....	9
3.1. Acessos aos portais (em números).....	9
3.2. Gráficos do Google Analytics.....	10
3.2.1. Portal Geral	10
3.2.2. Portal do Estudante.....	11
3.2.3. Portal do Servidor.....	13
4. Atendimento à Imprensa	14
4.1. Resultado do atendimento à Imprensa	14
4.2. Atendimento direcionado à gestão.....	15
5. Matérias enviadas para a mídia em 2015	15
5.1. Repercussão das matérias produzidas pela Ascom no quarto ano de gestão.....	16
5.2. Comparativo com anos anteriores.....	16
6. Repercussão das matérias produzidas pela Ascom nas redes sociais a partir dos portais da Ufal.....	17
6.1. Matérias com maior número de recomendações no Facebook nos três portais.....	17
7. Ufal na Mídia	18
7.1. Jornal impresso	18
7.1.1. Gazeta de Alagoas.....	19
7.1.2. Tribuna Independente.....	19
7.1.3. O Dia Alagoas	20
7.2. TV	20
7.3. Rádio.....	21
7.4. Web.....	22
7.4.1. Avaliação das matérias publicadas nos sites e clipadas no Ufal na mídia	23
7.5. Subclassificação da clipagem (Ufal na Mídia)	24
8. Redes sociais da Ufal	26
8.1. Análise do Facebook.....	26
8.2. Análise do Instagram	26
8.3. Análise do Twitter	28
8.3.1. Pontos positivos	29
8.3.2. Pontos negativos.....	29
9. Ações de Relações Públicas e Comunicação Institucional	30
9.1. Campanha: Parabéns, Ufal.....	30
9.2. Exposição Fotográfica: Sou Mulher, Sou Ufal.....	32
9.3. Consumo Consciente	36
9.4. Dia Mundial da Saúde.....	38
9.5. Ufal no Maio Amarelo.....	39
9.6. Ufal In Love.....	44
9.7. Considerações finais	46
10. A 7ª Bienal Internacional do Livro de Alagoas.....	46
10.1. Números da Bienal 2015.....	47
10.2. Resumo da transmissão do evento nas redes sociais:	51

10.3. Alcance das redes sociais.....	51
10.3.1. Posts em destaque.....	51
10.3.2. Mensagens InBox na página do Facebook:.....	54
10.3.3. Twitter (20 de junho a 5 de dezembro)	55
10.3.4. Instagram (20 de junho a 5 de dezembro).....	57
10.3.5. Snapchat	59
10.3.6. Periscope	60
10.4. Sugestões para a próxima edição	61
10.4.1. Elogios a esta edição	61
10.4.2. Participação das redes da Ufal na Bienal	61
10.5. Destaques no Facebook da Ufal.....	61
10.6. Impressões do Twitter da Ufal durante a Bienal.....	62
10.7 Publicação com maior interação no Instagram da Ufal	62
10.7.1. Sugestões para a próxima edição:	62

1. Apresentação

Dando continuidade à divulgação das ações institucionais de ensino, pesquisa e extensão da Universidade Federal de Alagoas, a Assessoria de Comunicação (Ascom) manteve o foco na comunicação externa, nos portais da Ufal e na intensificação da clipagem e da mensuração de resultados, a fim de obter e comprovar o quanto a instituição está sendo divulgada para toda a sociedade alagoana e apresenta, a partir de agora, mais um relatório de atividades.

Somados, os portais Geral, Estudante e Servidor, que são organizados pela Ascom no que diz respeito à administração e à publicação de notícias, o setor contabilizou **1.597** matérias, no período de 6 de dezembro de 2014 a 31 de dezembro de 2015, prazo estipulado para produção deste relatório. Com esse número, alcançamos a segunda maior produção anual de conteúdo – ficando atrás apenas do ano de 2013, quando produzimos 1.598. Merece destaque, inclusive, o crescimento de conteúdo do Portal do Servidor que, com **322** matérias, alcançou o maior número dos últimos quatro anos, mesmo com uma greve que durou quatro meses.

Nossos portais (Geral, Estudante e do Servidor) continuaram seguindo uma linha crescente com acessos não só no Brasil, mas também em vários países. Tivemos, em 2015, mais de **14 milhões de acessos**, cinco milhões a mais que em 2014 – mais detalhes, podem ser lidos na página 8. Além disso, tivemos, em 2015, a produção e a elaboração de mais uma revista **Saber Ufal**, na qual destacamos os dez anos do processo de interiorização com reportagens especiais de projetos de pesquisa, extensão e afins, ligados aos *campi* Arapiraca e do Sertão e suas respectivas unidades de ensino.

No quesito relacionamento com a imprensa, a Ascom continuou a cumprir seu papel e registrou ótimos índices em 2015. Mensuramos, por meio de nosso formulário de atendimento à imprensa, quase **700** solicitações dos mais variados meios de comunicação. Desse total, **280** foram

exclusivamente sobre assuntos relacionados à gestão. No envio de releases para a mídia, contabilizamos **728** com repercussão total de **2.446 inserções** na mídia.

Com relação à repercussão na mídia impressa, tivemos **1.133** inserções nos jornais O Dia Alagoas, Tribuna Independente e Gazeta de Alagoas. Neste último, foram contabilizadas **139** páginas com informações positivas e neutras (as negativas são registradas, mas não mensuradas), o que equivaleria a quase **R\$ 7 milhões** em inserções. Nas TVs, foram **379** inserções, equivalentes a quase **R\$ 3 milhões**, caso a Ufal tivesse de pagar pela divulgação de suas ações. Em rádios, mesmo com toda dificuldade que temos, conseguimos mensurar, por meio de nosso atendimento à imprensa, **94** inserções. Já nos sites de notícia, tivemos **4.235** inserções.

No geral, em 2015 conseguimos mensurar a presença da Ufal nos meios de comunicação **5.809** vezes, dentre matérias, notas, entrevistas, artigos e capas de jornal. Com esse resultado, a Ascom obteve recorde em comparação aos últimos quatro anos. Como destaque, podemos apresentar o mês de novembro que, durante seus 30 dias, registrou mais de **950** inserções da Universidade na mídia, número histórico para a instituição e nunca antes registrado.

Continuamos com alta produção de artes gráficas e os dados se intensificaram ainda mais depois de aderirmos, de forma oficial, aos nossos perfis nas redes sociais Facebook, Twitter e Instagram, cujos dados poderão ser vistos a partir da página 25. Tivemos ações voltadas ao público interno, por meio de nosso Núcleo de Relações Públicas (Nurp), como a campanha dos 54 anos da Ufal, uma exposição intitulada *Sou Mulher, Sou Ufal*, no mês de março, e outra bastante especial voltada ao Dia Mundial da Saúde.

O relatório chega ao fim com um capítulo especial sobre a 7ª Bienal Internacional do Livro de Alagoas, realizada de 20 a 29 de novembro. Apresentamos dados, principalmente, de nossas redes sociais, que alcançaram desempenhos expressivos, durante a semana do evento. Mostramos nossa relação com a imprensa, o quanto teríamos gasto com as inserções nos meios de comunicação, quantidade de matérias produzidas e etc.

Vamos chegando ao fim, porém, recordando como tudo começou. Em 2011, no início da gestão do reitor Eurico Lôbo e da vice-reitora Rachel Rocha, recebemos uma missão especial: colocar a Ufal cada vez mais próxima da sociedade por meio de nossa relação com a imprensa. Estabelecemos contato, atualizamos nosso *mailing*, enviamos diariamente nossas produções textuais e fechamos, de **6 de dezembro de 2011 a 31 de dezembro de 2015**, com um total de **21.195** inserções da Ufal nos meios de comunicação.

Com um trabalho integrado, entre bolsistas e servidores, a Ascom encerra mais uma prestação de contas para a comunidade universitária, para os gestores e para toda a população, com o sentimento de que a nossa missão foi cumprida com bastante sucesso.

Boa sorte à nova gestão da nossa Ufal.

Simoneide Araújo - coordenadora da Ascom

2. Produção da Ascom nos últimos 12 meses (6 de dez/2014 a 31 de dez/2015)

Produtos	
Matérias produzidas e publicadas no portal da Ufal	1.597
Artes gráficas	1.777
Outdoors (arte)	42
Revista Institucional	1
Atendimento à imprensa - Direcionado à gestão: 280	686
Newsletter Ufal em Dia	232

2.1. Total de matérias produzidas e publicadas nos portais da Ufal

2015			
Mês	Portal Geral	Portal do Estudante	Portal do Servidor
Dezembro 2014 (a partir do dia 6)	59	7	29
Janeiro	61	13	32
Fevereiro	40	8	23
Março	89	39	46
Abril	101	30	37
Maio	113	20	45
Junho	112	12	19
Julho	38	14	24
Agosto	59	38	9
Setembro	70	11	11
Outubro	81	18	23
Novembro	132	16	15
Dezembro 2015	71	15	17
Total	1.026	241	330
Total geral	1.597		

2.1.1. Comparativo com anos anteriores

Ano	Portal Geral	Portal do Estudante	Portal do Servidor	TOTAL
2015	1.026	241	330	1.597
2014	935	242	255	1.432
2013	1.118	215	265	1.598
2012	-	-	-	1.073

2.2. Revista Saber Ufal



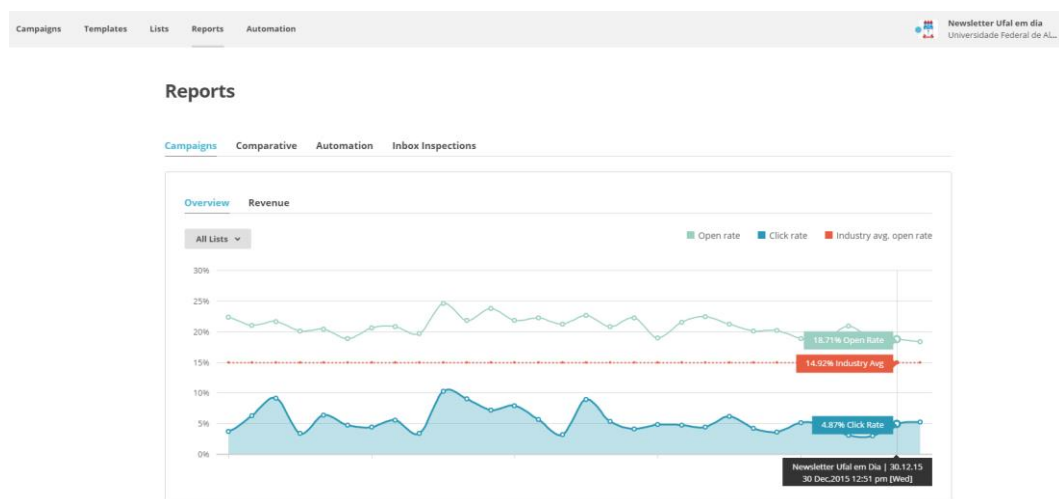
A revista Saber Ufal produzida em 2015 foi uma edição especial, alusiva aos 10 anos de interiorização da Universidade.

Nas 76 páginas dessa edição, destacamos entrevistas e reportagens com gestores e com alunos dos *campi* Arapiraca e do Sertão e suas unidades de ensino, que relataram a importância da instituição no avanço, no desenvolvimento e na economia das respectivas regiões.

Também apresentamos pesquisas, projetos extensionistas e ações culturais.

2.3. Newsletter Ufal em Dia

O envio da newsletter Ufal em Dia é feito diariamente, de segunda a sexta, para um grupo de 1.044 pessoas credenciadas, todas da Universidade. No período referente a esse relatório, foram enviadas 232 newsletters a partir de uma plataforma gratuita, por isso, não conseguimos ampliar o cadastro de novos e-mails, devido ao limite determinado pelo Mailchimp.



Em relação ao envio da newsletter, vale salientar que nem todas as 1.044 pessoas interagem com o material recebido todos os dias. O índice de visualizações e cliques nas matérias é muito pequeno, o que deduzimos ser falta de hábito. No entanto, mantivemos o envio para reafirmar a importância dessa ferramenta.

3. Portais

Em 2015, chegamos a quase **1,6 mil** notícias produzidas e publicadas nos portais Geral, do Estudante e do Servidor. A partir dessa produção, pudemos comprovar um aumento significativo no número de acessos nesses canais.

Saímos de quase 9,5 milhões para **mais de 14 milhões** de acessos, com mais de 1 milhão de usuários únicos, conforme a ferramenta Google Analytics. Essa evolução mostra o grande potencial que têm os portais da Ufal para difusão de assuntos de interesse da comunidade universitária e da sociedade em geral.

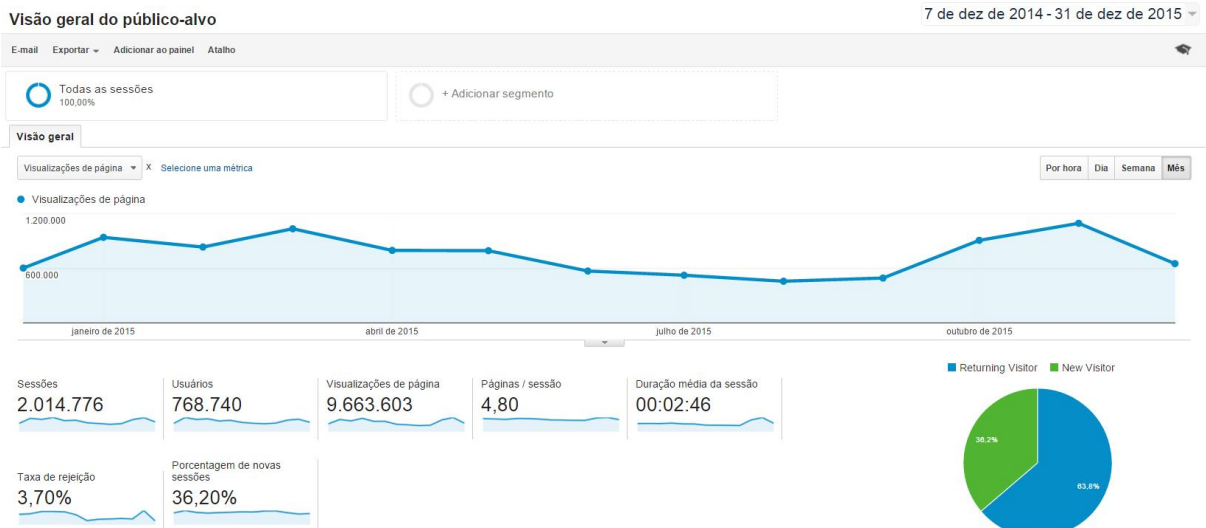
Dos mais de 14 milhões de acessos, **9,6 milhões** foram no portal Geral; **3,6 milhões** no portal do Estudante; e **995 mil** no do Servidor. Esses números podem ser conferidos com mais detalhes na tabela e nos gráficos abaixo.

3.1. Acessos aos portais (em números)

Acessos em 2015 (visualizações de página)			
Mês	Portal Geral	Portal do Estudante	Portal do Servidor
Dez 2014 – 6 a 31	600.646	187.980	76.182
Janeiro	936.678	469.059	76.109
Fevereiro	830.397	353.725	89.454
Março	1.030.575	436.530	124.243
Abril	793.829	282.555	113.192
Maio	790.799	272.555	122.080
Junho	568.141	199.783	72.400
Julho	521.821	230.613	59.230
Agosto	456.327	212.105	48.774
Setembro	491.246	167.677	52.142
Outubro	903.865	310.556	80.386
Novembro	1.090.355	257.125	86.677
Dezembro	648.924	265.479	71.101
Total	9.663.603	3.645.742	995.854
Visitantes únicos	768.740	245.150	53.289

3.2. Gráficos do Google Analytics

3.2.1. Portal Geral



3.2.1.1. Acessos ao portal Geral – países e cidades (os dez que mais acessaram)

País	Sessões	Porcentagem do Sessões
1. Brazil	1.975.244	98,04%
2. United States	9.155	0,45%
3. Índia	7.935	0,39%
4. Portugal	3.398	0,17%
5. (not set)	3.390	0,17%
6. United Kingdom	1.408	0,07%
7. France	1.152	0,06%
8. Spain	929	0,05%
9. Israel	900	0,04%
10. Germany	895	0,04%

[visualizar relatório completo](#)

Cidade	Sessões	Porcentagem do Sessões
1. Maceio	1.185.200	58,83%
2. Arapiraca	168.934	8,38%
3. (not set)	61.230	3,04%
4. Salvador	58.577	2,91%
5. Rio de Janeiro	57.397	2,85%
6. Belo Horizonte	44.801	2,22%
7. Sao Paulo	41.257	2,05%
8. Recife	39.579	1,96%
9. Aracaju	28.945	1,44%
10. Fortaleza	27.102	1,35%

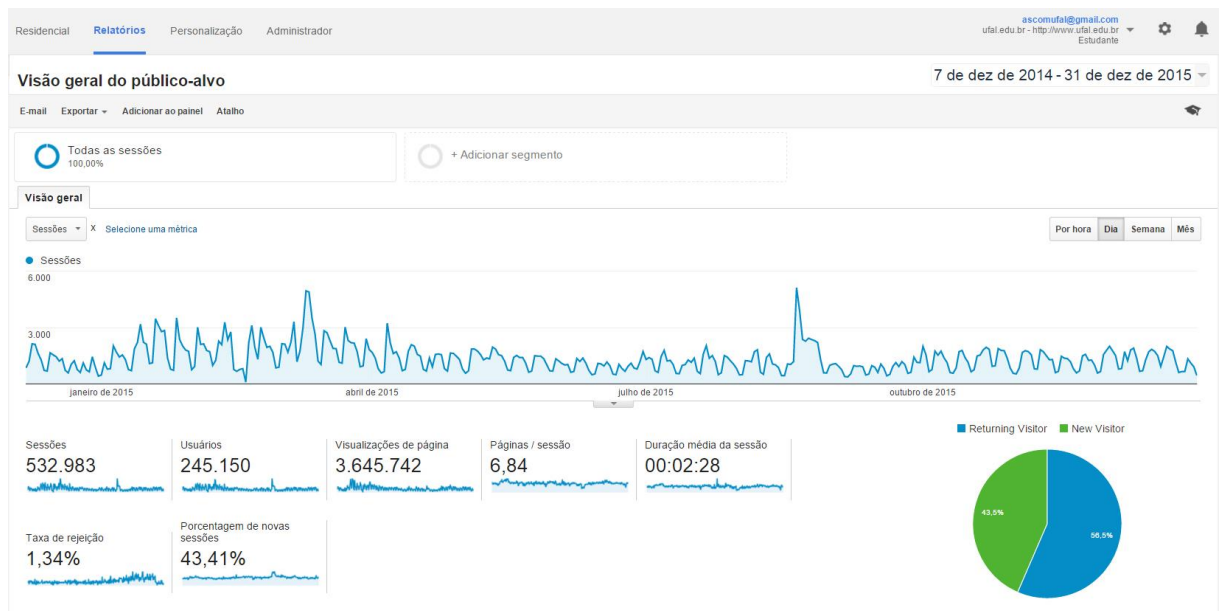
[visualizar relatório completo](#)

3.2.1.2. Acessos ao portal Geral via celular

Sistema operacional	Sessões	Porcentagem do Sessões
1. Android	405.767	73,13%
2. iOS	98.799	17,81%
3. Windows Phone	38.676	6,97%
4. (not set)	4.724	0,85%
5. Windows	4.584	0,83%
6. Series40	1.654	0,30%
7. BlackBerry	238	0,04%
8. Nokia	140	0,03%
9. SymbianOS	112	0,02%
10. Firefox OS	56	0,01%

[visualizar relatório completo](#)

3.2.2. Portal do Estudante



3.2.2.1. Acessos ao portal do Estudante – países e cidades (os dez que mais acessaram)

País	Sessões	Porcentagem do Sessões
1. Brazil	522.372	98,01%
2. India	2.319	0,44%
3. United States	2.126	0,40%
4. (not set)	820	0,15%
5. Portugal	764	0,14%
6. Colombia	359	0,07%
7. Mozambique	329	0,06%
8. United Kingdom	307	0,06%
9. Angola	280	0,05%
10. Kenya	233	0,04%

[visualizar relatório completo](#)

Cidade	Sessões	Porcentagem do Sessões
1. Maceio	293.224	55,02%
2. Arapiraca	39.016	7,32%
3. Salvador	17.534	3,29%
4. (not set)	17.345	3,25%
5. Rio de Janeiro	15.683	2,94%
6. Recife	13.740	2,58%
7. Belo Horizonte	12.931	2,43%
8. Sao Paulo	12.005	2,25%
9. Aracaju	7.825	1,47%
10. Fortaleza	7.753	1,45%

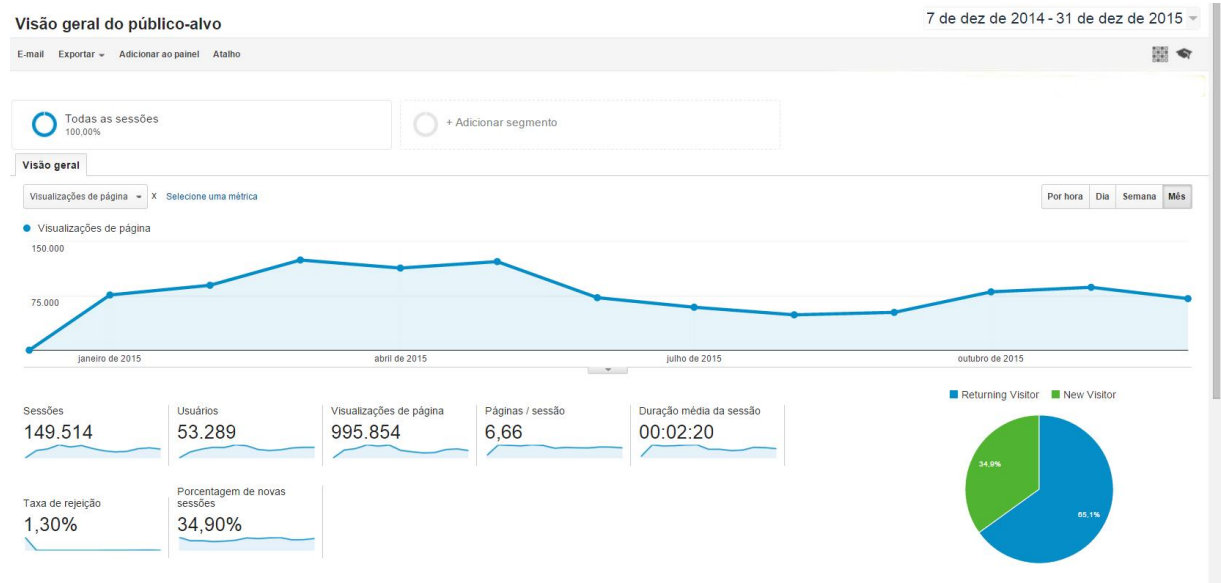
[visualizar relatório completo](#)

3.2.2.2. Acessos ao portal do Estudante via celular

Sistema operacional	Sessões	Porcentagem do Sessões
1. Android	114.634	72,36%
2. iOS	30.858	19,48%
3. Windows Phone	10.325	6,52%
4. Windows	1.333	0,84%
5. (not set)	647	0,41%
6. Series40	401	0,25%
7. Nokia	104	0,07%
8. BlackBerry	52	0,03%
9. Samsung	26	0,02%
10. SymbianOS	26	0,02%

[visualizar relatório completo](#)

3.2.3. Portal do Servidor



3.2.3.1. Acessos ao portal do Servidor – países e cidades (os dez que mais acessaram)

Pais	Sessões	Porcentagem do Sessões
1. Brazil	147.170	98,43%
2. Portugal	465	0,31%
3. United States	430	0,29%
4. India	213	0,14%
5. (not set)	135	0,09%
6. France	132	0,09%
7. Angola	131	0,09%
8. Mozambique	131	0,09%
9. United Kingdom	96	0,06%
10. Cape Verde	59	0,04%

[visualizar relatório completo](#)

Cidade	Sessões	Porcentagem do Sessões
1. Maceio	90.877	60,78%
2. Arapiraca	7.256	4,85%
3. Rio de Janeiro	4.625	3,09%
4. Salvador	3.775	2,52%
5. (not set)	3.709	2,48%
6. Recife	3.670	2,45%
7. Sao Paulo	3.612	2,42%
8. Belo Horizonte	3.057	2,04%
9. Brasília	2.424	1,62%
10. Fortaleza	1.829	1,22%

[visualizar relatório completo](#)

3.2.3.2. Acessos ao portal do Servidor via celular

Sistema operacional	Sessões	Porcentagem do Sessões
1. Android	22.960	70,32%
2. iOS	7.493	22,95%
3. Windows Phone	1.668	5,11%
4. Windows	278	0,85%
5. (not set)	101	0,31%
6. BlackBerry	76	0,23%
7. Series40	38	0,12%
8. SymbianOS	25	0,08%
9. Firefox OS	13	0,04%

[visualizar relatório completo](#)

4. Atendimento à Imprensa

Veículo	Local	Nacional	Total
TV	290	10	300
Rádio	100	2	102
Jornal Impresso	101	11	112
Site	103	14	117
Assessorias	41	2	43
Revista	2	10	12
Total geral	637	49	686

4.1. Resultado do atendimento à Imprensa

Veículos	Local	Nacional	Total
Entrevista em TV	85	-	85
Entrevista em Rádio	95	2	97
Matéria em TV	153	8	161
Matéria em Site	80	8	88
Matéria em Jornal Impresso	80	9	89
Matéria em Revista	5	8	13
Outras Informações	102	16	118
Total	600	51	651
Total geral	1.302		

4.2. Atendimento direcionado à gestão

Período	Quantidade
Dezembro 2014 (a partir do dia 6)	2
Janeiro 2015	15
Fevereiro 2015	12
Março 2015	36
Abril 2015	12
Mai 2015	33
Junho 2015	28
Julho 2015	12
Agosto 2015	22
Setembro 2015	22
Outubro 2015	38
Novembro 2015	36
Dezembro 2015	12
Total geral	280

5. Matérias enviadas para a mídia em 2015

Mês	Total	Repercussão (Site, TV, Impresso e Rádio)
Dezembro 2014 (a partir do dia 6)	61	278
Janeiro	55	256
Fevereiro	35	114
Março	59	132
Abril	63	189
Mai	71	248
Junho	56	226
Julho	25	107
Agosto	42	170
Setembro	59	166
Outubro	52	204
Novembro	100	243
Dezembro 2015	50	113
Total	728	2.446

5.1. Repercussão das matérias produzidas pela Ascom no quarto ano de gestão

2015				
Mês	Onde foram veiculadas (mídia gratuita)			
	Site	Impresso	TV	Rádio
Dezembro 2014 (a partir do dia 6)	191	79	6	2
Janeiro	186	63	2	5
Fevereiro	81	31	2	0
Março	117	9	4	2
Abril	158	20	6	5
Maiο	197	31	9	11
Junho	155	61	3	7
Julho	80	21	3	3
Agosto	155	12	2	1
Setembro	141	13	5	7
Outubro	167	20	13	4
Novembro	206	24	13	0
Dezembro 2015	90	11	12	0
Total	1.924	395	80	47
Total geral	2.446			

5.2. Comparativo com anos anteriores

Ano	Repercussão
2015	2.446
2014	2.466
2013	2.497
2012	2.825

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

A entrada da Universidade nas redes sociais de forma oficial fez com que os números de nossas inserções nesses veículos aumentassem ainda mais. Mensuramos e apresentamos abaixo a quantidade de compartilhamentos, por mês, nas redes *Twitter* e *Facebook* e que foram feitos diretamente de nossos três portais: Geral, Estudante e Servidor.

Mês	Portal Geral		Portal do Estudante		Portal do Servidor	
	Twitter	Facebook	Twitter	Facebook	Twitter	Facebook
Dezembro 2014 (a partir do dia 6)	220	5.960	21	573	2	631
Janeiro	297	6.560	45	1.130	15	114
Fevereiro	174	3.597	35	396	23	822
Março	239	10.648	172	5.772	8	351
Abril	165	4.596	70	1.554	13	165
Mai	343	9.642	44	2.255	10	1.155
Junho	254	9.621	33	666	9	2.301
Julho	117	11.299	37	3.304	1	79
Agosto	133	11.499	83	8.933	1	79
Setembro	217	10.976	21	360	8	1.307
Outubro	208	15.019	28	2.177	1	1.156
Novembro	1	15.703	0*	747	0*	774
Dezembro 2015	0	6.612	0*	5.035	0*	1.703
Total	2.348	121.722	589	32.902	91	10.637

* *Twitter só até outubro porque a janela foi retirada do ar automaticamente*

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

Mês	Portal	Títulos das matérias	Quantidade
Dezembro 2014 (a partir do dia 6)	Geral	Ufal abre inscrições para Cursos de Verão 2015	1.300
Janeiro	Geral	7ª Bienal do Livro de Alagoas terá dez dias de agenda cheia	667
Fevereiro	Geral	Inscrições abertas para o 1º Congresso de Inovação Pedagógica	565
Março	Geral	Professora da Ufal é a primeira do Nordeste indicada para a Academia Nacional de Ciências	2.400

Abril	Geral	Fenômeno previsto por Físicos da Ufal é observado por pesquisadores americanos	1.100
Maio	Estudante	Estudante de Matemática faz doutorado no Impa antes de terminar a graduação	1.900
Junho	Geral	Ufal não recebe repasse do MEC em junho e bolsas deixam de ser pagas	3.500
Julho	Geral	Contagem regressiva para a 7ª Bienal do Livro de Alagoas	4.300
Agosto	Estudante	Ex-aluno de Computação da Ufal disponibiliza software para editoração de trabalhos acadêmicos	7.850
Setembro	Geral	Volta às aulas na Ufal será dia 5 de outubro	2.900
Outubro	Geral	Como transformar sonhos em realidade	2.500
Novembro	Geral	Matemática a distância da Ufal recebe nota 5 e fica entre os melhores do país	1.900
Dezembro 2015	Geral	De Igaci para a Nasa	4.850

7. 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:

7.1. Jornal impresso

A maior inserção de notícias sobre a Ufal foi no jornal Gazeta de Alagoas com quase **139** páginas com informações positivas e neutras, o que equivaleria, em reais, a quase R\$ 7 milhões. Na Tribuna Independente, quase **36** 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 apenas o equivalente a **3,19** páginas positivas e neutras, o que convertendo em reais, seria o equivalente a quase **R\$ 10 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
Gazeta	138,84	24,84	163,68	597
Tribuna	35,98	5,77	41,75	528
O Dia	3,19	2,19	5,38	8
Total	178,01	32,80	210,81	1.133

7.1.1. Gazeta de Alagoas

Mês	Total de Páginas (Positivas e Neutras)
Dezembro 2014 (a partir do dia 6)	9,64
Janeiro	3,41
Fevereiro	9,08
Março	7,91
Abril	11,00
Mai	18,27
Junho	11,91
Julho	7,21
Agosto	7,80
Setembro	17,21
Outubro	11,88
Novembro	13,74
Dezembro 2015	9,78
Total de páginas	138,84

Total de Páginas (Positivas e Neutras)	Valor em Real (por página)	Total (em reais)
138,84	R\$ 45.799,02	6.358.735,92

7.1.2. Tribuna Independente

Mês	Total de Páginas (Positivas e Neutras)
Dezembro 2014 (A partir do dia 6)	2,72
Janeiro	4,03
Fevereiro	2,56

Março	1,07
Abril	3,32
Mai	4,88
Junho	3,19
Julho	3,56
Agosto	1,77
Setembro	2,18
Outubro	3,00
Novembro	3,49
Dezembro 2015	0,21
Total de Páginas	35,98

Total de Páginas (Positivas e Neutras)	Valor em Real (por página)	Total (em reais)
35,98	R\$ 10.389,00	373.796,22

7.1.3. O Dia Alagoas

Mês	Total de Páginas (Positivas e Neutras)
Dezembro 2014 (A partir do dia 6)	0,01
Abril	3,18
Mai	-
Total de páginas	3,19

Total de Páginas (Positivas e Neutras)	Valor em Real (por página)	Total (em reais)
3,19	R\$ 3.000,00	R\$ 9.570,00

7.2. TV

No prazo estipulado para nosso relatório, conseguimos registrar um total de **379** inserções da Ufal nas TVs. Como destaque, duas dessas não foram nas mídias locais. Tivemos uma inserção na Globo Nordeste, de Recife, e outra, também numa retransmissora global, em Sergipe. Nesta, porém, não conseguimos contato com o setor comercial da emissora para saber quanto seria a referida inserção se transformada em valores financeiros.

Em mais um ano, a TV Gazeta de Alagoas foi o veículo televisivo que mais exibiu conteúdos sobre a Ufal, chegando a quase **270**. Isso convertido em reais chegou a mais de **R\$ 2,1 milhões** como mostra a tabela abaixo. A TV Pajuçara exibiu **81** conteúdos e a TV Alagoas, **14**. No total, foram quase **R\$ 2,9 milhões** que teriam sido gastos.

Teriam sido, pois a mídia da Ufal é gratuita, ou seja, nem a Ufal e nem a Ascom pagam nada para ter essas informações divulgadas. Boa parte, no entanto, é difundida por meio de sugestão da Ascom no momento de envio, por e-mail, de suas matérias produzidas e publicadas nos Portais.

Veículo	Inserções (Positivas e neutras)	Inserções (Negativas*)	Total de inserções	Total (em reais)
TV Gazeta	256	24	269	2.120.586,85
TV Pajuçara	65	18	81	624.077,54
TV Alagoas	10	4	14	141.799,10
Globo Nordeste*	1	0	1	12.969,30
TV Sergipe**	1	-	1	-
TOTAL	333	46	379	R\$ 2.899.432,79

* Não contabilizadas para os cálculos em reais

** Não conseguimos contato para saber o valor da inserção do telejornal

7.3. Rádio

Mesmo com todas as dificuldades de acompanhar e mensurar o que sai sobre a Ufal nas emissoras de rádio, conseguimos identificar 94 inserções durante o último ano. O que apontamos na tabela abaixo é resultado dos registros no nosso formulário de atendimento à imprensa. A emissora que mais abriu espaço para a Universidade foi a Rádio Difusora, com 32 inserções, seguida da Gazeta, com 23.

Veículo	Total de Inserções por mês
Difusora	32
Gazeta (AM ou Gazetaweb)	23
Educativa	9
Globo Maceió	7
CBN Maceió	7
Jovem Pan	5
Jornal AM	3
Pajuçara FM	3
Não identificado	1
Imprima	1
Rádio Bandeirantes	1

Voz do Brasil	1
Justiça	1
TOTAL	94

7.4. Web

Em 2015, conseguimos registrar um total de **4.235** inserções da Ufal nos sites de notícia. Como forma de padronizar o trabalho, o setor contabiliza, desde o início do processo, um total de 25 sites-padrão para busca de informações, ou seja, aqueles que costumam publicar mais conteúdos sobre a Universidade. Este ano, porém, alguns deles saíram do ar, mas não tiveram seus dados eliminados do nosso trabalho.

Com os dados abaixo registrados, percebemos, também, o quanto a Ufal foi citada, por exemplo, em sites institucionais de outros órgãos, como Agência Alagoas, do Governo do Estado, e Agência Maceió, da Prefeitura de Maceió. A Ufal teve citações em matérias que envolviam diversos assuntos, como por exemplo, pesquisadores convidados a participar de eventos realizados por órgãos estaduais e municipais, além de parcerias feitas com a instituição para realização de grandes eventos, como foi o caso da 3ª edição do Congresso Acadêmico Integrado de Inovação e Tecnologia (Caiite 2015) e da 7ª Bienal Internacional do Livro de Alagoas (ver a partir da página 36).

Vale reforçar que, apesar de termos um número de 25 sites, não deixamos de olhar vários outros que também publicam conteúdos relacionados à Ufal. Esse número está devidamente registrado na categoria de *Outros Sites*.

Sites	Total de Inserções por mês
Aqui Acontece	364
4 Cantos Alagoas	292
TNH 1	268
Cada Minuto	202
7 Segundos	199
Alagoas 24 Horas	191
Agência Alagoas	186
Alagoas Em Tempo Real	185
Tribuna Hoje	172
Jornal de Alagoas*	146
Gazetaweb	145
Repórter Alagoas	140
Prefeitura de Maceió	130
Já É Notícia	126

Alagoas na NET	106
Primeiro Momento	105
G1 Alagoas	103
Painel Notícias	87
TopGyn*	58
Rota do Sertão	57
Diário de Arapiraca	47
Melhor Notícia	34
Agência Municípios Alagoanos*	27
Vale Agora	26
Primeira Edição	21
Outros Sites	818
TOTAL	4.235

* Saíram do ar

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

Das **4.235** matérias veiculadas sobre a Ufal nos sites, **2.142** foram mídia espontânea. Desse total, **1.656** foram avaliadas como mídia positiva, **349** como negativa e **127**, neutra. Vale registrar que a Ascom só avalia o que é mídia espontânea, o que não inclui o conteúdo enviado para divulgação pela assessoria.

Mês	Avaliação		
	Positiva	Negativa	Neutra
Dezembro 2014 (a partir do dia 6)	90	28	0
Janeiro	60	0	9
Fevereiro	45	30	9
Março	46	15	2
Abril	102	12	6
Maiο	61	57	4
Junho	161	20	16
Julho	113	33	4
Agosto	144	35	14
Setembro	195	81	40
Outubro	128	18	5
Novembro	454	20	18
Dezembro 2015	69	0	0

Total	1.666	349	127
Total geral	2.142		

7.5. Subclassificação da clipagem (Ufal na Mídia)

Os dados registrados de 6 de dezembro de 2014 até 31 de dezembro de 2015 nos mostraram que a Ufal teve pouco mais de **5,8 mil** inserções em jornais, sites e TVs (somando mídia espontânea e a sugerida pela Ascom). Isso significa que houve **484** inserções mensais e uma média de **16,1** inserções por dia. O dado, inclusive, é o maior já alcançado desde que a Ascom iniciou o processo de mensuração de resultados.

Em 2015, o destaque vai para o mês de novembro, no qual foram registradas **954** inserções – maior número já registrado desde quando a Ascom deu início ao processo de mensuração de resultados, em 2012. Isso quer dizer que, durante o mês, foram clipadas e publicadas no Ufal na Mídia, cerca de **31,8** inserções por dia.

Outro grande destaque de 2015, também no mês de novembro, foi a quantidade de inserções clipadas e mensuradas sobre a 7ª Bienal Internacional do Livro de Alagoas. Tudo o que saiu sobre o maior evento cultural e literário do Estado foi devidamente assinalado em nossa subclassificação, como vemos abaixo, no assunto *Edufal*. Do total de **602** inserções no prazo de análise para nosso relatório, **474** foram registradas apenas em novembro. Para ser ainda mais preciso, entre os dias 20 e 29 de novembro, a Ascom clipou e mensurou **359** matérias veiculadas sobre a 7ª Bienal.

Vale reforçar que todo o material clipado e mensurado pela Ascom pode ser encontrado no link *Ufal na Mídia*, disponível a qualquer pessoa que acessar o Portal Geral.

Inserções por Gênero	
Matérias	4.847
Notas e Colunas	680
Entrevistas	202
Artigos	38
Capas	42
TOTAL	5.809

Ano	Comparativo de Inserções
2015	5.809
2014	5.653
2013	5.735
2012	3.998 [março a dezembro]

Subclassificação do Gênero (assunto)	
Gestão (Institucional)	1.266
Graduação	326
Pós-graduação	141
Extensão	216
Equipamentos Culturais	559
Ocorrências	35
Educação a Distância	21
Hospital Universitário / Ebserh	272
Enem/SiSU	194
Edufal	602
Entidades	296
Concursos	79
Inovação e Empreendedorismo	93
Assuntos Gerais	1.709
TOTAL	5.809

Todo o processo de mensuração de resultados teve início em março de 2012 e, desde então, os números registrados pela Ascom sempre foram bastante expressivos. A título de comparação, por exemplo, somente no primeiro ano (2012), subclassificamos um total de **3.998** matérias clipadas e publicadas no link **Ufal na Mídia**, disponível a todos que acessarem o nosso portal Geral.

A clipagem sempre foi feita na Ascom, mas a partir da implantação do processo de mensuração de resultados, passou a ser ainda mais bem trabalhada. A cada ano, passamos a comprovar que o nosso trabalho estava dando certo e a meta estipulada pela gestão, em dezembro de 2011, estava sendo alcançada. Estávamos, a cada dia, mês e ano, levando o nome da Universidade Federal de Alagoas cada vez mais próximo da sociedade.

Do início de nosso trabalho, em 2012, até o dia 31 de dezembro de 2015, a Ascom registrou mais de **21 mil** inserções sobre a Ufal nos meios de comunicação – entre sites, TVs, jornais impressos e rádios. Um número bastante expressivo e comemorado pela equipe.

Total de inserções entre março de 2012 e 11 de dezembro de 2015
21.195

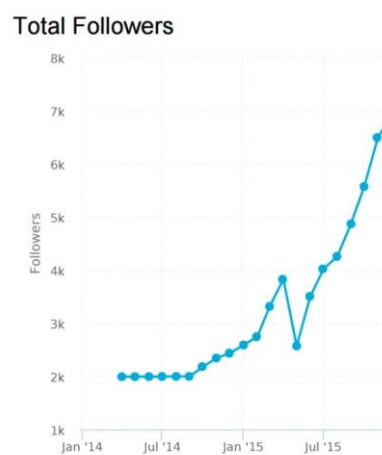
8. Redes sociais da Ufal

8.1. Análise do Facebook

De 6 de dezembro de 2014 a 31 de dezembro de 2015, foram 590 publicações, com um alcance de 1.587.038 pessoas. O número de curtidas em 05/12/2014 era de 7.987 pessoas. Em 31/12/2015, o número de curtidas saltou para 16.512 pessoas. Procuramos dar espaço a todas as unidades da Ufal, com a divulgação de eventos e atividades de várias unidades acadêmicas.



8.2. Análise do Instagram



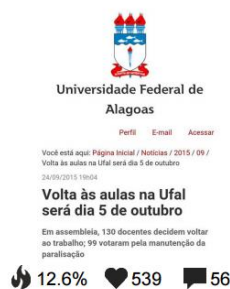
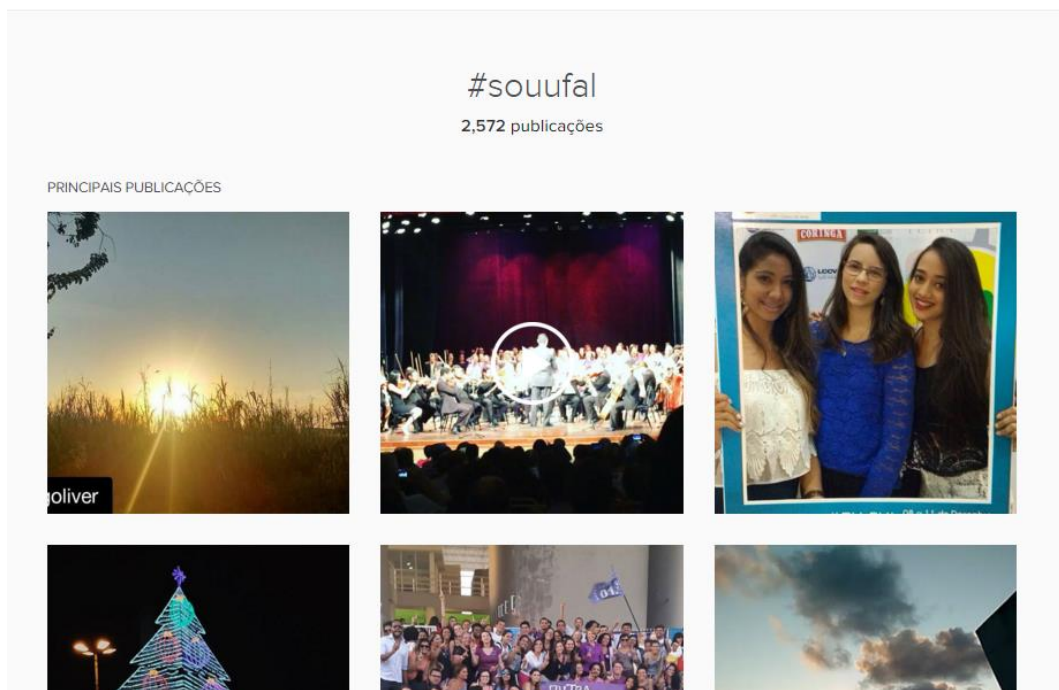
Essa rede social tem um papel diferente das demais. Sua função não é divulgação de notícias do portal (sendo a única exceção em casos de extrema relevância, como o término da greve). O Instagram é usado para agregar valor à marca Ufal, por meio de fotos que mostrem outro olhar sobre a instituição, sejam produzidas pela comunidade acadêmica em suas redes pessoais e postadas com a hashtag #SouUfal.

Estas imagens são repostadas no nosso perfil, com o objetivo de 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*. Em 2015, foram feitas 358 publicações, atingindo um somatório de 53.302 curtidas em todas as publicações do ano.

Por questões técnicas da própria rede social, não é possível ver exatamente o número de seguidores em cada período de tempo. Porém, o perfil da Ufal no Instagram tinha mais de 7 mil seguidores no final de 2015. Desde o início da campanha, em 2014, até 31 de dezembro de 2015, já foram postadas mais de 2.500 fotos com a #SouUfal como mostra a imagem abaixo.

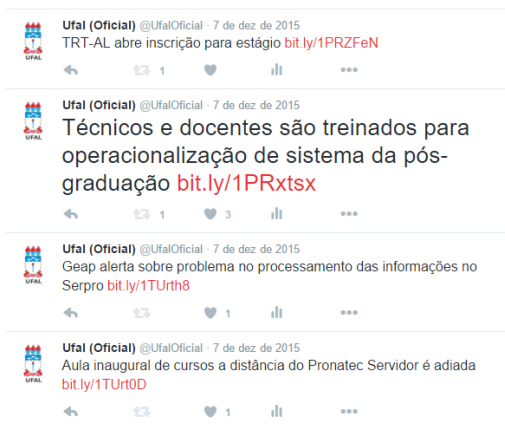
Instagram



8.3. Análise do Twitter

Criado em 2009, esta é a maior rede social da Ufal. Atualmente, temos **51.189 seguidores**, com a média de **70.000 visualizações** dos *tweets* mensalmente. Ao longo de 2015, foram **1.722 postagens**. Inicialmente, a rede foi programada para publicar todas as matérias postadas nos Portais.

Um diferencial do ano passado foi o fato de adotar uma nova política de publicações nesta rede: passamos a utilizar as imagens animadas no formato de .GIF para comunicar. Desde então, estas publicações estão sempre entre as que contam com o maior número de interações, do qual também somos responsáveis por respondê-las.



Além das postagens sem relação direta com o portal, utilizamos os *memes* e *gifs* para interagir com os seguidores nesta rede. Esta nova forma de interação reforça a sensação de pertencimento e de modernidade, que há em abundância nesta rede social.

Memés: imagens, geralmente da cultura pop, que são frequentemente compartilhadas nas redes sociais. Essas imagens, além de aproximar o público, demonstrando mais intimidade com os seguidores, mostra a modernidade e atualidade da página, que se mostra não apenas como um local para propagação de notícias, e sim uma rede social para diálogo com os seguidores.

Gif: imagens em formato de vídeo, com repetição automática, muito popular no Twitter. Essas imagens estão disponíveis na internet e são geralmente retirados de filmes e programas de TV. Além de trazer referências da cultura pop que agradam os seguidores, os *gifs* deixam a página mais dinâmica e com um caráter de propagação de notícias menor.

8.3.1. Pontos positivos

Aproximação com o público, através de respostas rápidas e personalizadas, tanto através dos comentários deixados nas publicações, quanto nas mensagens enviadas Inbox;

Realização de campanhas de valorização da instituição e do sentimento de pertencimento a ela (#SouUfal; #Ufal54Anos);

Bom resultado na divulgação semanal do cardápio do RU;

Parcerias com órgãos e instituições através de compartilhamentos e citações nas redes (exemplos: Prefeitura de Maceió, Governo de Alagoas, Fapeal e etc.).

8.3.2. Pontos negativos

O longo período de greve prejudicou o desempenho das redes sociais, tendo em vista que a equipe ficou restrita a apenas um servidor. Além disso, por mais que as postagens tentassem ser variadas, as mesmas perguntas se repetiam: "Quando a greve acaba?" "Há riscos de perdermos o semestre?", mesmo em publicações que não tinham nada a ver com o assunto;

O constante atraso das bolsas foi outro ponto de tensão e geração de crise nas redes sociais ao longo do ano;

Ausência de conteúdo exclusivo;

Somos uma equipe pequena (um servidor e dois bolsistas).



9. Ações de Relações Públicas e Comunicação Institucional

9.1. Campanha: Parabéns, Ufal

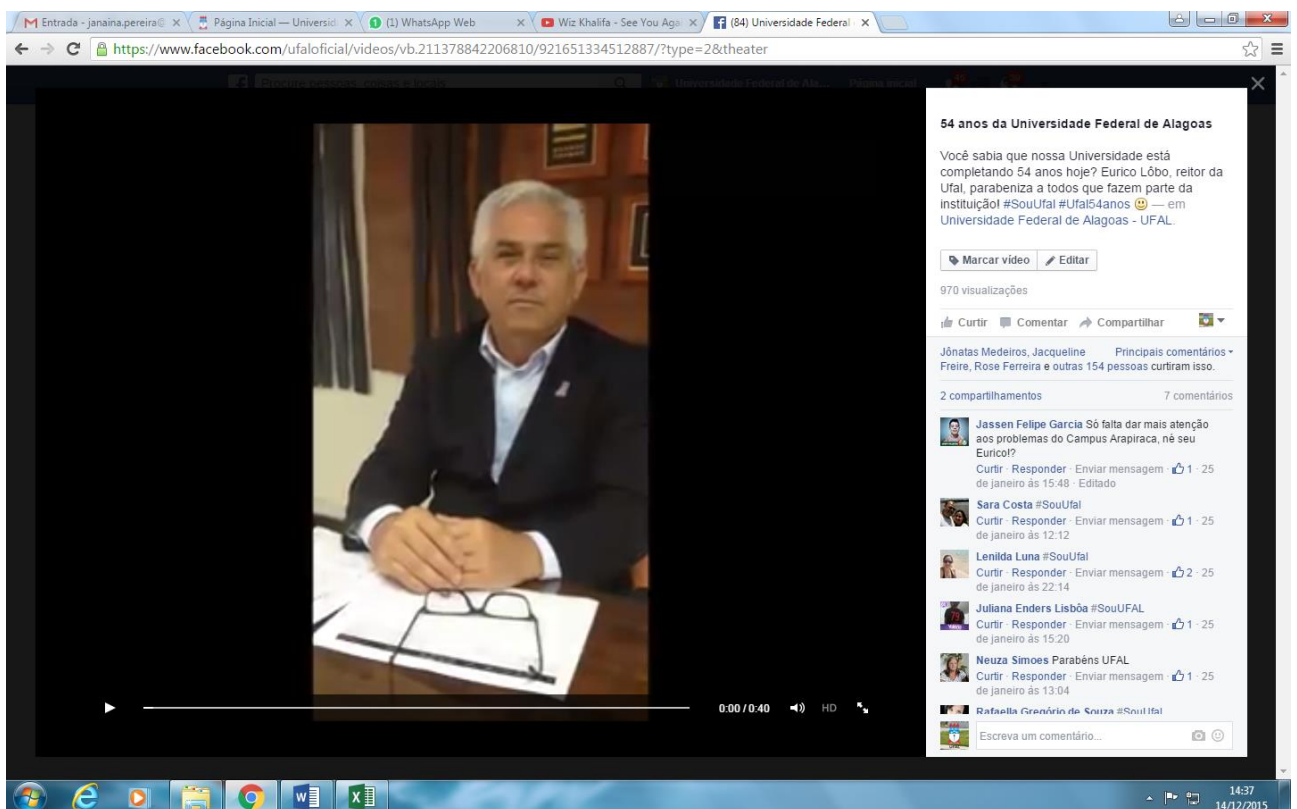
Dando continuidade às ações do planejamento de relações públicas e comunicação institucional para o ano de 2015, iniciamos o ano com a campanha *Parabéns, Ufal*, cuja finalidade foi integrar servidores e alunos dos três *campi* em torno do aniversário de 54 anos da Universidade Federal de Alagoas.

Voluntários de várias unidades de ensino enviaram vídeos para a Ascom, que os veiculou nas redes sociais durante o mês de janeiro, culminando com a participação do reitor Eurico Lôbo, no dia 25 de janeiro. A campanha movimentou a página oficial da Ufal no Facebook, gerando engajamento entre os seus seguidores. Foram **579 curtidas** e **8.707 visualizações** ao longo dos nove dias de campanha.

Vídeo do Campus Arapiraca



Produtor cultural da Unidade de Penedo, Samy Dantas, parabeniza Ufal



O reitor da Universidade Federal de Alagoas, Eurico Lôbo, parabenizou a instituição

9.2. Exposição Fotográfica: Sou Mulher, Sou Ufal

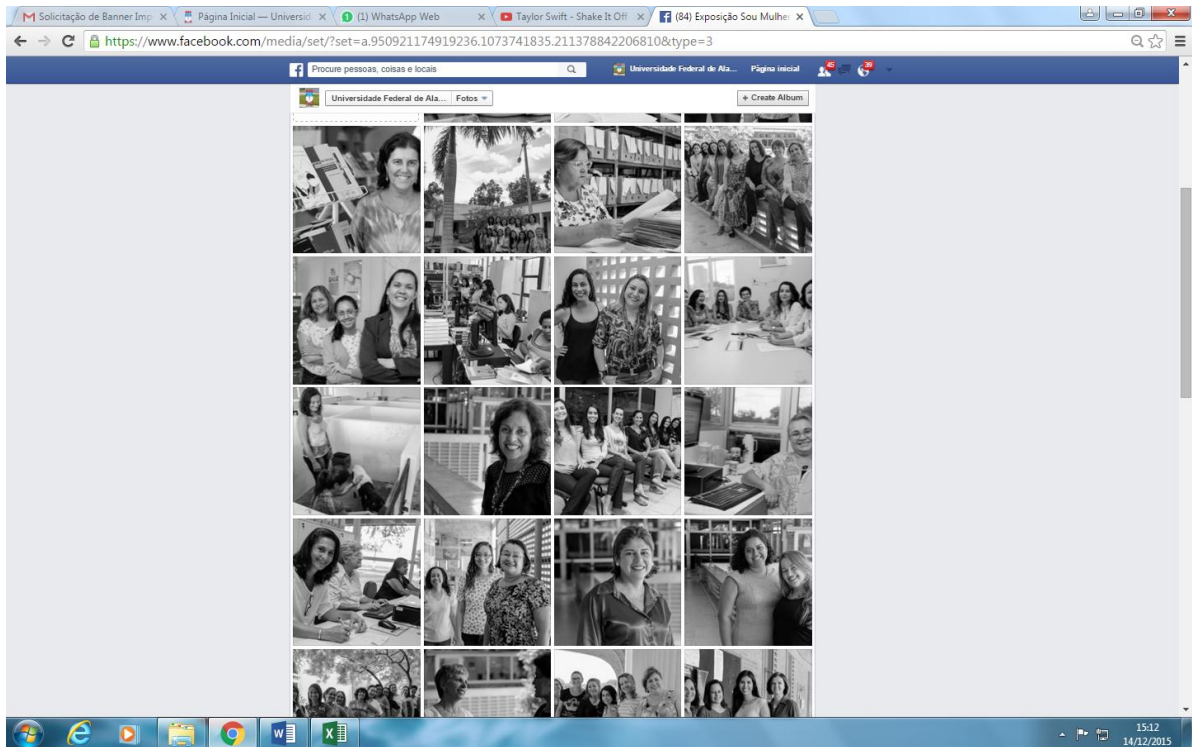
Em março, o Núcleo de Relações Públicas realizou a campanha *Sou Mulher, Sou Ufal*. A iniciativa promoveu, nos três *campi* da instituição, uma exposição de fotos em homenagem ao Dia Internacional da Mulher, cujo objetivo foi retratar o dia a dia das mulheres que fazem parte da Universidade Federal de Alagoas, em seus ambientes de trabalho.

O alvo da mostra foi a valorização de professoras, alunas, técnicas e prestadoras de serviço que, com sua beleza e sua força, engrandecem a Ufal e a ajudam a nossa Universidade a se destacar nos mais altos padrões de excelência acadêmica. Para isso, visitamos setores administrativos, unidades acadêmicas, os *campi* do interior de Alagoas e os equipamentos culturais, para que pudéssemos apresentar suas representantes.

A técnica escolhida foi fotografia em preto e branco no papel fosco. Acreditamos que, desta forma, há uma maior atenção sobre as nuances do contraste entre luz e sombra, realçando os traços e valorizando a beleza própria que existe em cada mulher.



Turma da Pró-reitoria de Gestão de Pessoas e do Trabalho (Progep)



Álbum está disponível na página oficial da Ufal no Facebook



Álbum está disponível na página oficial da Ufal no Facebook



Vice-reitora, Rachel Rocha.



Valéria Correia, com equipe da Faculdade de Serviço Social onde, à época, atuava como diretora

Após a sessão de fotos, que buscou contemplar o máximo de participantes possível, a estrutura da exposição visitou, durante o mês de março, o *hall* da Reitoria e da Biblioteca Central, no Campus A.C. Simões, em Maceió, os *campi* de Arapiraca e do Sertão.

A exposição também ganhou espaço nas redes sociais e no portal da Ufal, com a divulgação da matéria¹.

www.ufal.edu.br/noticias/2015/03/ufal-lanca-exposicao-em-homenagem-ao-dia-internacional-da-mulher

ufal - estudante - servidor - transparência -

Você está aqui: [Página Inicial](#) / [Notícias](#) / 2015 / 03 / Ufal lança exposição em homenagem ao Dia Internacional da Mulher

05/03/2015 19h24 - Atualizado em 19/03/2015 19h13

Ufal lança exposição em homenagem ao Dia Internacional da Mulher

"Sou Mulher, Sou Ufal!" fica no hall da Reitoria até esta sexta-feira e depois segue para Biblioteca Central

Facebook 100

Pedro Barros – estudante de Jornalismo

"São as mulheres na Ufal e pela Ufal", expressou a professora do curso de Biblioeconomia, Adriana Lourenço, depois de observar a exposição *Sou Mulher, Sou Ufal!*, instalada no hall da Reitoria da Universidade Federal de Alagoas (Ufal). A mostra, aberta desde a última segunda-feira (2), traz 53 fotografias de servidoras de diversos setores dos três campi da instituição.

A responsável pela produção foi a Assessoria de Comunicação, que montou uma equipe especial para o projeto formada pela relações públicas Janaina Alves, a jornalista Simone de Azeiteiro, coordenadora do setor, e os bolsistas Mariana Madeiro e Jônatas Medeiros, também fotógrafo. O trabalho começou no fim de janeiro, com visitas aos campi e a diversos setores da Universidade em Maceió.

Segundo Jônatas, a produção foi intensa. "Deu um pouco de trabalho para a gente fazer esse projeto pelo tamanho da Universidade. Tivemos que viajar para Arapiraca, Delmiro Gouveia, Rio Largo... A gente não conseguiu contemplar todos os setores, mas, pelo menos, conseguiu mostrar cada área: saúde, exatas e humanas. Ver o resultado é muito legal, e uma sensação de dever cumprido", contou.

A ideia foi mostrar os bastidores do trabalho das mulheres na Ufal, explicou Janaina. "Costumamos lembrar da mulher como mãe, dona de casa, mas esquecemos um pouco que, dentro da universidade, elas têm um papel diferenciado. Há muitas entre nós que se destacam, estando a frente de setores, de pró-reitorias, temos a própria vice-reitora. Quisemos exaltar a força da mulher e mostrar de que forma o trabalho delas contribui para o crescimento da instituição", disse a comunicadora.

Conforme a equipe, cada foto tem uma história diferente, portanto, merece, cada uma, um nome. *Flores do Agreste* homenageia as servidoras de Arapiraca, *Beleza Natural* retrata a equipe feminina do Museu de História Natural, *Guardiãs dos Livros* apresenta as mulheres da Biblioteca Central e *Prontas para Ajudar*, as servidoras do Hospital Universitário.

A coordenadora de Política Estudantil da Ufal, Ruth Vasconcelos foi uma das servidoras fotografadas e declarou estar maravilhada diante do trabalho. "Estou achando a coisa mais linda do mundo. Fiquei maravilhada com o encontro de tantas mulheres lindas e inteligentes. Isso faz da universidade um espaço de mais sensibilidade, porque a mulher tem essa possibilidade de ver o mundo pela razão e pela emoção, tantas delas participando da Ufal devem fazer realmente a diferença", expressou.

A exposição é itinerante e fica em cartaz no hall da Reitoria até esta sexta-feira, 6 de março. Depois segue para o hall da Biblioteca Central até o dia 13 de março. A Unidade de Penedo e os campi Arapiraca e do Sertão também recebem a mostra.

Perfil | Email | Acessar

Concursos e Editais

Eventos

14 dez IOP Mostra Cinema e Direitos Humanos no Mundo

Próximos eventos...

UFAL na Mídia

Links Úteis

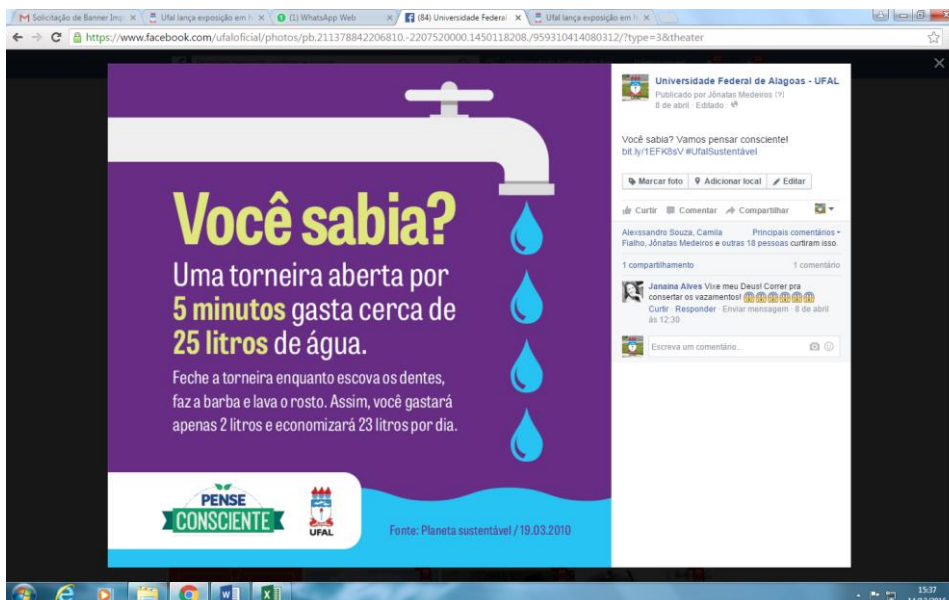
- AEDHESP
- Biblioteca
- Central de Sistemas
- CIED
- Comissões de Ética
- Newsletter
- Períodos
- PEXP
- SIG
- SISU

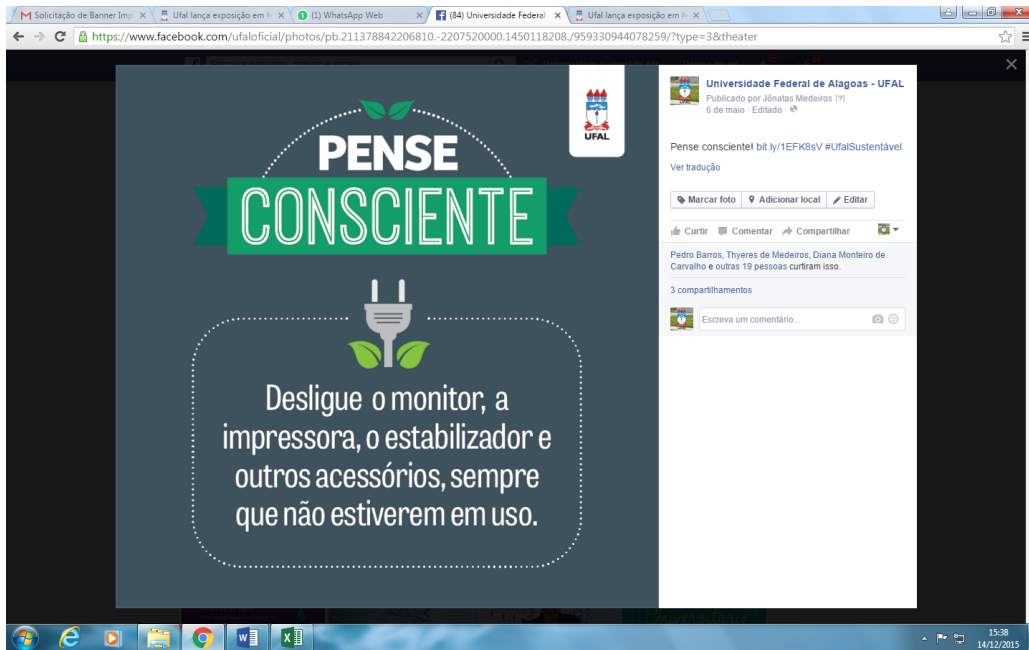
15:25
14/12/2015

¹ Confira matéria sobre a exposição clicando em: <<http://www.ufal.edu.br/noticias/2015/03/ufal-lanca-exposicao-em-homenagem-ao-dia-internacional-da-mulher>>

9.3. Consumo Consciente

Em consonância com os apelos mundiais pelo uso consciente dos recursos naturais, a Universidade Federal de Alagoas lançou, em abril, a campanha *Consumo Consciente*. Tal ação consistiu em peças gráficas impressas e digitais com mensagens positivas sobre o consumo de água e luz nas dependências da Ufal.





9.4. Dia Mundial da Saúde

A ação pelo Dia Mundial da Saúde foi planejada pela Ascom em parceria com o Coordenação de Qualidade de Vida no Trabalho (CQVT) da Ufal e buscou, dentre outras coisas, proporcionar um momento de cuidados com a saúde dos servidores e alunos.

Foram oferecidas vacinas, aferição de pressão, glicemia, massagens reiki, reflexologia podal, entre outros serviços de prevenção e promoção à saúde. A iniciativa serviu, ainda, para fomentar a integração entre os cursos de saúde, com a participação de alunos de diversas Ligas da Faculdade de Medicina (Famed).



9.5. Ufal no Maio Amarelo

Esta ação foi desenvolvida pela Ascom e pela Pró-reitoria Estudantil (Proest), em parceria com a Superintendência Municipal de Transporte e Trânsito (SMTT) de Maceió e o Detran Alagoas, e contou com ações variadas de conscientização e de educação para um trânsito mais seguro. Nas redes sociais a campanha movimentou cerca de 100 curtidas e 9 comentários.

As atividades foram desenvolvidas durante todo o mês de maio e atingiram os variados públicos da Ufal. Houve palestras e depoimentos de pessoas envolvidas em acidentes de trânsito, que fizeram parte do programa Ufal em Defesa da Vida, intervenções artísticas no Campus A.C. Simões, em Maceió, além de blitz educativa, curso de atualização para os motoristas da divisão de transportes.



Curso para motoristas



Motoristas de ônibus também foram conscientizados em blitz educativa



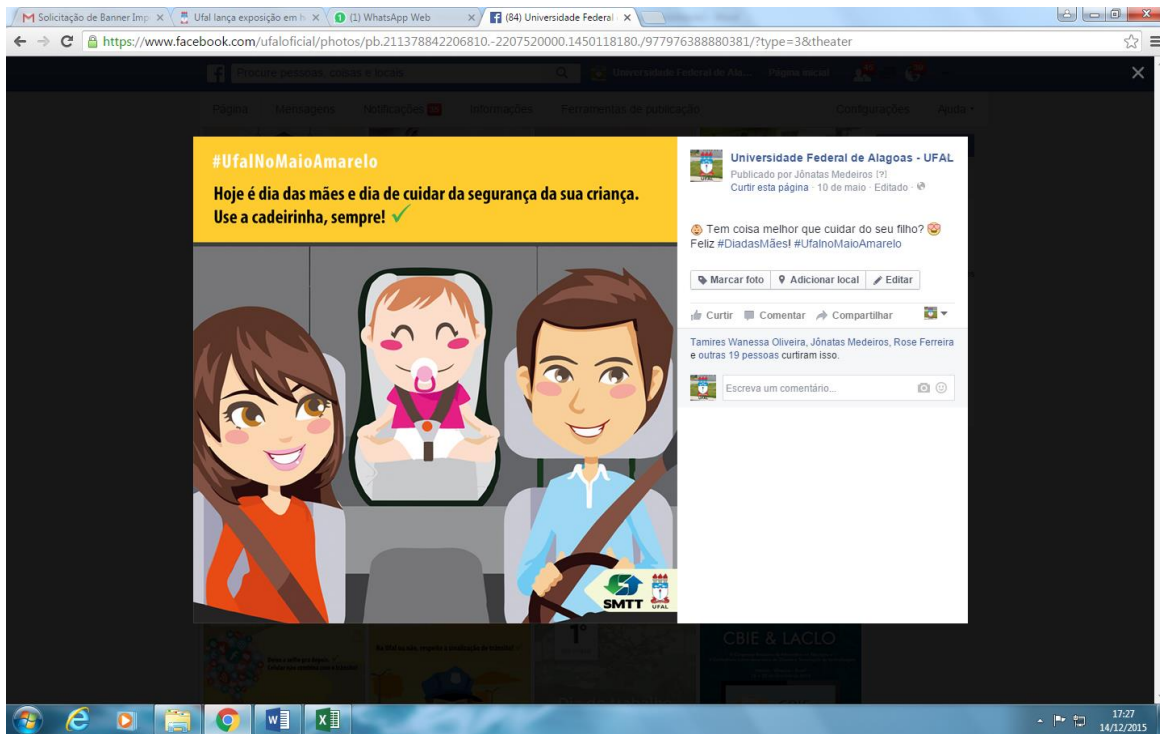
Blitz Educativa com a comunidade universitária contou com agentes da SMTT



Motoristas de ônibus também foram conscientizados em blitz educativa



Intervenção artística no Campus A.C. Simões





The image is a screenshot of a web browser displaying a Facebook post from the official page of the Universidade Federal de Alagoas (UFAL). The browser's address bar shows the URL: <https://www.facebook.com/ufaloficial/photos/pb.211378842206810.-2207520000.1450118207.976247882386565/?type=3&theater>. The browser tabs include 'Solicitação de Banner Imp...', 'Ufal lança exposição em', 'WhatsApp Web', and '(84) Universidade Federal'. The Facebook post is from 'Universidade Federal de Alagoas - UFAL', published by Jônatas Medeiros on May 4, 2015. The post text reads: 'Neste 15º Ato, a comunidade universitária e a sociedade alagoana estão sendo convocadas para responder a uma enquete. As respostas serão recebidas até o dia 25 de maio e os dados serão apresentados durante a programação do dia 26. Colabore: bit.ly/1EaBVqP'. Below the text are options to 'Marcar foto', 'Adicionar local', and 'Editar'. The post has 12 likes and 2 shares. The main image of the post shows a white toy car that has been crushed and overturned on a wooden surface, with several small metal wheels scattered around it. Below the image, the text reads: 'NA VIDA REAL TEM COISAS COM AS QUAIS NÃO DÁ PRA BRINCAR.' At the bottom of the image, there is a dark banner with the text: '15º ATO: TRÂNSITO: Violências, traumas e sequelas. Prevenção ou morte?'. To the right of this text are three logos: 'Ufal em defesa da Vida' (with a red rose icon), 'PROEST Pró-ombudsman Estudantil', and the UFAL logo. The Windows taskbar at the bottom shows the date as 14/12/2015 and the time as 17:27.

9.6. Ufal In Love

No mês de junho, a Universidade Federal de Alagoas, por meio da Ascom, lançou a campanha que lembrou o Dia dos Namorados. A ideia foi retratar casais que trabalham na Ufal. De uma forma lúdica e divertida, a campanha celebrou “todas as formas de amor”, numa alusão à tolerância e à diversidade.

Com um formato pensado predominantemente para o público interno, foram publicados no portal servidor, sete histórias de professores e técnicos que dividem o dia a dia como colegas de trabalho e são casais. O objetivo, mais uma vez, foi agregar servidores, alunos e comunidade acadêmica, além de gerar neles um clima favorável e de identificação com a Universidade, mostrando que a Ufal pode produzir conteúdo interessante além do tripé ensino, pesquisa e extensão e que o capital humano é o que a torna tão especial.

Nas redes sociais, alunos foram incentivados a postarem fotos de casais usando **#UfalInLove**. A interação gerada pela campanha foi bastante alta: **mais de 34 mil pessoas alcançadas** e um **engajamento de 5 mil pessoas**, entre curtidas, comentários e compartilhamentos.

The screenshot shows a web browser window with the URL www.ufal.edu.br/servidor/noticias/2015/05/ufal-in-love-universidade-homenageia-casais-no-mes-dos-namorados. The page title is "Ufal In Love: Universidade homenageia casais no mês dos namorados". The article text, by Deniry Pereira, discusses the celebration of the Day of Lovers and the initiative to highlight couples working at UFAL. A graphic with the text "Porque é justa toda forma de amor" and "#ufalinlove" is also visible. The browser's taskbar at the bottom shows the time as 17:44 on 14/12/2015.

Solicitação de Banner Imp. x Ufal In Love apresenta: Qu... x (2) WhatsApp Web x (84) Universidade Federal x

www.ufal.edu.br/servidor/noticias/2015/06/ufal-in-love-apresenta-quando-o-trabalho-se-torna-a-segunda-casa

Universidade Federal de Alagoas

ufal - estudante - servidor - transparência

Buscar no Site

Perfil Email Acessar

Você está aqui: Página Inicial / Notícias / 2015 / 06 / Ufal In Love apresenta: Quando o trabalho se torna a segunda casa

12/09/2015 13h43 - Atualizado em 18/09/2015 10h54

Ufal In Love apresenta: Quando o trabalho se torna a segunda casa

Erivaldo Farias e Rose Ferreira se conheceram na Ufal ainda na época de estudantes

Jacqueline Freire - jornalista colaboradora

Trabalhar junto atrapalha o relacionamento? Há quem diga isso, mas para Erivaldo Farias e Rose Ferreira isso nunca foi problema. Eles se conheceram durante uma greve: ela fazia parte do Movimento Estudantil Alfa e Ômega, para jovens criativos; ele resolveu participar de uma das reuniões e a amizade começou. Num luan organizado pelo grupo, Rose e Erivaldo ainda eram apenas amigos. Mas hoje, o casal de servidores da Universidade Federal de Alagoas comemora sete anos de casamento e quase três da filha, Alice.

O interesse, a princípio, foi recíproco, mas silencioso, como contam os dois. "Desde o começo, nos demos muito bem, ele é muito divertido, mas só quando as aulas voltaram e começamos a organizar nossa ida ao Congresso Estudantil, em Fortaleza, é que percebi o interesse dele", diz Rose. Próximo ao dia dos namorados, ela comentou com umas amigas que estava triste porque não ia ganhar presente. "Estávamos na pracinha dos bancos e, então, ele soltou uma indireta e as coisas começaram a fluir", complementou.

A versão de Erivaldo complementa o início da história de amor. "Depois do episódio na pracinha, ela me ligava para dar bom dia, disse que lembrou de mim... Ai fomos para Fortaleza com mais quinze estudantes e voltamos namorando", revelou o servidor.

Rumo ao altar

Mas somente depois de pedir ao pai de Rose permissão para namorar é que eles oficializaram o relacionamento. O casal já estava no último ano de curso - ele em Serviço Social e ela em Jornalismo. Logo que se formaram, continuaram trabalhando com o Alfa e Ômega, mas foram enviados para cidades diferentes: Rose foi morar no Rio de Janeiro e Erivaldo, em Fortaleza. Seis um ano longe um do outro, mas a saudade não permitiu. Com seis meses distantes, eles se encontraram em Recife para participar de um projeto de verão na UFPE e Erivaldo aproveitou a oportunidade para pedir Rose em casamento.

Quando retornaram para Maceió, iniciaram os preparativos para o casamento, que aconteceu em fevereiro de 2008. E ao contrário do que diz o ditado, a sorte no amor também trouxe sorte no campo profissional. Rose foi empossada como assistente administrativo na Ufal cinco meses depois do casamento. E Erivaldo, segundo o ritmo, foi empossado em 2013 como técnico em Serviço Social, meses depois do nascimento da filha Alice, em julho de 2012.

Ufal em família

www.ufal.edu.br/servidor/noticias/2015/06/ufal-in-love-apresenta-quando-o-trabalho-se-torna-a-segunda-casa/@images/image

17:44 14/12/2015

Solicitação de Banner Imp. x Ufal In Love: campanha at... x (2) WhatsApp Web x (84) Universidade Federal x

www.ufal.edu.br/servidor/noticias/2015/07/ufal-in-love-campanha-atinge-objetivo-e-alcanca-excelente-repercussao

Você está aqui: Página Inicial / Notícias / 2015 / 07 / Ufal In Love: campanha atinge objetivo e alcança excelente repercussão

17/07/2015 10h17 - Atualizado em 24/07/2015 19h02

Ufal In Love: campanha atinge objetivo e alcança excelente repercussão

Foram quase três mil recomendações, quase 34 mil pessoas alcançadas e vários comentários positivos nas histórias de amor dos servidores

Deniky Pereira - estudante de Jornalismo

O mês de junho foi repleto de amor aqui no Portal do Servidor. Em homenagem ao mês dos namorados, a Universidade Federal de Alagoas apresentou ao público sete histórias de servidores da instituição. Eles conversaram com nossos repórteres sobre suas vidas, casamento, família e declararam publicamente sua paixão uns pelos outros. E o resultado de tudo isso? O melhor possível. Foram quase 3 mil recomendações no Facebook daqueles que acessam as matérias diretamente do Portal, além de milhares de comentários e compartilhamentos nas redes sociais, sempre alcançando excelente repercussão.

A campanha #UfalInLove, que surgiu de uma simples conversa entre servidoras da Assessoria de Comunicação (Ascom) às vésperas do mês passado, alcançou seu objetivo. "Foi bastante interessante conhecer um pouco mais o lado pessoal de alguns professores e técnicos que contam suas histórias de vida para nós. Isso faz com que a gente perceba que a Universidade, além de celeiro do conhecimento, é local de histórias apaixonantes, conquistas, complicidade e amor, que são aspectos relacionados à nossa condição humana", comentou Janaina Alves, relações públicas da Universidade.

Todas as matérias foram compartilhadas na fanpage oficial da Ufal e alcançaram quase 34 mil pessoas com engajamento de cerca de 5 mil, dentre curtidas, compartilhamentos e comentários sendo, inclusive, considerada uma ideia inovadora. "Parabéns a Ascom da Ufal pela ideia. Estou achando muito inovadora essa assessoria", comentou a internauta Carol Sanches. Já para Matheus Accioly, a iniciativa mostrou "representatividade" e muitos dos comentários parabenizavam, também, os casais participantes e suas histórias apaixonantes: "Como a receptividade foi bem positiva, pretendemos no próximo ano apresentar histórias de outros casais", explicou Janaina.

A iniciativa, que contemplou servidores com reportagens, também atingiu os estudantes da maior instituição de ensino superior de Alagoas. O Instagram oficial da Universidade, @ufaloficial, fez a republicação de algumas fotos daqueles casais que usaram a hashtag #UfalInLove ao publicar fotos com seus parceiros na referida rede social. Para conferir, basta seguir a gente pelo Instagram. A Ufal também está no Twitter, tem a página no Facebook e outras fotos exclusivas relacionadas à instituição são compartilhadas no Flickr.

Eventos

14 DEZ 10ª Mostra Cinema e Direitos Humanos no Mundo

Próximos eventos...

Links Úteis

Adufal
Atufal
Biblioteca
Boletim de Pessoal
Capacitação
SIAPENET
Sintufal

17:44 14/12/2015

9.7. Considerações finais

As campanhas institucionais buscaram, ao longo de todo o ano de 2015, integrar a Universidade 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 Ufal e ao crescimento continuado de suas atividades e serviços e à expansão de suas potencialidades.

É importante, contudo, salientar, que o período de greve impossibilitou que outras campanhas e outras ações fossem levadas a diante, o que consideramos ter sido uma perda para a instituição e seus públicos. Mesmo assim, buscamos estabelecer um vínculo com a sociedade alagoana, proporcionado pelas interações nas redes sociais e na mídia.

Algumas ações iniciadas em 2014 foram mantidas, como a política de valorização das profissões, o envio de cartões de aniversário para os servidores e o envio de *newsletter*.

10. A 7ª Bienal Internacional do Livro de Alagoas

No ano de 2015, assim como em 2013, a Ascom assumiu a divulgação e fez todo o trabalho de Assessoria de Comunicação para a 7ª Bienal Internacional do Livro de Alagoas. O evento, realizado entre os dias 20 e 29 de novembro, no Centro Cultural e de Exposições Ruth Cardoso, em Jaraguá, mobilizou grande parte da equipe do setor, que se transferiu para o local e trabalhou, durante os dez dias, de forma intensa com a intenção de informar, não só a comunidade universitária, mas toda a sociedade alagoana sobre tudo o que aconteceu no maior evento cultural e literário do Estado.

Realizada das 10h às 22h, sempre aberta ao público, passaram pela 7ª Bienal de Alagoas mais de 300 mil visitantes, número que superou todas as expectativas da organização do evento, que teve duração de 100 horas. O número de visitas dos estudantes e professores, no decorrer do evento, também foi bastante expressivo: 900 escolas, em sua maioria da rede pública de ensino. Além disso, tivemos 144 expositores, cerca de 60 palestras e bate-papos com salas lotadas e, só da Editora da Universidade Federal de Alagoas (Edufal), foram 60 livros lançados.

Os números foram comemorados pela diretora da Edufal, Stela Lameiras, que também foi responsável pela estruturação do evento. Ela vibrou, ainda mais, com a sinalização de que em 2017, será realizada a 8ª edição da Bienal Internacional do Livro de Alagoas. Quem também comemorou foi o reitor Eurico Lôbo ao dizer, em entrevista sobre o balanço do evento, que o evento não é mais da Universidade, mas de toda a sociedade. Como se sabe, a Bienal de Alagoas é a única no país a ser organizada por uma Universidade. Ainda falando de coisas boas, a Ascom, por sua vez, também comemora os números alcançados em sua produção.

Toda a equipe, empenhada em levar o melhor do evento, trabalhou intensamente nos dez dias, mas a divulgação da 7ª Bienal de Alagoas começou logo cedo, lá em dezembro de 2014, com a

primeira matéria sobre o assunto, que falava sobre os editais que estavam sendo lançados para publicação de livros durante a maratona literário-cultural. Para este capítulo, dedicado especialmente à Bienal, selecionamos dados que envolvem clipagem e mensuração no mesmo prazo de nosso relatório: entre 6 de dezembro de 2014 e 31 de dezembro de 2015.

Somados os portais da Ufal e o blog da Bienal, tivemos um total de **264 matérias produzidas** sobre o evento e, dessas, mais de **150** foram enviadas para os meios de comunicação por meio de nosso *mailing*. Com relação aos compartilhamentos destas matérias produzidas nas redes sociais, no *Twitter* tivemos **161** e no *Facebook*, **24.510**. Os números de artes elaboradas e publicadas nas redes sociais oficiais do evento também foram bastante expressivos. Ao somarmos *Twitter*, *Facebook* e *Instagram*, tivemos um total de **1.140** produções gráficas.

A 7ª Bienal de Alagoas também foi notícia nos meios de comunicação do Estado. Dentre conteúdos positivos, negativos e neutros, no jornal **Gazeta de Alagoas** tivemos um quantitativo de inserções sobre a 7ª Bienal de Alagoas equivalente a quase R\$ 314 mil reais; já no jornal **Tribuna Independente**, foram pouco mais de R\$ 8,6 mil.

Nas TVs, tivemos 23 inserções na **TV Gazeta de Alagoas** o que, transformando em reais, seria equivalente a quase R\$ 163 mil. Na **TV Pajuçara**, com 12 inserções, teríamos gasto pouco mais de R\$ 135 mil; por fim, na **TV Alagoas**, em 5 inserções, o valor foi equivalente a R\$ 43 mil. Na soma das três emissoras, a Ufal teria gasto um total de mais de **R\$ 341 mil**.

No que se refere aos sites de notícia, a nossa equipe contabilizou quase 500 inserções sobre a 7ª Bienal de Alagoas durante o prazo de nosso relatório, de 6 de dezembro de 2014 a 31 de dezembro de 2015. Mas, falando somente entre os dias 20 e 29 de novembro, prazo de realização da Bienal, foram **359** matérias mensuradas sobre o evento.

O relacionamento com a imprensa também foi bastante trabalhado, seja durante o evento, com estande montado exclusivamente para o atendimento aos colegas jornalistas, ou antes, com a elaboração de *releases* sobre o assunto que, publicadas nos Portais da Ufal e da Bienal, sempre eram enviadas para a mídia por meio de nosso *mailing*.

Para a edição de 2015, a 7ª Bienal de Alagoas também inovou nas redes sociais e aderiu a perfis no *Snapchat* e *Periscope*, onde realizou transmissões ao vivo de vários eventos. Com grande destaque, na primeira rede citada, dentre vídeos e fotos publicados e exibidos, foram um total de **540**. Confira os dados em detalhes mais abaixo.

10.1. Números da Bienal 2015

O blog da 7ª Bienal de Alagoas teve mais de 24 mil visualizações, de setembro a dezembro de 2015. Nas figuras abaixo, você poderá conferir os detalhes:



Os números

A sala de concertos em Sydney, Opera House tem lugar para 2.700 pessoas. Este blog foi visto por cerca de **24.000** vezes em 2015. Se fosse um show na Opera House, levaria cerca de 9 shows lotados para que muitas pessoas pudessem vê-lo.

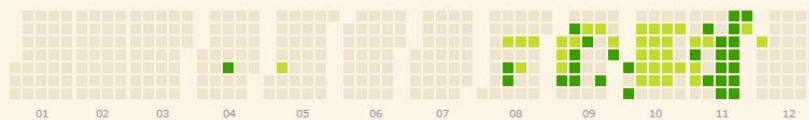
Foram carregadas **465** imagens, ocupando um total de 2 GB. É cerca de uma imagem por dia.

O dia com mais tráfego foi outubro 4, com **2.343** visitas. O artigo mais popular nesse dia foi **Programação completa da 7ª Bienal Já está disponível**.



Padrões de postagem

Em 2015 foram publicados **211** novos artigos, nada mal para um primeiro ano!



A MAIS LONGA FASE BOA

15 dias

17 novembro - 1 dezembro

MELHOR DIA

quinta-feira

com 41 posts no total

Atrações em 2015

Esses são os posts com mais visualizações em 2015. Você também pode consultar todos os posts mais visualizados na sua página de [página de estatísticas do site](#).

- 1
Programação completa d...outubro 2015
2 COMENTÁRIOS

- 2
Cortella fala para quase d..novembro 2015
0 COMENTÁRIO

- 3
Bruna Vieira reúne juven...novembro 2015
2 COMENTÁRIOS

- 4
Jessler Quirino, Martha ... novembro 2015
0 COMENTÁRIO

- 5
O Alzheimer de Vovó Nil... novembro 2015
0 COMENTÁRIO

Como o encontraram?

Os sites que mais o mencionaram em 2015 foram:

- ➔ facebook.com
- ➔ bienalalagoas.com.br
- ➔ twitter.com
- ➔ ufal.edu.br
- ➔ reporteralagoas.com.br

De onde vieram?








Isto representa 41 países num lugar só!
Países de topo: Brasil, Estados Unidos e Portugal

Quem foram?

O seu artigo mais comentado em 2015 foi **Clarice Freire também estará na Bienal do Livro**

Os 5 comentadores mais ativos:

1	 Instituto Céu Aberto	1 COMENTÁRIO
2	 Eduarda	1 COMENTÁRIO
3	 Luna potter	1 COMENTÁRIO
4	 Jose Eugenio do Nascimen..	1 COMENTÁRIO
5	 yasnaya	1 COMENTÁRIO

Talvez queira segui-los ou enviar-lhes um agradecimento?

10.2. Resumo da transmissão do evento nas redes sociais:

Facebook

- Publicação de posts de divulgação dos estandes, através da #DicasDaBienal;
- Publicação do vídeo oficial (teaser) da Bienal;
- Seleção diária das matérias do dia publicadas no blog bienalalagoas.com para serem compartilhadas;
- Publicação de artes de divulgação geral do evento;
- Interação com os participantes e autores através dos comentários e mensagens InBox.

Instagram

- Repost de fotos marcadas com #BienalAlagoas;
- Curtidas nas postagens marcadas com # BienalAlagoas
- Postagem de fotos e vídeos das atividades que aconteceram durante o evento;
- Interação com os participantes através dos comentários e mensagens no *direct*.

Twitter

- Publicação de todas as matérias do site da Bienal;
- Postagem de fotos e vídeos das atividades que aconteceram durante o evento;
- Interação com público através de RT's e curtidas nas postagens marcadas com #BienalAlagoas;
- Acompanhamento das citações do perfil (@bienalalagoas).

Snapchat

- Publicação fotos e vídeos do evento em geral;
- Postagem de fotos e vídeos das atividades que aconteceram durante o evento;
- Interação com público através de das mensagens diretas;
- Participação de blogueiros para cobrir o evento e entrevistar alguns autores.

Periscope

- Transmissão total ou parcial das atividades destaques do dia;
- Transmissão das entrevistas com autores nacionais realizadas pelos repórteres da Ascom/Ufal.

10.3. Alcance das redes sociais

Facebook (20 de junho a 5 de dezembro)

- Publicações: **299**
- Pessoas alcançadas: **878.489**
- Pessoas alcançadas de 18/11 a 1º/12: **376.206**
- Visualizações de conteúdo: **3.548.716**

10.3.1. Posts em destaque



53.767 pessoas alcançadas
3.080 curtidas, comentários e compartilhamentos



543.065 pessoas alcançadas
20.126 curtidas, comentários e compartilhamentos



53.644 pessoas alcançadas
2.712 curtidas, comentários e compartilhamentos



E agora? 🏠 Pra qual desses você correria para abraçar e pedir uma selfie primeiro? 📷 Confira a programação completa no link bit.ly/bienalalagoas



50.905 pessoas alcançadas
2.835 curtidas, comentários e compartilhamentos

10.3.2. Mensagens InBox na página do Facebook:

Tivemos, seja antes ou durante a realização da 7ª Bienal de Alagoas, diversas mensagens que nos chegavam diretamente pelo nosso perfil oficial no Facebook.

Priscila Voltz

Bom Dia! Poderia me fornecer um e-mail para que eu possa obter algumas informações sobre o evento? Gostaria de saber quantas pessoas estão sendo esperadas e quais editoras e livrarias que estarão no evento. Obrigada!

30 DE SETEMBRO DE 2015 12:30

Olá, Priscila. Temos o email ascomufalnabienal@gmail.com

Enviada por Thyeres de Medeiros [?]

30 DE SETEMBRO DE 2015 13:45

Obrigada!

Estamos sempre à disposição 😊

Enviada por Thyeres de Medeiros [?]

Karol Oliveira

6 DE OUTUBRO DE 2015 00:35

Boa noite.

Gostaria de saber como funciona a Bienal. É pago? Qual o valor?

6 DE OUTUBRO DE 2015 08:54

Olá, Carol. Somos um evento completamente gratuito! 😊

Basta chegar e desfrutar de cada espaço do evento 😊

Enviada por Thyeres de Medeiros [?]

Que coisa boa!!! Obrigada pela informação.

Enviada por Thyeres de Medeiros [?]

Wilma Felix Golebiovski

14 DE OUTUBRO DE 2015 21:34

Fico feliz vendo a minha terra ser parte da cultura do nosso país .

15 DE OUTUBRO DE 2015 09:29

Nós também! 🙌🙌 Obrigada pelo carinho!

Enviada por Rose Ferreira [?]

Joece Lima


Como fazer pra escrever minha escola

????

Olá, Joece, boa tarde! Acesse este link e siga as instruções: <http://bienalalagoas.com.br/agendamento-para-visitacao-escolar/>. Esperamos você na #BienalAlagoas! 😊

Enviada por Rose Ferreira [?]

Mais uma vez grata





10.3.3. Twitter (20 de junho a 5 de dezembro)

- Publicações: **610** - janeiro a junho
- Visualizações de conteúdo: **281.700**
- Visualizações de conteúdo durante a Bienal: **141.300**
- Ficamos entre os assuntos mais comentados em Alagoas todos os dias do evento

Tweets em destaque:

Bienal de Alagoas
@BienalAlagoas

Já segue a gente no Snap? 📷 Por enquanto, a @ThalitaReboucas é a autora preferida. Corre lá e vote! #BienalAlagoas

FERNANDO AGUZZOLI	87	Há 21 horas	3
CLARICE FREIRE	87	Há 21 horas	3
MÁRIO SÉRGIO...	87	Há 21 horas	4
FERNANDA TAKAI	87	Há 21 horas	4
GABRIEL, O...	87	Há 22 horas	9
PAULA PIMENTA	87	Há 22 horas	15

RETWEETS: 11 CURTIDAS: 65

Bienal de Alagoas
@BienalAlagoas

Segura coração! ❤️ Está mais ansioso para ver quem na #BienalAlagoas? 😊 Confira a programação bit.ly/bienalalagoas

RETWEETS: 14 CURTIDAS: 29

Impressões: 19.452

Impressões: 7.267

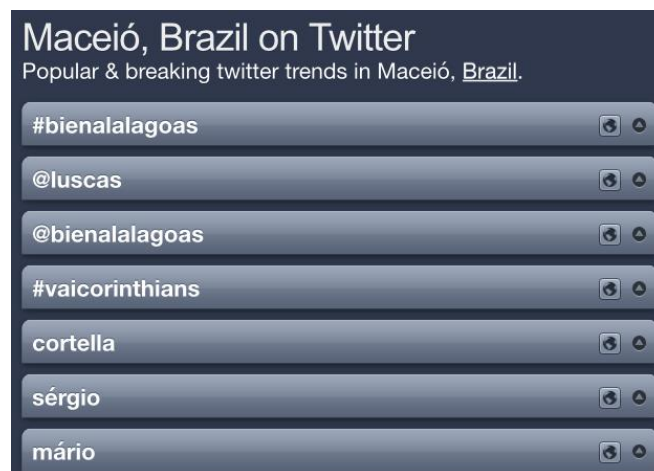
Bienal de Alagoas
@BienalAlagoas

Vocês pediram e ela aceitou o convite! 🙌
Sim, olha só quem estará na #BienalAlagoas: @ThalitaReboucas

RETWEETS: 9 CURTIDAS: 35

Impressões: 4.499

10.3.1.1. Entre os assuntos mais comentados



10.3.4. Instagram (20 de junho a 5 de dezembro)

- Publicações: 231
- 2.556 fotos com marcadas com #BienalAlagoas

10.3.4.1. Promoções realizadas

- *Sorteio de vale-livro de R\$100 na Livraria Leitura*
439 curtidas
1.633 comentários
Alcance estimado: 6.536
- *Sorteio de livro “Quem eu?” autografado*
592 curtidas
1.169 comentários
Alcance estimado: 3.507
- *Sorteio kit de livros gastronômicos do Senac*
204 curtidas
262 comentários
Alcance estimado: 786
- *Sorteio de vale-livro de R\$150 na Edufal*
404 curtidas
2.557 comentários
Alcance estimado: 7.671

— *Sorteio de vale-livro de R\$100 na Livraria Nobel*

1.563 curtidas
3.070 comentários
Alcance estimado: 12.280

— *Sorteio de vale-livro de R\$150 na Editora Vozes*

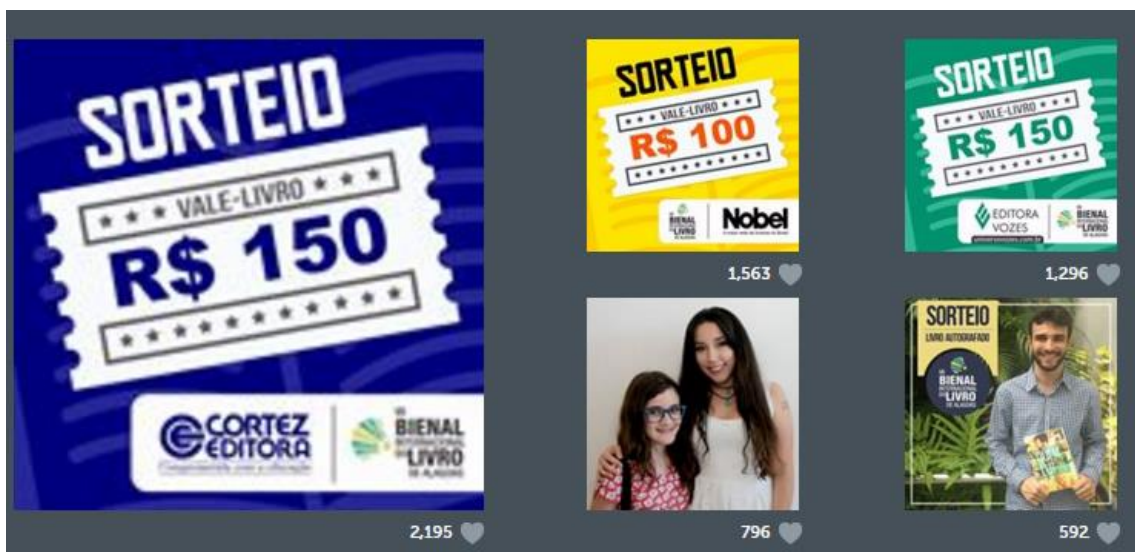
1.296 curtidas
3.526 comentários
Alcance estimado: 14.108

— *Sorteio de vale-livro de R\$150 na Editora Cortez*

2.192 curtidas
3.070 comentários
Alcance estimado: 20.388

Soma de todo alcance estimado dos sorteios: **65.276 pessoas**

10.3.4.1. Publicações mais curtidas

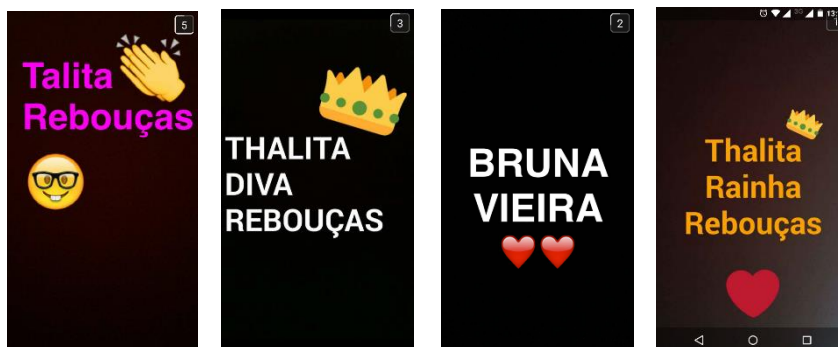


10.3.4.2. Publicações mais comentadas



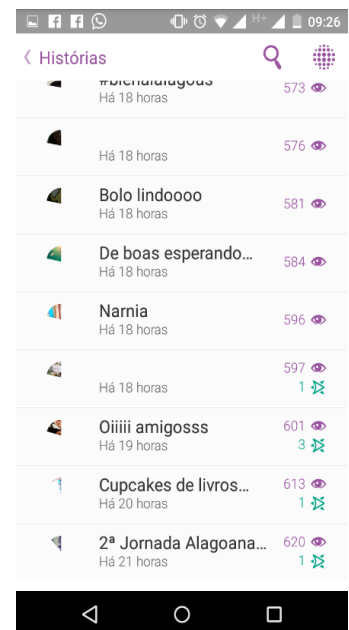
10.3.5. Snapchat

- Publicações de fotos e vídeos sem sequência e frequência definida;
- Média de visualizações das publicações durante o evento: 500;
- Alcance máximo das publicações durante o evento: 620;
- Participação de seis blogueiros, que obtiveram os picos de visualizações.



Interações na pergunta “Qual seu autor favorito” no Snapchat

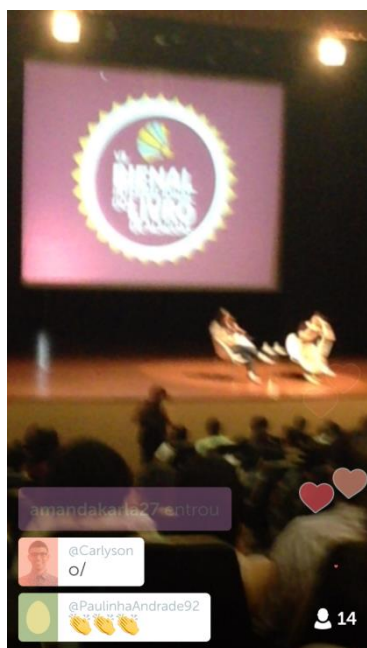
Obs: Por definição técnica da própria rede social, não é possível saber a quantidade exata de seguidores.



Pico de visualizações do Snapchat durante participação do blogueiro Diogo Moreira (Maceió Ordinária)

10.3.6. Periscope

- 267 seguidores
- 14.932 curtidas no somatório de todas as transmissões
- 19 transmissões ao vivo do evento, entre entrevistas, bate-papos e palestras.
- Impressões durante a semana da Bienal: 40.900 (visualizações) - 13 a 23 de junho



10.4. Sugestões para a próxima edição

- Elaborar o site com a participação e a aprovação da Assessoria de Comunicação, para também ser otimizado para versão *mobile*;
- Divulgar as redes sociais na papelaria e em *backdrops* do evento;

10.4.1. Elogios a esta edição

- Internet do NTI;
- Organização geral do evento;
- Parcerias enriquecedoras, como a da Semed, que promoveu o vale-livro;
- Escolha dos autores.

10.4.2. Participação das redes da Ufal na Bienal

- Reposts, compartilhamentos e retweets no que era divulgado pelas redes da Bienal.
- Divulgação dos eventos promovidos pela Ufal ou Edufal, dentro da Bienal.
- Seleção das matérias postadas sobre a Bienal no *site* da instituição para destaque de postagem.
- Interação com os participantes através dos comentários e mensagens *in box*.

10.5. Destaques no Facebook da Ufal



6.610 pessoas alcançadas
216 curtidas, comentários e compartilhamentos



6.187 pessoas alcançadas
331 curtidas, comentários e compartilhamentos

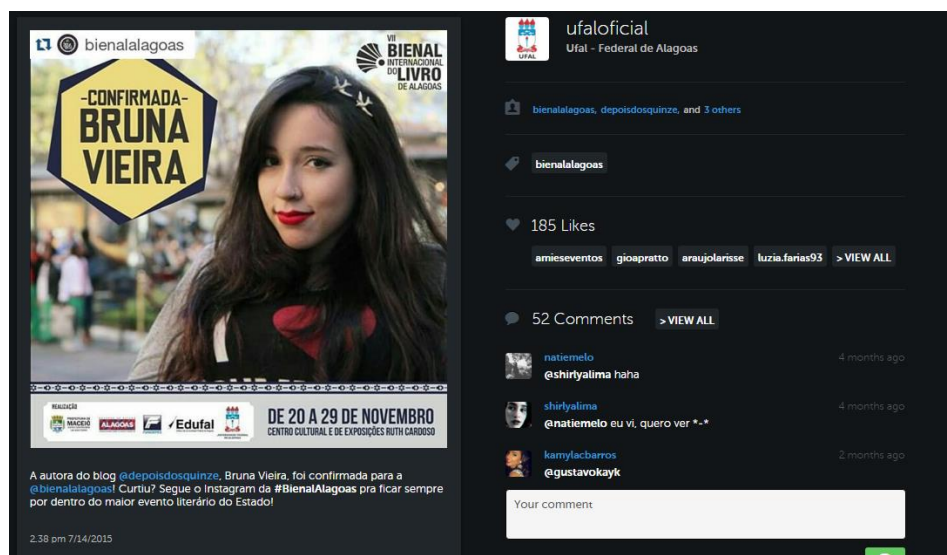


5.440 pessoas alcançadas
234 curtidas, comentários e compartilhamentos

10.6. Impressões do Twitter da Ufal durante a Bienal



10.7 Publicação com maior interação no Instagram da Ufal



10.7.1. Sugestões para a próxima edição:

- Melhorar a divulgação da *hashtag* (#ufalnabienal) - insistir no uso; instruir em postagens qual o objetivo da *hashtag*; divulgá-la em material impresso; inserir fotos e divulgação com a *hashtag* para que haja engajamento.
- Mais peças próprias sobre o evento.
- Ter um selo próprio para fotos divulgadas.

10.7.1.1. Elogios para esta edição:

- Ótimo trabalho do NTI, visto que a internet funcionou 100% satisfatória para equipe da Ascom;
- Parceria com as redes sociais da Bienal Alagoas;
- Organização de horários da equipe.