



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**Universidade Federal do Cariri**  
Diretoria de Comunicação

## **Relatório Anual**

2021

Juazeiro do Norte-CE  
2022

**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**Universidade Federal do Cariri**  
Diretoria de Comunicação

## **Relatório Anual** **2021**

Relatório Anual, com métricas referentes a conteúdos institucionais da UFCA, elaborados pela Dcom, publicados em canais oficiais da Universidade no ano de 2021.

Juazeiro do Norte-CE  
2022

## **Equipe Dcom/UFCA**

**Gabriel Nogueira de Souza**

Diretor de Comunicação

**Ana Paula Lima de Araújo**

Coordenadora de Conteúdo Institucional

**Georgia Mendes Sousa**

Chefe do Núcleo de Identidade Visual

**Patrícia de Almeida Gomes**

Chefe do Núcleo de Gestão

**Danielle Bezerra Feitosa**

Gerente da Divisão de Relacionamento e Métricas de Audiências

**Gabriela Silva Meneses**

Jornalista

**\*Allison José Soares Gomes**

Gerente da Divisão de Audiovisual

**\*\*Otniel Rodrigues dos Santos**

Gerente da Divisão de Acessibilidade Informacional

\*Lotado no Instituto Interdisciplinar de Sociedade, Cultura e Artes (IIsca/UFCA)

\*\*Lotado na Secretaria de Acessibilidade (Seace/UFCA)

## **Lista de Figuras**

**Figura 1** – Perfil dos receptores (gênero e idade) de mensagens publicadas no Portal da UFCA. **(p.34)**

**Figura 2** – Perfil dos receptores (gênero e faixa etária) de mensagens publicadas no Instagram (@ufcaoficial). **(p.35)**

**Figura 3** – Perfil dos receptores (gênero e faixa etária) de mensagens publicadas na página da UFCA no Facebook. **(p.36)**

**Figura 4** – Reprodução do card de abertura da postagem de maior repercussão de 2021, do perfil oficial da UFCA no Instagram. **(p.47)**

**Figura 5** – Reprodução do card de abertura da postagem com a segunda maior repercussão de 2021, do perfil oficial da UFCA no Instagram (feed). **(p.48)**

**Figura 6** – Reprodução do card de abertura da postagem com a terceira maior repercussão de 2021, do perfil oficial da UFCA no Instagram (feed). **(p.48)**

**Figura 7** – Reprodução do card de abertura da postagem com a quarta maior repercussão de 2021, do perfil oficial da UFCA no Instagram (feed). **(p.49)**

**Figura 8** – Reprodução do card de abertura da postagem com a quinta maior repercussão de 2021, do perfil oficial da UFCA no Instagram (feed). **(p.49)**

**Figura 9** – Conteúdos em destaque publicados no perfil oficial da UFCA no instagram (@ufcaoficial), como stories, em 2021. **(p.51)**

**Figura 10** – Reprodução da postagem de maior repercussão de 2021, da página oficial da UFCA no Facebook. **(p.52)**

**Figura 11** – Reprodução da postagem com a segunda maior repercussão de 2021, da página oficial da UFCA no Facebook. **(p.53)**

**Figura 12** – Reprodução da postagem com a terceira maior repercussão de 2021, da página oficial da UFCA no Facebook. **(p.53)**

**Figura 13** – Reprodução da postagem com a quarta maior repercussão de 2021, da página oficial da UFCA no Facebook. **(p.54)**

**Figura 14** – Reprodução da postagem de maior repercussão de 2021, no canal oficial da UFCA no YouTube. (p.54)

**Figura 15** – Reprodução da postagem com a segunda maior repercussão de 2021, no canal oficial da UFCA no YouTube. (p.56)

**Figura 16** – Reprodução da postagem com a terceira maior repercussão de 2021, no canal oficial da UFCA no YouTube. (p.56)

**Figura 17** – Reprodução da postagem com a quarta maior repercussão de 2021, no canal oficial da UFCA no YouTube. (p.56)

**Figura 18** – Reprodução da postagem com a quinta maior repercussão de 2021, no canal oficial da UFCA no YouTube. (p.57)

## **Lista de Tabelas**

**Tabela 1** – quantidade de atendimentos requeridos à Dcom/UFCA, em 2021, por tipo de serviço. **(p.13)**

**Tabela 2** – Serviços mais demandados para a Dcom/UFCA em 2021. **(p.14)**

**Tabela 3** – Maiores demandantes de serviços para a Dcom/UFCA, em 2021. **(p.15)**

**Tabela 4** – Número de Seguidores em Redes Sociais Digitais oficiais da UFCA. **(p.37)**

**Tabela 5** – Títulos das notícias mais e menos lidas de todo o ano de 2021, publicadas no Portal da UFCA. **(p.40)**

**Tabela 6** – Títulos das notícias mais e menos lidas, publicadas no Portal da UFCA, em 2021, por mês. **(p.43)**

**Tabela 7** – Resumo da repercussão das postagens da UFCA no instagram @ufcaoficial, em feed, por categoria. **(p.46)**

**Tabela 8** – resumo da repercussão das postagens da UFCA no instagram @ufcaoficial, em stories, por categoria. **(p.50)**

**Tabela 9** – resumo da repercussão das postagens da UFCA no canal UFCA TV, no YouTube, em 2021, por categoria. **(p.55)**

## **Lista de Gráficos**

**Gráfico 1** – Volume de demandas formalizadas para a Dcom, em 2021, a cada mês. **(p.15)**

**Gráfico 2** – Maiores demandantes de serviços para a Dcom/UFCA em 2021. **(p.17)**

**Gráfico 3** – Volume de notícias elaboradas pela Dcom em 2021, a cada mês. **(p.18)**

**Gráfico 4** – Volume de eventos publicados no Portal da UFCA, em 2021, a cada mês. **(p.19)**

**Gráfico 5** – Volume de informes publicados no Portal da UFCA, em 2021, a cada mês. **(p.20)**

**Gráfico 6** – Volume de informes enviados para a comunidade acadêmica, em 2021, a cada mês. **(p.21)**

**Gráfico 7** – Atendimentos de Assessoria de imprensa feitos pela Dcom/UFCA, em 2021, a cada mês. **(p.22)**

**Gráfico 8** – Total de lives realizadas em 2021, a cada mês. **(p.23)**

**Gráfico 9** – Minutos totais de vídeos produzidos pela Dcom/UFCA, em 2021, por mês. **(p.24)**

**Gráfico 10** – Quantitativos de peças gráficas, agrupadas em níveis de complexidade de confecção, elaboradas pela Dcom em 2021, por mês. **(p.25)**

**Gráfico 11** – Quantitativo de sessões no Portal da UFCA em 2021, por mês. **(p.27)**

**Gráfico 12** – Tempo médio de cada sessão no Portal da UFCA em 2021, por mês, em segundos. **(p.28)**

**Gráfico 13** – Quantitativos de visualizações no Portal da UFCA, por mês. **(p.29)**

**Gráfico 14** – Quantidade de páginas visitadas por sessão aberta no Portal da UFCA, por mês. **(p.30)**

**Gráfico 15** – Alcance da conta oficial da UFCA no Instagram em 2021, por mês. **(p.31)**

**Gráfico 16** – Visualizações totais de vídeos no canal oficial da UFCA no YouTube. **(p.32)**

**Gráfico 17** – Tempo médio de cada visualização no canal oficial da UFCA no YouTube, em segundos. **(p.33)**

**Gráfico 18** – Novos seguidores e seguidores totais, por ano, do perfil oficial da UFCA no Instagram. **(p.38)**

**Gráfico 19** – Inscritos totais e novos inscritos, por ano, do canal oficial da UFCA no YouTube (UFCA TV). **(p.38)**

**Gráfico 20** – Novas curtidas e curtidas totais na página oficial da UFCA no Facebook. **(p.39)**

**Gráfico 21** – Acessos das notícias mais lidas, publicadas no Portal da UFCA, em 2021, por mês. **(p.44)**

**Gráfico 22** – Acessos das notícias menos lidas, publicadas no Portal da UFCA, em 2021, por mês. **(p.45)**

**Gráfico 23** – Variação da taxa de rejeição do Portal da UFCA, em 2021. **(p.58)**

**Gráfico 24** – Número de curtidas em mídias digitais oficiais da UFCA, em 2021. **(p.59)**

**Gráfico 25** – Número de comentários em mídias digitais oficiais da UFCA, em 2021. **(p.60)**

**Gráfico 26** – Conteúdos novos com recursos de acessibilidade em vídeos publicados no UFCA TV em 2021. **(p.62)**

# SUMÁRIO

<b>1. APRESENTAÇÃO</b>	<b>10</b>
1.1 A Dcom/UFCA	10
1.2.1 OS Ticket	11
1.2.2 Arquivo Dcom/UFCA	11
1.2.3 Painel de Edição do Portal da UFCA	11
1.2.4 Reportei	12
<b>2. ESFORÇO DCOM/UFCA</b>	<b>12</b>
2.1 Dados OS Ticket	12
2.1.1 Atendimentos realizados pela Dcom/UFCA em 2021	12
2.1.2 Maiores demandantes de serviços para a Dcom/UFCA em 2021	15
2.2. Dados do Portal da UFCA e do arquivo da Dcom/UFCA	17
2.2.1 Notícias	18
2.2.2 Eventos	19
2.2.3 Informes (Portal da UFCA)	20
2.2.4 Informes (e-mail)	21
2.2.5 Assessoria de Imprensa	22
2.2.6 Transmissões ao vivo	23
2.2.7 Vídeos Gravados	24
2.2.8 Produção de Peças Gráficas	25
<b>3. ALCANCE</b>	<b>26</b>
3.1. Sessões no Portal	26
3.2. Visualizações de páginas no Portal	28
3.3 Alcance do Instagram (@ufcaoficial)	30
3.4 Visualizações Totais YouTube (UFCA TV)	32
<b>4. INTERESSE</b>	<b>33</b>
4.1 Perfil dos receptores (Portal da UFCA)	34
4.2 Perfil dos receptores (Instagram)	35
4.4 Número de Seguidores em Redes Sociais Digitais oficiais da UFCA	37
4.5 Termos mais buscados no google sobre a UFCA	39
4.6 Notícias mais e menos lidas, no período	40
<b>5. REPERCUSSÃO</b>	<b>45</b>
<b>5.1 Instagram Feed</b>	<b>46</b>
5.2 Instagram Stories	50
5.2.1 Postagens em Destaque	50
5.3 Facebook	52
5.4 YouTube	55

<b>6. EXPERIÊNCIA</b>	<b>57</b>
6.1 Taxa de Rejeição do site	57
6.2 Quantidade de Curtidas (por mídia)	58
6.3 Quantidade de Compartilhamentos (por mídia)	60
6.4 Conteúdos novos com recursos de Acessibilidade	61

## 1. APRESENTAÇÃO

Esta é a segunda edição do Relatório Anual da Diretoria de Comunicação da Universidade Federal do Cariri (Dcom/UFCA). Os dados aqui apresentados procuram traduzir o cenário da Comunicação Institucional na UFCA intermediada pela Dcom/UFCA, tomado o período entre janeiro e fevereiro de 2021.

Por ser uma continuidade do seu antecessor, o presente relatório traz conteúdo mais objetivo, com descrições mais enxutas, privilegiando a apresentação de figuras, gráficos e tabelas – com dados acompanhados de suas respectivas fontes.

A exemplo do Relatório Anual referente ao ano de 2020, os dados deste relatório estão elencados sob cinco pilares fundamentais: a. **esforço** da equipe da Dcom/UFCA; b. **alcance** dos conteúdos produzidos ou gerenciados pela Dcom/UFCA; c. **interesse** dos públicos da instituição; d. **repercussão** dos conteúdos produzidos ou divulgados pela Dcom/UFCA e e. **experiência** dos públicos no consumo de mensagens da Universidade.

### 1.1 A Dcom/UFCA

A Diretoria de Comunicação atualmente é um órgão suplementar à Reitoria da Universidade Federal do Cariri (UFCA), dedicada exclusivamente à Comunicação na instituição.

Originalmente, a UFCA destacou uma coordenadoria para gerenciar comunicações com seus públicos de interesse por meio de canais oficiais (segundo o Estatuto da UFCA, “*coordenadoria*” é um órgão complementar à Reitoria, que trata de atividade específica). Alçada à diretoria, a Dcom/UFCA, até a sua atual circunscrição de competências, já abarcou atribuições relativas à Acessibilidade, à Promoção de Eventos e à Responsabilidade Socioambiental. Hoje, o setor atua especificamente na Gestão de Conteúdo dos canais oficiais da UFCA (o que envolve planejamento, apuração, produção, edição, publicação, relatoria e acompanhamento de conteúdos institucionais), na Comunicação Interna da instituição, na Assessoria em Comunicação à comunidade acadêmica, na Assessoria de Imprensa da UFCA e

na elaboração de instrumentos que reforcem visualmente a identidade da instituição, como materiais gráficos e recursos visuais digitais.

## 1.2 Fontes dos Dados

As quatro principais fontes de dados para a confecção deste relatório são: a. o relatório emitido pelo sistema **OS Ticket**; b. o **arquivo** da Diretoria de Comunicação; c. o painel de edição do **Portal da UFCA** e d. os relatórios emitidos pela plataforma **Reportei**.

### 1.2.1 OS Ticket

O *OS Ticket* é uma plataforma eletrônica, gerenciada pela Diretoria de Tecnologia da Informação (DTI/UFCA), que permite a abertura on-line de demandas para os setores da UFCA – o que torna eficiente o processo de solicitação e possibilita um registro ágil do quantitativo de atendimento, facilitando assim a geração de relatórios. As demandas internas da Diretoria de Comunicação também são formalizadas pelo sistema de tickets, para viabilizar a mensuração de todo o esforço da equipe da Diretoria, não apenas o esforço responsivo. Isso faz com que a própria Dcom seja a principal demandante do setor (ver tabela XX).

### 1.2.2 Arquivo Dcom/UFCA

A Dcom/UFCA mantém seu acervo de textos, peças gráficas, fotos, vídeos e animações em um *drive* vinculado ao e-mail institucional dados.dcom@ufca.edu.br, criado especificamente para armazenamento da produção da Diretoria. Assim, é possível mensurar, por exemplo, a quantidade de peças gráficas produzidas pela diretoria, independentemente da quantidade de solicitações externas para criação de artes gráficas registradas via OS Ticket.

### 1.2.3 Painel de Edição do Portal da UFCA

O painel de edição do Portal da UFCA, para perfis de usuário com maiores possibilidades de edição, permite acessar, por exemplo, o número de publicações

mensais de notícias, de informes ou de eventos, a quantidade de páginas no Portal ou a data das publicações.

#### *1.2.4 Reportei*

“Reportei” é um serviço privado que permite aferir dados de diferentes mídias usadas como canais oficiais pela UFCA – a exemplo do Instagram e do Facebook. A plataforma permite, ainda, a coleta de dados numéricos e comparativos de performance do Portal da UFCA e do Canal da Universidade no YouTube (UFCA TV). É possível, também, a aferição dos resultados via Google Search Console: um serviço componente do pacote Google Search Central, que ajuda a monitorar, manter e solucionar problemas apresentados em sites.

Além das fontes citadas, há ainda os e-mails gerenciados pela Dcom/UFCA, que permitem aferir, por exemplo, o volume de informes enviados, mês a mês, a quantidade de demandas de assessoria de imprensa ou a quantidade de *releases* enviados à veículos externos de Comunicação.

## **2. ESFORÇO DCOM/UFCA**

### 2.1 Dados OS Ticket

#### *2.1.1 Atendimentos realizados pela Dcom/UFCA em 2021*

Conforme os dados registrados via OS Ticket, a Dcom/UFCA recepcionou **1422 demandas no ano de 2021** – frente aos 1263 atendimentos de 2020.

Serviços	2021	2020	Variação (%)
Assistência para conteúdo estático no Portal	158	129	18%
Criação de artes gráficas	309	313	-1%
Divulgação de Eventos no Portal	131	36	73%
Impressão de material gráfico	2	21	-950%
Solicitação de Assessoria de Imprensa	119	130	-9%
Solicitação de Informe por e-mail	538	405	25%
Sugestão de Divulgação em Lista de Transmissão	7	29	-314%
Sugestão de Divulgação em Redes Sociais Digitais	99	22	88%
Sugestão de divulgação em TV Indoor	0	9	-
Sugestão de Pauta para Notícias no Portal	49	148	-202%
Sugestão de Pauta para Registro Fotográfico	1	3	-200%
Sugestão de Pauta para Vídeo Institucional	9	18	-100%
<b>Total</b>	<b>1422</b>	<b>1263</b>	<b>11%</b>

**Tabela 1** – quantidade de atendimentos requeridos à Dcom/UFCA, em 2021, por tipo de serviço. Fonte: OS Ticket - DTI/UFCA

O mais solicitado, entre os 12 serviços oferecidos pela Dcom/UFCA via OS Ticket, foi o envio de informe por e-mail, que respondeu por 37,13% do total de solicitações para a Dcom/UFCA, incluindo as demandas internas.

Ressalte-se que nem todas as solicitações de informe por e-mail foram efetivamente atendidas, pelo fato de ser necessário o cumprimento de requisitos previstos na Política de Comunicação para o envio. Um desses critérios é a obrigatoriedade de o solicitante compor a estrutura organizacional da UFCA, de forma que os demandantes externos tiveram suas solicitações negadas. Dos 538 informes solicitados, foram efetivamente enviados 531, dos quais 20 foram encaminhados para públicos específicos, por meio de informes segmentados.

Para o envio de um informe segmentado, as solicitações passam por triagem, sendo enviadas apenas para os públicos interessados nas informações em questão. O objetivo é diminuir o volume de mensagens enviadas a cada usuário/a, que passa a receber informações mais pertinentes às suas respectivas rotinas acadêmicas. A

questão foi levada à Diretoria de Tecnologia da Informação (DTI/UFCA), que viabilizou a solução de envio de informes segmentados. A adoção de "Informes segmentados" foi aprovada em reunião do Comitê de Governança da UFCA realizada em abril de 2021.

	Serviço	2021	2020	Variação (%)
1º	Solicitação de informe por e-mail	538	405	25%
2º	Criação de artes gráficas	309	313	-1%
3º	Assistência para conteúdo estático no Portal	158	129	1
4º	Divulgação de Eventos no Portal	131	36	73%
5º	Solicitação de Assessoria de Imprensa	119	130	-9%
6º	Sugestão de Divulgação em Redes Sociais Digitais	99	22	88%
7º	Sugestão de Pauta para Notícias no Portal	49	148	-202%
8º	Sugestão de Pauta para Vídeo Institucional	9	18	-100%
9º	Sugestão de Divulgação em Lista de Transmissão	7	29	-314%
10º	Impressão de Material Gráfico	2	21	-950%
11º	Sugestão de Pauta para Registro Fotográfico	1	3	-200%
12º	Sugestão de divulgação em TV Indoor	0	9	-

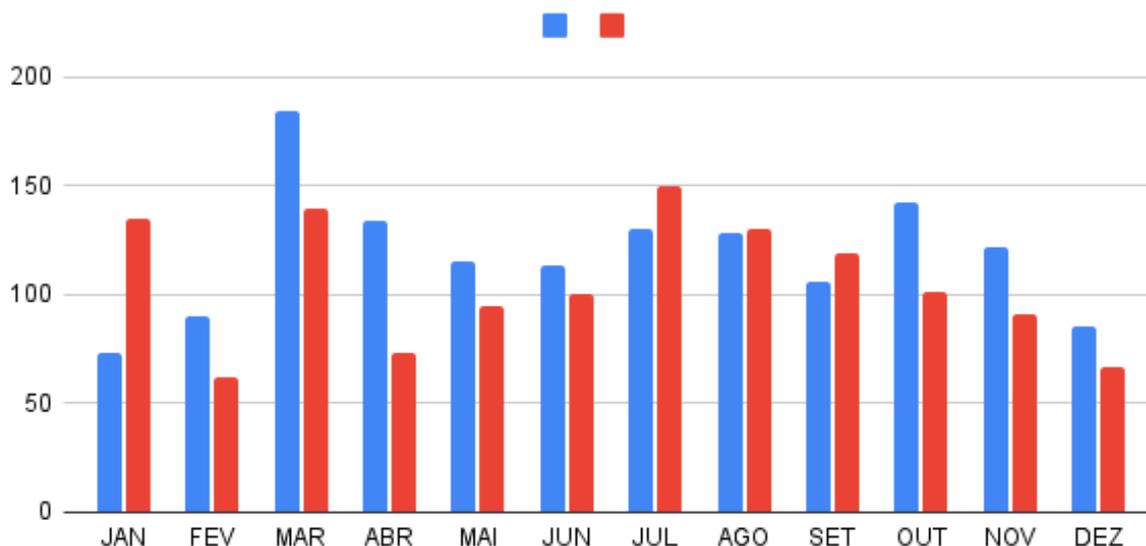
**Tabela 2** - Serviços mais demandados para a Dcom/UFCA em 2021.

Fontes: OS Ticket - DTI/UFCA

Tomadas as solicitações de serviços demandados via OS Ticket para a Dcom/UFCA, mês a mês, verifica-se que os meses de 2021 em que houve maior demanda foram os de março e outubro. Em 2020, os meses com maior demanda foram os de março e de julho.

**VOLUME DE DEMANDAS PARA A DCOM/UFCA, REGISTRADAS POR  
OS TICKET, POR MÊS – 2021**

	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
<b>2021</b>	73	90	<b>184</b>	134	115	113	130	128	106	142	122	85
<b>2020</b>	135	62	140	73	95	100	<b>150</b>	130	119	101	91	67



**Gráfico 1** - Volume de demandas formalizadas para a Dcom, em 2021, a cada mês.

Fonte: OS Ticket - DTI/UFCA

### 2.1.2 Maiores demandantes de serviços para a Dcom/UFCA em 2021

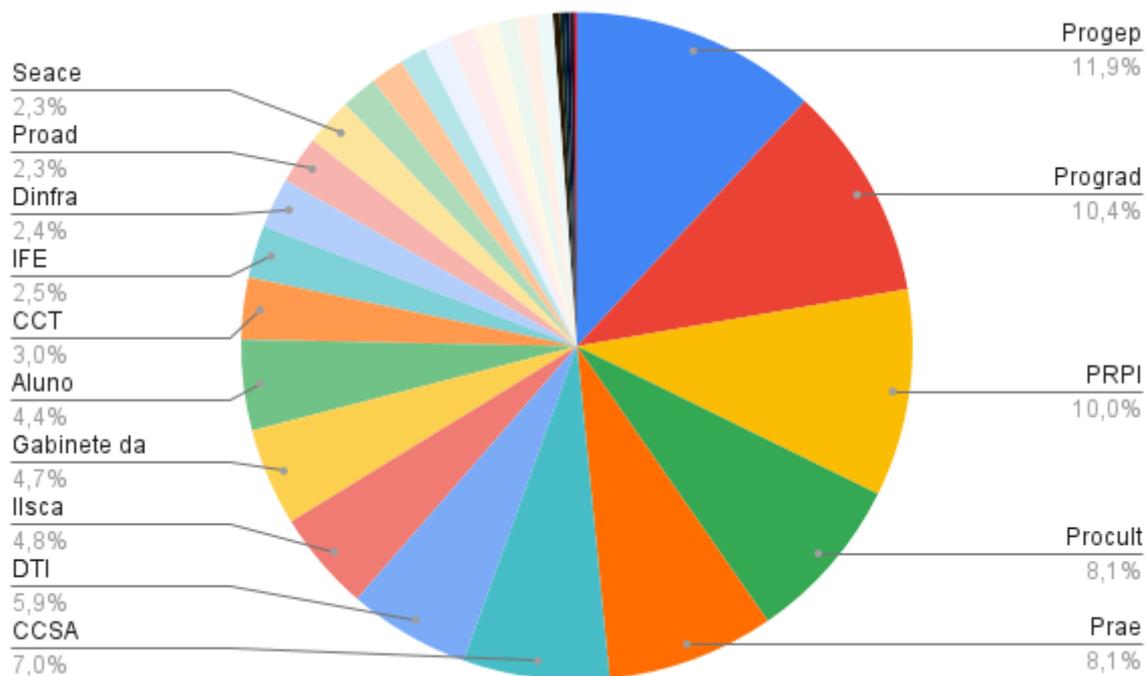
Por razões já explicitadas no presente relatório, a Dcom/UFCA continua sendo o demandante mais recorrente nos dados elencados pelo OS Ticket. Entre os demais setores da Universidade, a Pró-Reitoria de Gestão de Pessoas (Progep/UFCA) é a maior solicitante, seguida pelas Pró-Reitorias de Graduação (Prograd/UFCA), de Pesquisa, Pós Graduação e Inovação (PRPI/UFCA), de Extensão (Proex/UFCA), de Cultura (Procult/UFCA) e de Assuntos Estudantis (Prae/UFCA). Os dados estão detalhados na tabela 3.

Demandantes		Atendimentos	
		2021	2020
1º	Dcom	346	360
2º	Progep	103	103
3º	Prograd	90	81
4º	PRPI	87	83
5º	Proex	74	54
6º	Procult	70	48
6º	Prae	70	54
7º	CCSA	61	42
8º	DTI	51	42
9º	IIsca	42	32
10º	Gabinete da Reitoria	41	39
11º	Aluno	38	33
12º	CCT	26	21
13º	IFE	22	52
14º	Dinfra	21	15
15º	Proad	20	8
16º	Seace	20	19
17º	Famed	15	14
18º	CCAB	14	15
19º	DLA	11	4
20º	Sepad	11	3
21º	Ouvidoria	11	8
22º	Sedop	10	8
23º	Ceape	8	11
24º	SCI	8	6
25º	Sibi	7	16
26º	Auditoria	3	0
27º	Comunidade Externa	2	4
28º	Assessorias Especiais	2	0
29º	Diari	2	5
30º	Comissão Interna de Supervisão de Carreira	1	2

**Tabela 3** - Maiores demandantes de serviços para a Dcom/UFCA, em 2021.

Fonte: OS Ticket - DTI/UFCA

### MAIORES DEMANDANTES DE SERVIÇOS PARA A DCOM/UFCA – 2021



**Gráfico 2** - Maiores demandantes de serviços para a Dcom/UFCA em 2021.

Fonte: OS Ticket - DTI/UFCA

## 2.2. Dados do Portal da UFCA e do arquivo da Dcom/UFCA

Além dos dados mais gerais, oferecidos pelo OS Ticket, a Dcom/UFCA considera, para mensuração do seu esforço, dados mais específicos, listados a seguir:

- Quantidade de Notícias publicadas no site;
- Quantidade de Eventos publicados no site;
- Quantidade de Informes publicados no site;
- Quantidade de Informes enviados por e-mail;
- Quantidade de ações de assessoria de imprensa;
- Quantidade de peças gráficas produzidas (por complexidade);
  - Grupo 1 (uso de arte padrão, cartões de visita, banners etc);
  - Grupo 2 (Cards, Folders, Logotipos etc);
  - Grupo 3 (Jornais institucionais, Cartilhas etc).

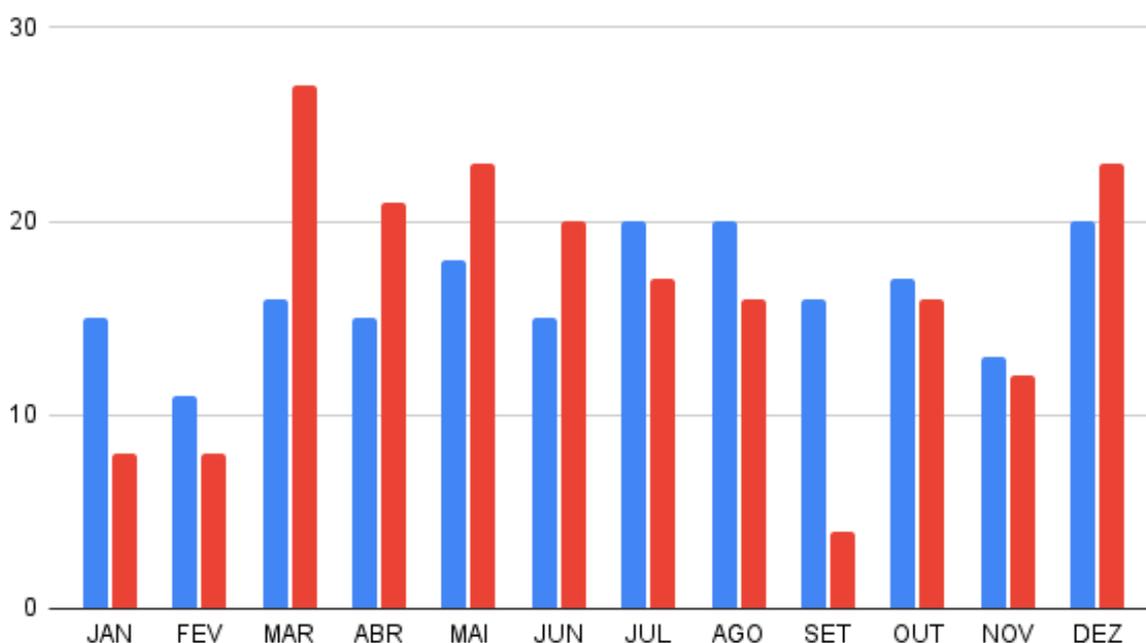
- Quantidade de transmissões ao vivo;
- Minutos totais em vídeos publicados no período.

### 2.2.1 Notícias

Foram publicadas, no ano de 2021, 196 notícias no Portal da UFCA: uma a cada 2 dias, em média (ver gráfico 4). Em 2020, foram 195 notícias publicadas no Portal. Em 2021, os meses com o maior número de publicações foram julho e agosto, cada um com 20 postagens. Em 2020, o mês com maior número de publicações foi março (27 postagens).

#### NOTÍCIAS NO PORTAL DA UFCA - 2021

	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
2021	15	11	16	15	18	15	20	20	16	17	13	20
2020	8	8	27	21	23	20	17	16	4	16	12	23



**Gráfico 3** – Volume de notícias elaboradas pela Dcom em 2021, a cada mês.

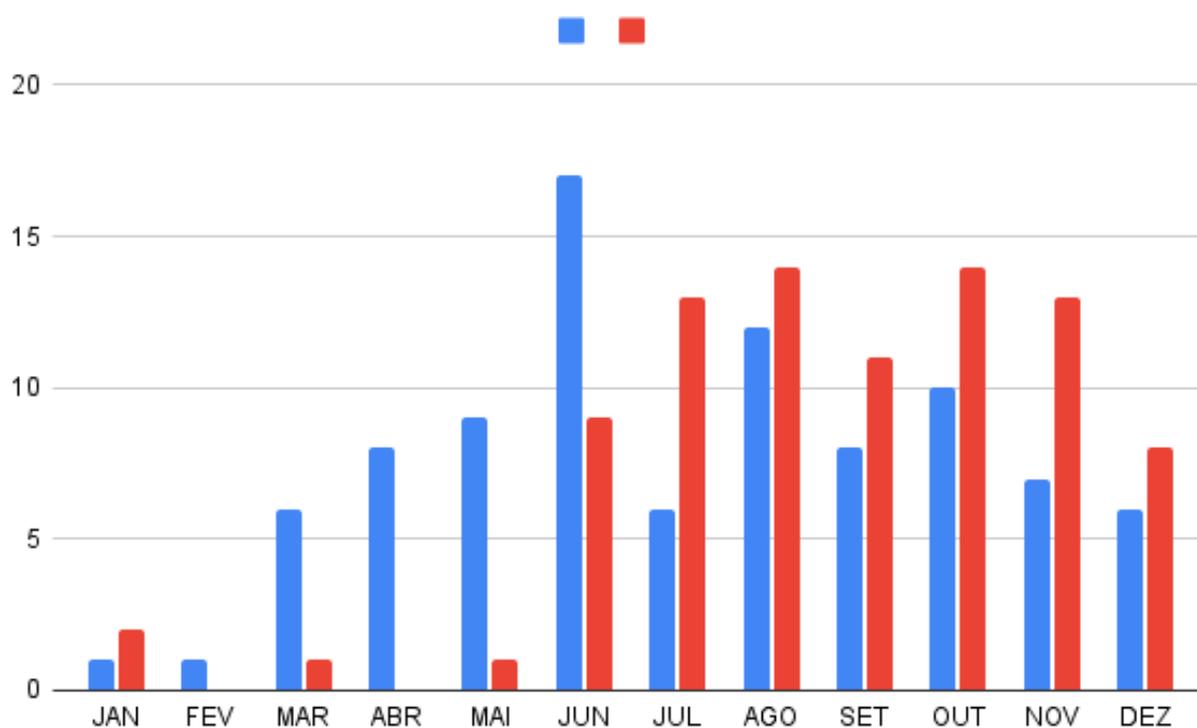
Fonte: Portal da UFCA

### 2.2.2 Eventos

Foram publicados, no ano de 2021, 91 eventos no Portal da UFCA: um a cada 3 dias, em média. Em 2020, pela recorrência desse tipo de pauta e também para otimizar os esforços da equipe da Dcom/UFCA, eventos passaram a ser divulgados apenas na área específica para esse tipo de conteúdo, no Portal. Antes, eles eram divulgados também como notícia. Os meses com o maior número de publicações de eventos no Portal da UFCA foram junho e agosto, com 17 e 12 postagens, respectivamente.

#### EVENTOS NO PORTAL DA UFCA - 2021

	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
2021	1	1	6	8	9	17	6	12	8	10	7	6
2020	2	0	1	0	1	9	13	14	11	14	13	8



**Gráfico 4** - Volume de eventos publicados no Portal da UFCA, em 2021, a cada mês.

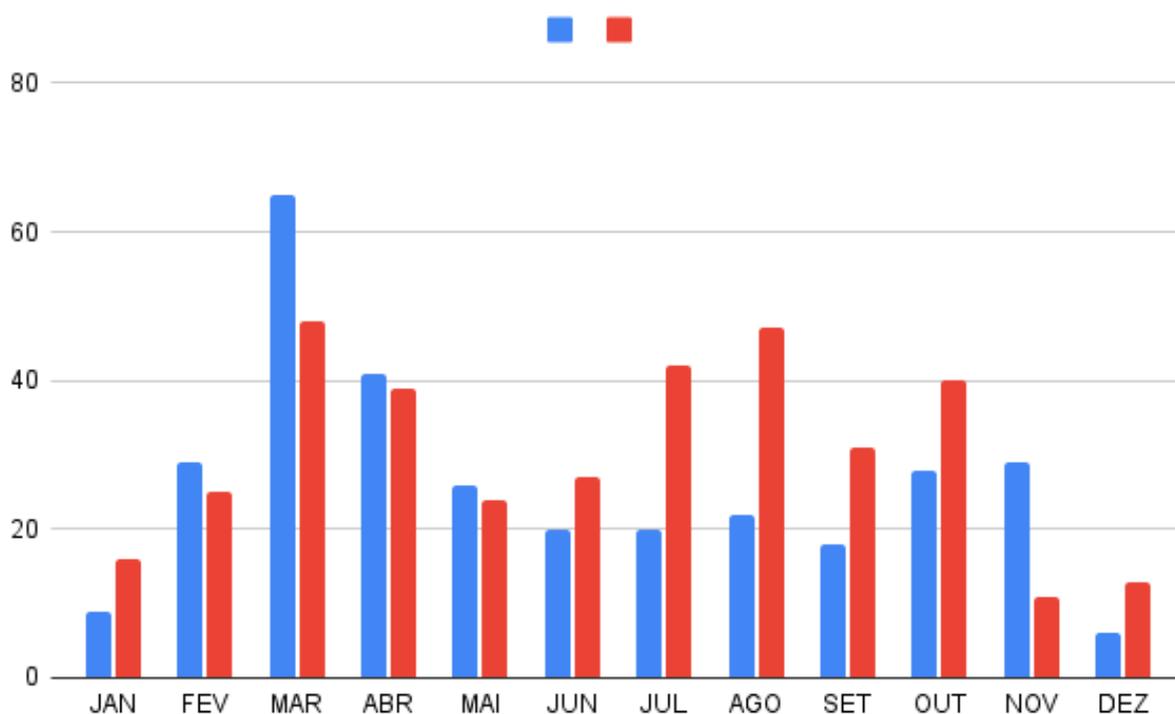
Fonte: Portal da UFCA

### 2.2.3 Informes (Portal da UFCA)

Foram publicados, no ano de 2021, 313 informes no Portal da UFCA: 50 a menos que em 2020, ano em que foram publicados 363 informes no Portal. Os meses com o maior número de publicações de informes no Portal da UFCA foram março e abril, com 65 e 41 postagens, respectivamente. No Portal, o informe tem a função de noticiar oportunidades e avisos para os públicos internos.

#### INFORMES NO PORTAL DA UFCA - 2021

	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
2021	9	29	65	41	26	20	20	22	18	28	29	6
2020	16	25	48	39	24	27	42	47	31	40	11	13



**Gráfico 5** - Volume de informes publicados no Portal da UFCA, em 2021, a cada mês.

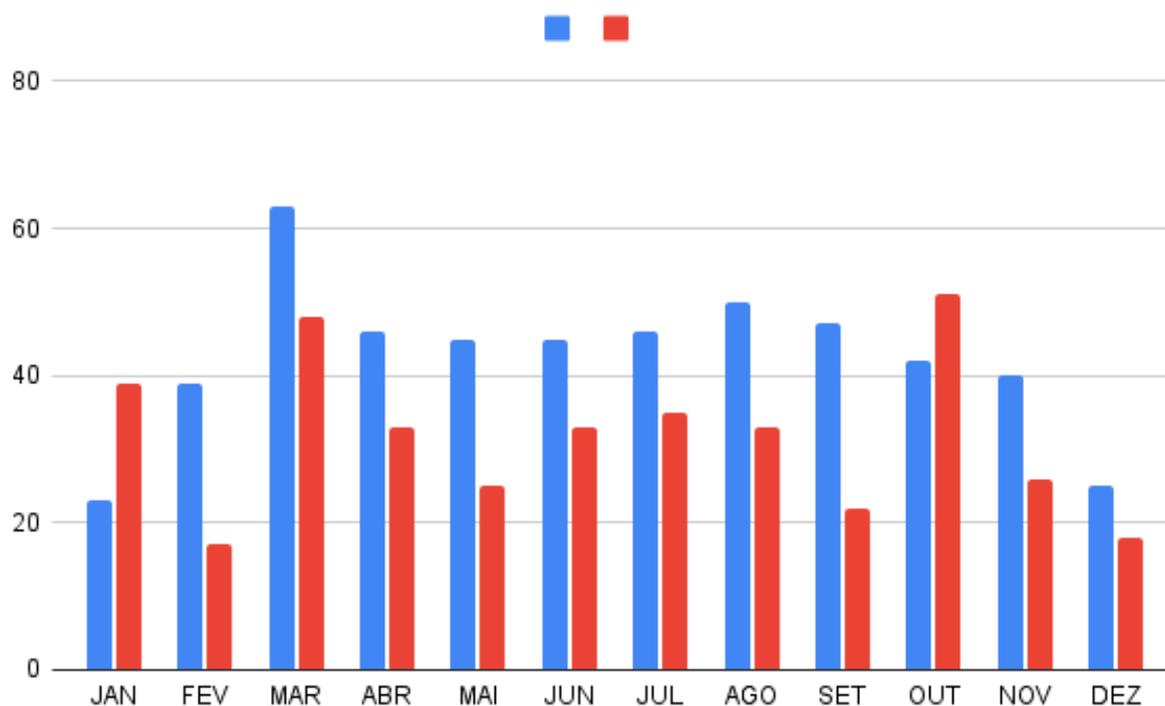
Fonte: Portal da UFCA

### 2.2.4 Informes (e-mail)

Foram enviados por e-mail, à comunidade acadêmica, no ano de 2021, 511 informes: média de 1,4/dia. O envio de informes é uma prerrogativa exclusiva da Dcom/UFCA, que realiza disparos sob demanda dos setores. Os meses com o maior número de disparos foram março e setembro, com 63 e 47 envios, respectivamente.

#### INFORMES ENVIADOS PARA E-MAILS INSTITUCIONAIS DA UFCA - 2021

	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
2021	23	39	63	46	45	45	46	50	47	42	40	25
2020	39	17	48	33	25	33	35	33	22	51	26	18



**Gráfico 6** – Volume de informes enviados para a comunidade acadêmica, em 2021, a cada mês.

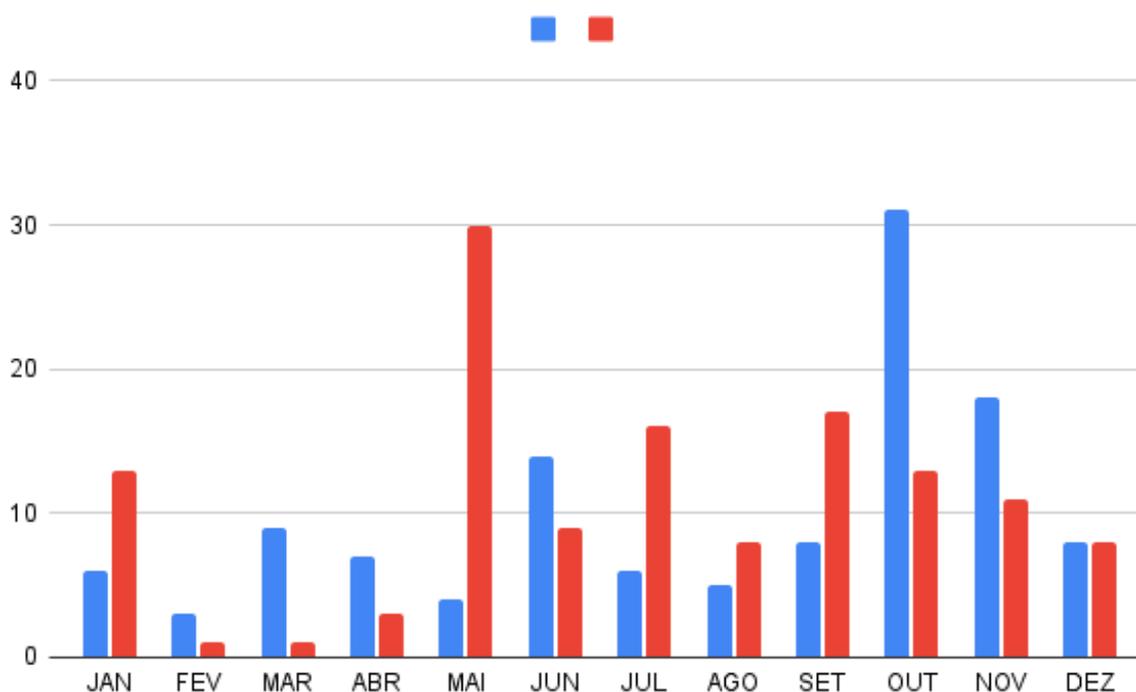
Fonte: google.

### 2.2.5 Assessoria de Imprensa

Foram realizados, em 2021, pela Dcom/UFCA, pelo menos 119 atendimentos de Assessoria de Imprensa. Também pela falta de recursos para aquisição de serviços de monitoramento, atualmente a Dcom utiliza apenas o OS Ticket para mensurar suas ações de assessoria, registrando na plataforma as solicitações externas e as demandas de iniciativa interna. Pelo fato de que a assessoria exige velocidade no tempo de resposta, nem todos os atendimentos puderam ser registrados via ticket em 2021 e, assim, existe subnotificação desses atendimentos.

#### AÇÕES DE ASSESSORIA DE IMPRENSA UFCA - 2021

	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
2021	6	3	9	7	4	14	6	5	8	31	18	8
2020	13	1	1	3	30	9	16	8	17	13	11	8



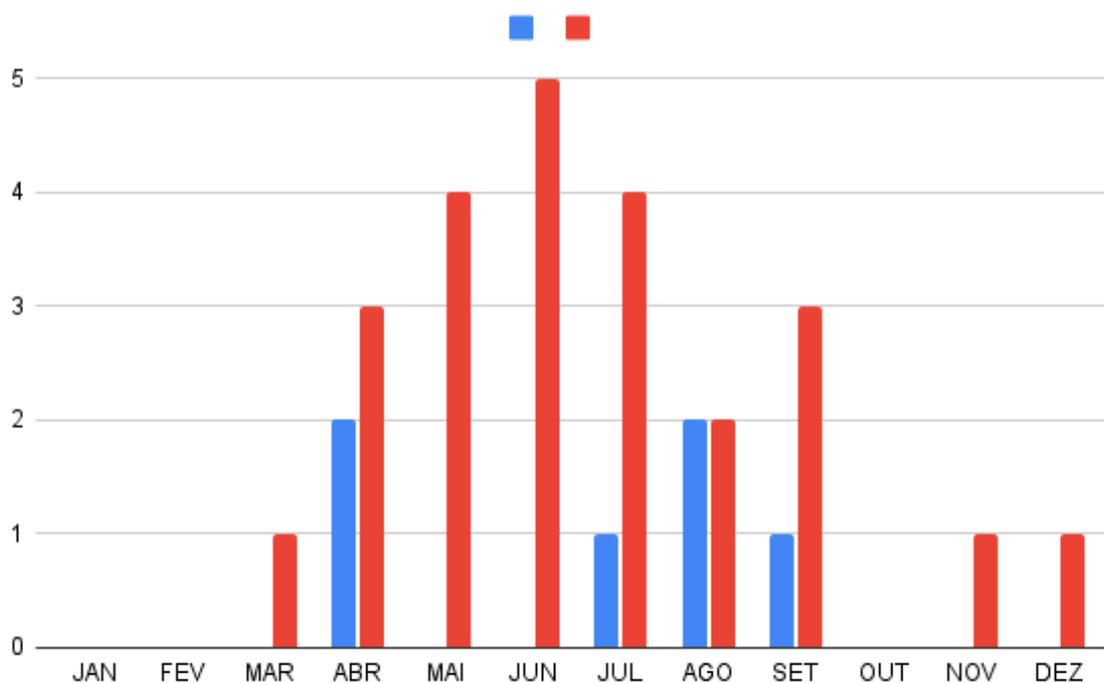
**Gráfico 7** - Atendimentos de Assessoria de imprensa feitos pela Dcom/UFCA, em 2021, a cada mês. Fonte: OS Ticket.

### 2.2.6 Transmissões ao vivo

Foram realizadas pela Diretoria de Comunicação, em 2021, 6 *lives* (transmissões ao vivo), pelo YouTube (UFCA TV). A média foi de uma transmissão a cada dois meses. Os meses com o maior número de transmissões foram abril e agosto, cada um com duas transmissões.

#### TRANSMISSÕES AO VIVO VIA UFCA TV - 2021

	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
2021	0	0	0	2	0	0	1	2	1	0	0	0
2020	0	0	1	3	4	5	4	2	3	0	1	1



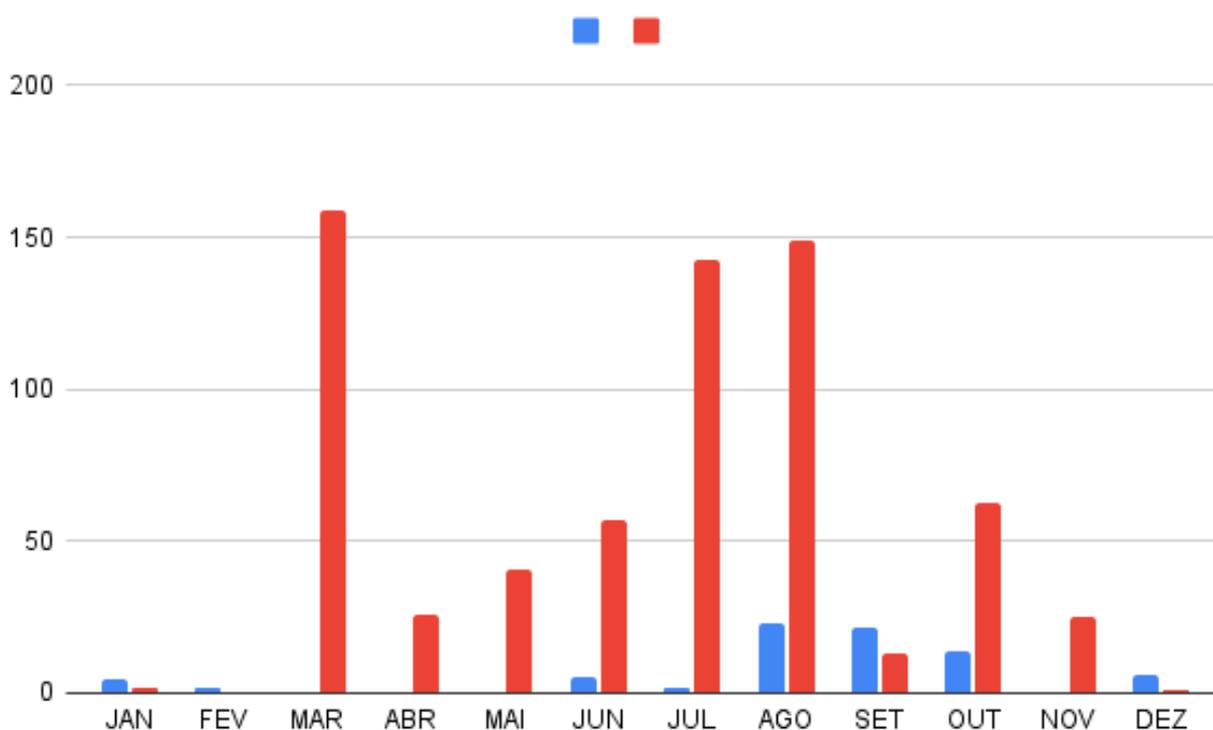
**Gráfico 8** - Total de *lives* realizadas em 2021, a cada mês. Fonte: Dcom/UFCA.

### 2.2.7 Vídeos Gravados

Foram produzidos e editados pela Diretoria de Comunicação, em 2021, 13 vídeos (não incluindo lives), veiculados no Instagram da UFCA (@ufcaoficial) e também no YouTube (UFCA TV). Com o fim da cessão dos dois técnicos em audiovisual cedidos pelo Instituto Interdisciplinar de Sociedade, Cultura e Artes (IIsca/UFCA) para a Dcom, o volume de vídeos produzidos caiu substancialmente. Em 2020, foram produzidos 73 vídeos, não incluindo lives. Em 2021, os meses com mais tempo de vídeos produzidos foram agosto e setembro, com tempos respectivos de 23min17 e 21min41.

#### TEMPO (EM MIN) DE VÍDEOS GRAVADOS PRODUZIDOS PELA DCOM/UFCA - 2021

	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
2021	4,71	1,71	0			5,61	1,7	23,21	21,68	13,58	0	5,7
2020	1,5	0	158,76	25,81	40,8	57,26	142,86	149,3	13,2	62,76	25,21	0,88



**Gráfico 9** – Minutos totais de vídeos produzidos pela Dcom/UFCA, em 2021, por mês.

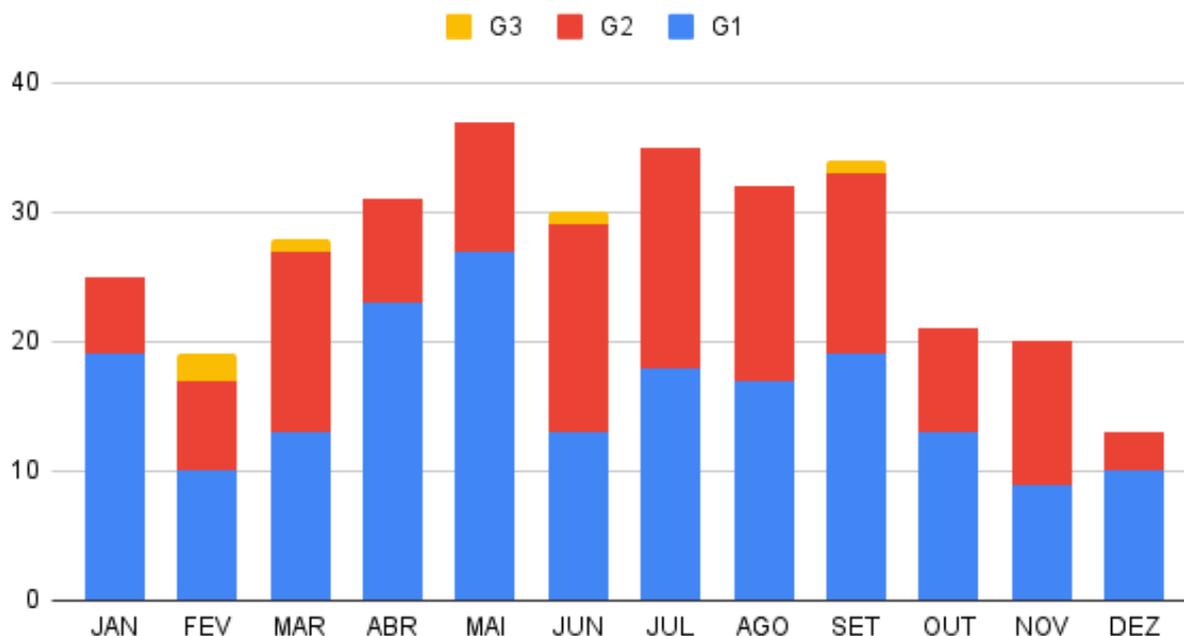
Fonte: Dcom/UFCA.

### 2.2.8 Produção de Peças Gráficas

Foram produzidas pela Dcom/UFCA, em 2021, 325 peças gráficas: uma média próxima de 1 peça/dia. As peças gráficas, de responsabilidade no Núcleo de Identidade Visual (NIV-Dcom/UFCA), estão aqui agrupadas em ordem crescente de complexidade de elaboração. Peças do Grupo 1 (no qual estão cartões de visita e uso de artes padrão) exigem menos esforço produtivo que as peças do Grupo 2 (folders, cards para mídias digitais e criação de logotipos). Já as peças do grupo 3, como portfólios e jornais institucionais, são as mais complexas de criar e executar.

#### TOTAL DE PEÇAS GRÁFICAS PRODUZIDAS PELA DCOM/UFCA - 2021

	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
G1	19	10	13	23	27	13	18	17	19	13	9	10
G2	6	7	14	8	10	16	17	15	14	8	11	3
G3	0	2	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0



**Gráfico 10** – Quantitativos de peças gráficas, agrupadas em níveis de complexidade de confecção, elaboradas pela Dcom em 2021, por mês. Fonte: Dcom/UFCA.

### 3. ALCANCE

O alcance dos conteúdos institucionais da UFCA em 2021 foram estimados pela Dcom/UFCA considerando os seguintes critérios:

- Sessões no Portal da UFCA
- Visualizações de páginas no Portal da UFCA;
- Alcance do Instagram oficial da UFCA no período;
- Visualizações totais de conteúdos publicados no canal oficial da UFCA no YouTube (UFCA TV).

É importante pontuar que esses dados foram selecionados entre outros dados disponíveis, levando em conta as ferramentas de mensuração à disposição da Diretoria e o grau de confiabilidade dos dados.

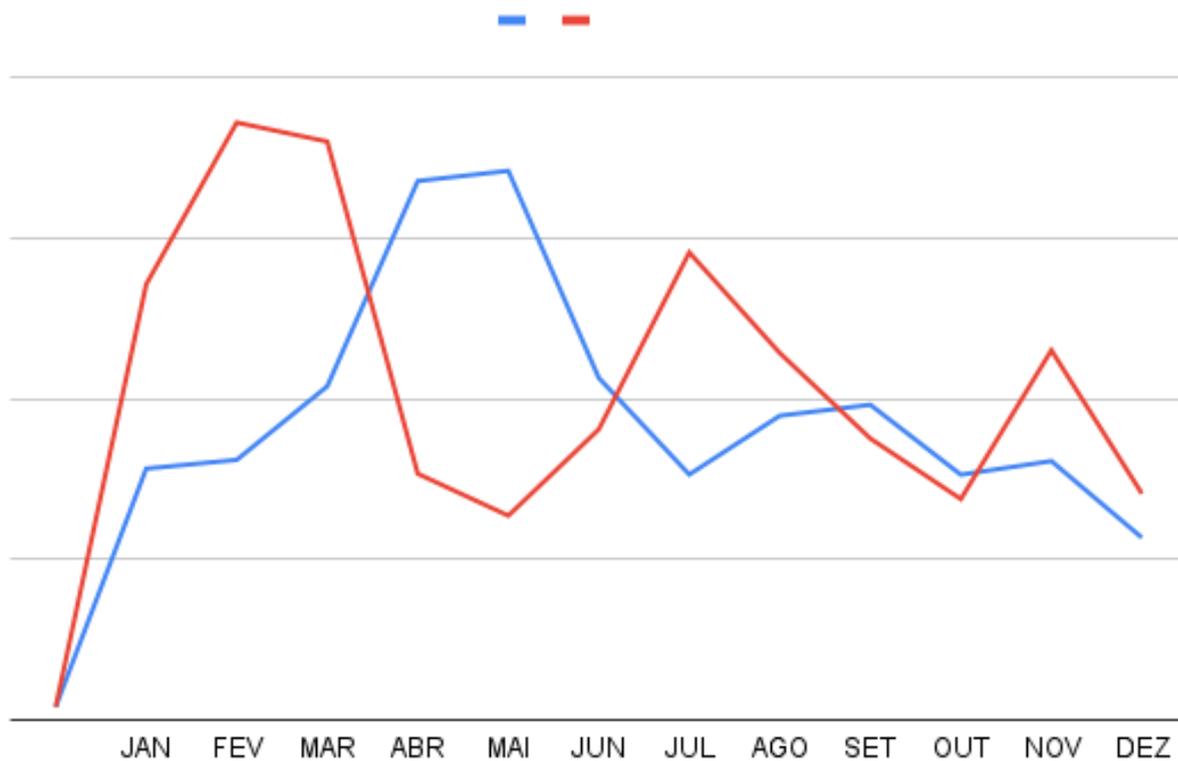
#### 3.1. Sessões no Portal

Conforme descreve a plataforma Reportei, uma “sessão” é um grupo de interações do usuário com seu site, ocorridas em dado período de tempo. Por exemplo, uma única sessão pode conter múltiplas visualizações de páginas, eventos e interações sociais.

Em 2021, foram abertas 596.018 sessões no Portal da UFCA: 39.985 a menos (15%, em termos percentuais) que em 2020, ano em que foram abertas 636.003 sessões no Portal. Cada uma delas teve tempo médio de 2min59s, frente ao tempo médio de 3min15 registrado em 2020.

### TOTAL DE SESSÕES ABERTAS NO PORTAL DA UFCA (QUANTIDADE) - 2021

	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
<b>2021</b>	39.145	40.509	51.968	83.956	85.545	53.284	38.223	47.385	49.092	38.199	40.324	28.388
<b>2020</b>	67.864	93.065	90.110	38.348	31.812	45.265	72.825	57.151	43.841	34.404	57.588	35.258

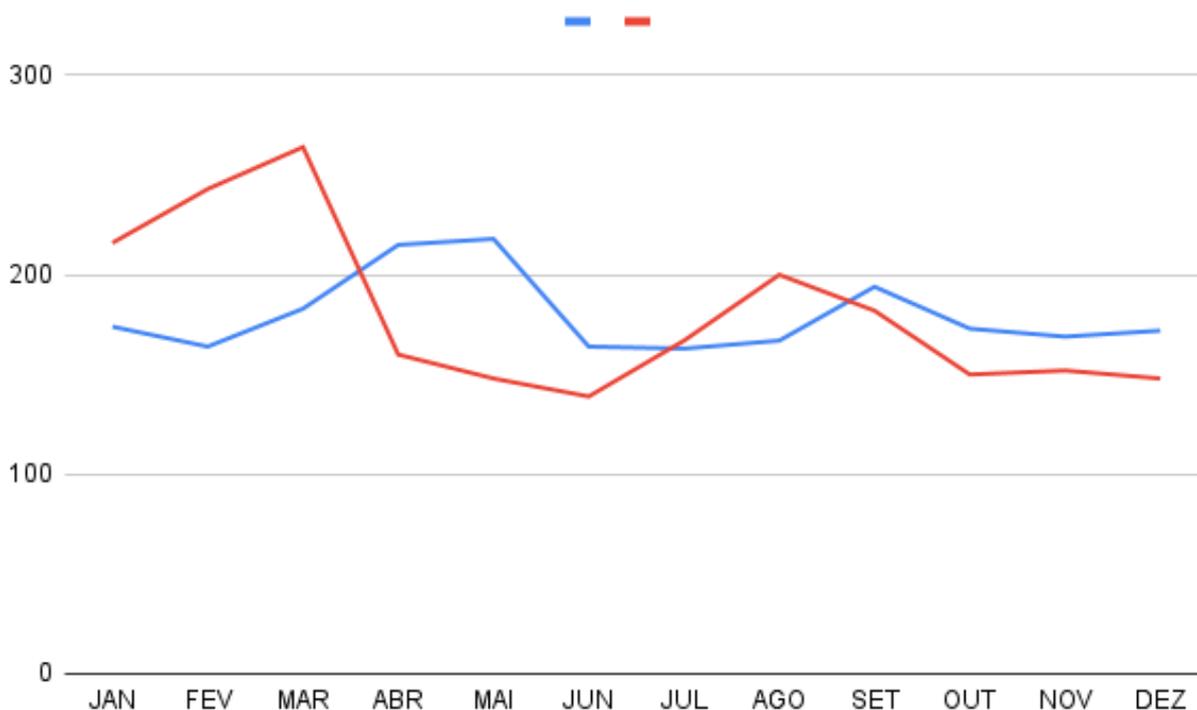


**Gráfico 11** – Quantitativo de sessões no Portal da UFCA em 2021, por mês.

Fonte: Reportei.

**TEMPO MÉDIO DAS SESSÕES ABERTAS NO PORTAL DA UFCA (SEGUNDOS) -  
2021**

	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
<b>2021</b>	174	164	183	215	218	164	163	167	194	173	169	172
<b>2020</b>	216	243	264	160	148	139	167	200	182	150	152	148



**Gráfico 12** – Tempo médio de cada sessão no Portal da UFCA em 2021, por mês, em segundos.

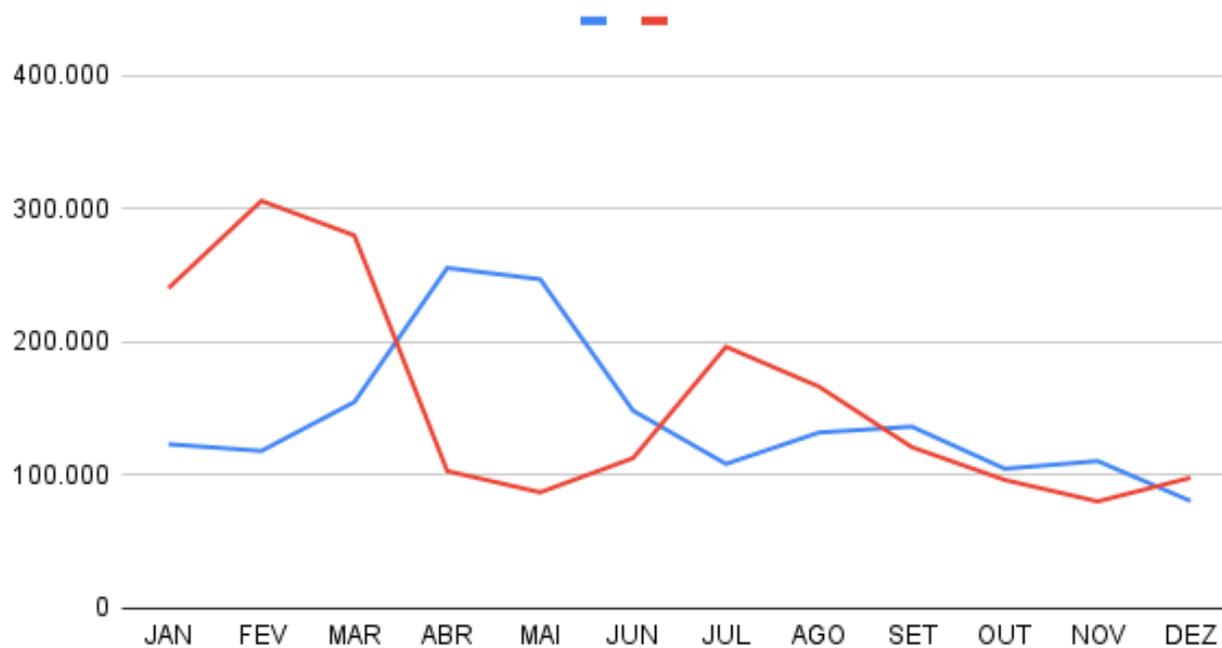
Fonte: Reportei.

### 3.2. Visualizações de páginas no Portal

As páginas do Portal da UFCA visitadas em 2021 acumularam, juntas, 1.721.348 visualizações, com cerca de três páginas (2,87) visualizadas a cada sessão aberta no Portal (incluindo visitas repetidas a uma mesma página). O total de visualizações é 1,09% menor que o registrado em 2020 (18.885.820).

### QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES NO PORTAL DA UFCA - ANO DE 2021

	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
<b>2021</b>	123.343	118.283	155.005	255.678	247.162	148.489	108.514	132.099	136.524	104.904	110.669	80.678
<b>2020</b>	240.535	306.027	280.069	103.164	87.198	112.895	196.506	166.587	121.131	96.490	80.363	98.167

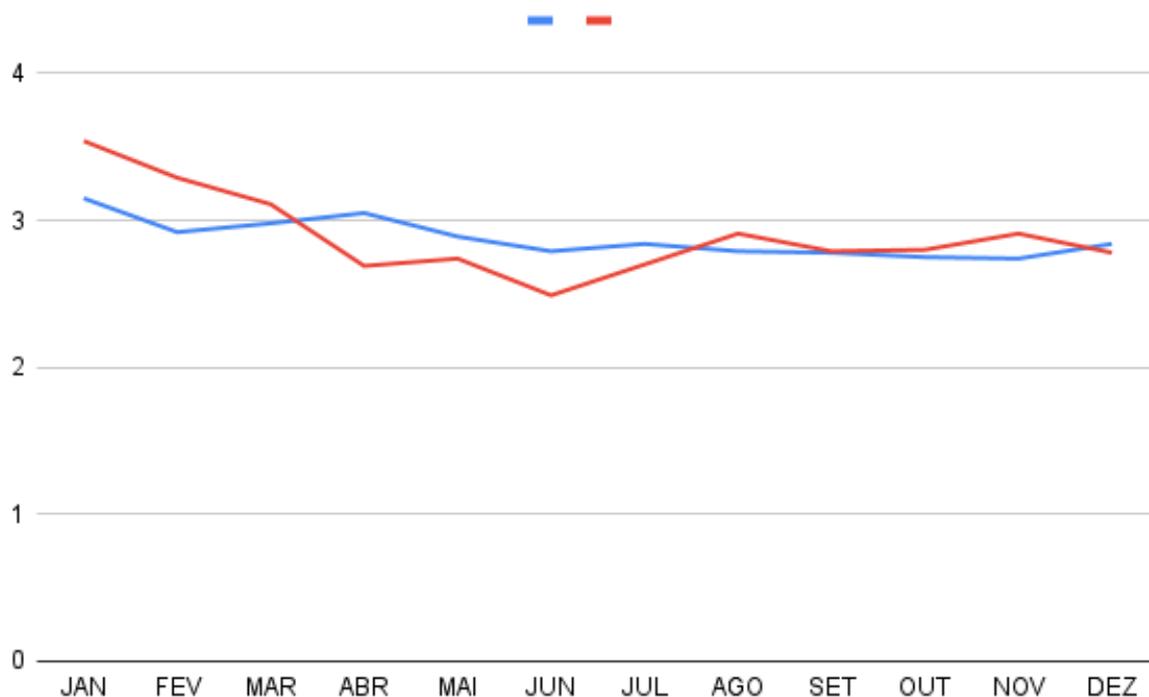


**Gráfico 13** – Quantitativos de visualizações no Portal da UFCA, por mês.

Fonte: Reportei.

### QUANTIDADE DE PÁGINAS POR VISITA AO PORTAL DA UFCA - ANO DE 2021

	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
2021	3,15	2,92	2,98	3,05	2,89	2,79	2,84	2,79	2,78	2,75	2,74	2,84
2020	3,54	3,29	3,11	2,69	2,74	2,49	2,7	2,91	2,79	2,8	2,91	2,78



**Gráfico 14** – Quantidade de páginas visitadas por sessão aberta no Portal da UFCA, por mês.

Fonte: Reportei.

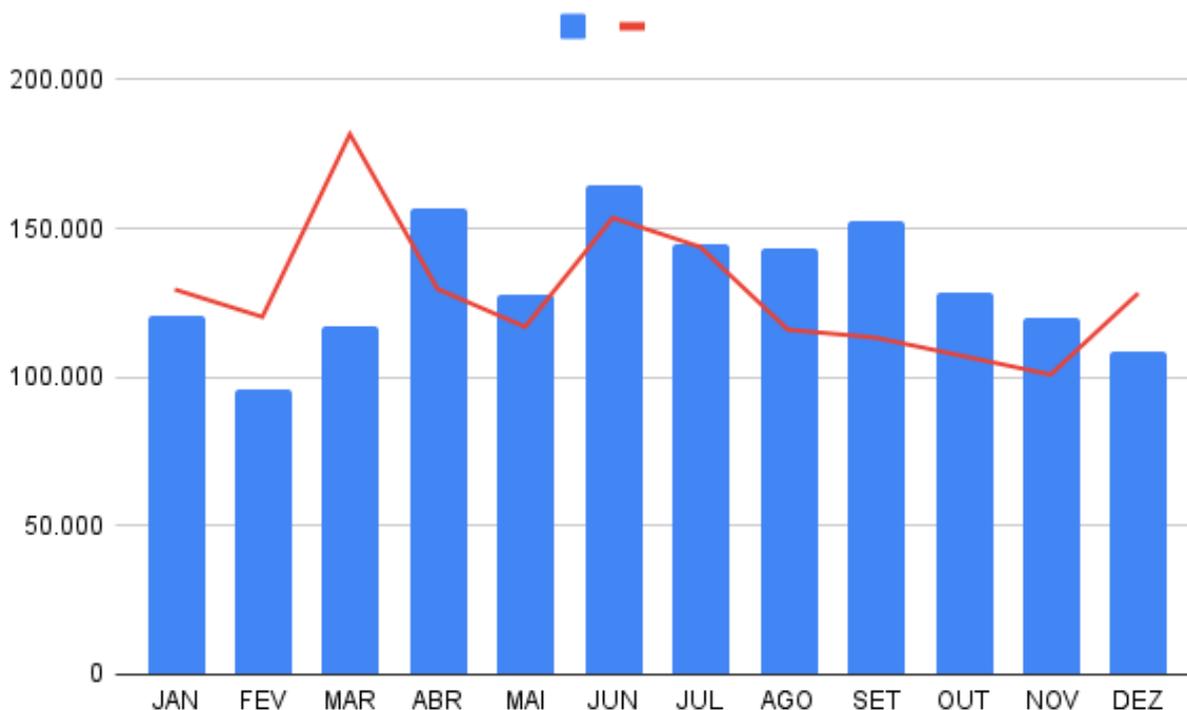
### 3.3 Alcance do Instagram (@ufcaoficial)

O Reportei define alcance como a soma dos usuários que visualizaram, a cada dia do período considerado, as publicações, stories, promoções e anúncios de uma determinada conta no Instagram. “Então se um usuário viu um conteúdo da sua conta em dois dias diferentes, ele será contado duas vezes”, diz a plataforma.

Em 2021, as publicações no perfil oficial da UFCA no Instagram, @ufcaoficial, atingiram 1.529.793 usuários, com pico de alcance no mês de junho, quando as publicações do perfil alcançaram 164.326 visualizações. Em 2020, o alcance do instagram da UFCA foi ligeiramente maior, com 1.539.588 usuários alcançados.

#### ALCANCE DA CONTA OFICIAL DA UFCA NO INSTAGRAM - ANO DE 2021

	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
<b>2021</b>	120.369	96.224	116.874	156.841	127.503	164.326	144.742	143.159	152.422	128.720	120.216	108.397
<b>2020</b>	129.490	120.268	181.724	129.660	116.909	153.566	143.786	115.968	113.296	107.096	100.859	128.211



**Gráfico 15** – Alcance da conta oficial da UFCA no Instagram em 2021, por mês.

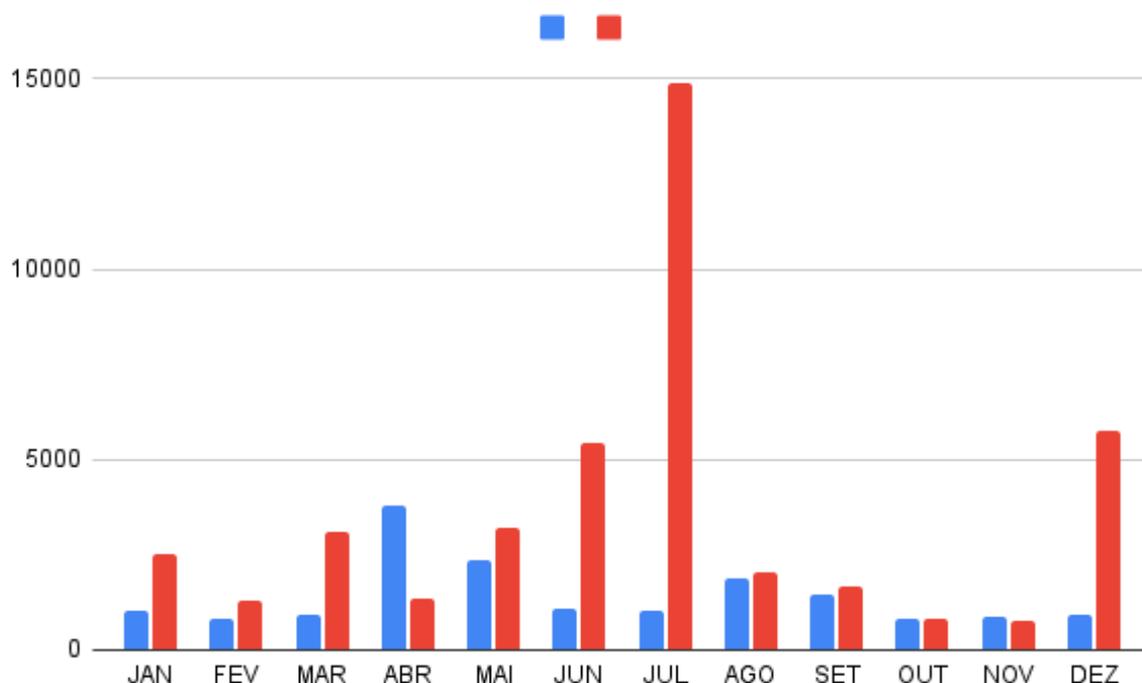
Fonte: Reportei.

### 3.4 Visualizações Totais YouTube (UFCA TV)

Seguindo com as definições paramétricas do Reportei, o número de visualizações do canal oficial da UFCA no YouTube, no período considerado, corresponde ao número total de vezes que os vídeos reunidos nele foram visualizados. Em 2021, o canal oficial da UFCA (UFCA TV) atingiu a marca de 17.060 visualizações – cada uma delas com tempo médio de 4min29. Em 2020, essas marcas foram de 42.587 visualizações e de 3min37. Na tabela com valores absolutos, presente no **gráfico 16**, o tempo médio de duração de cada mês foi convertido para segundos, para fins ilustrativos.

#### QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES NO CANAL OFICIAL DA UFCA NO YOUTUBE - ANO 2021

	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
<b>2021</b>	1.031	818	946	3.789	2.352	1.075	1.057	1.904	1.478	813	850	947
<b>2020</b>	2533	1296	3117	1339	3208	5461	14.910	2055	1687	835	789	5776

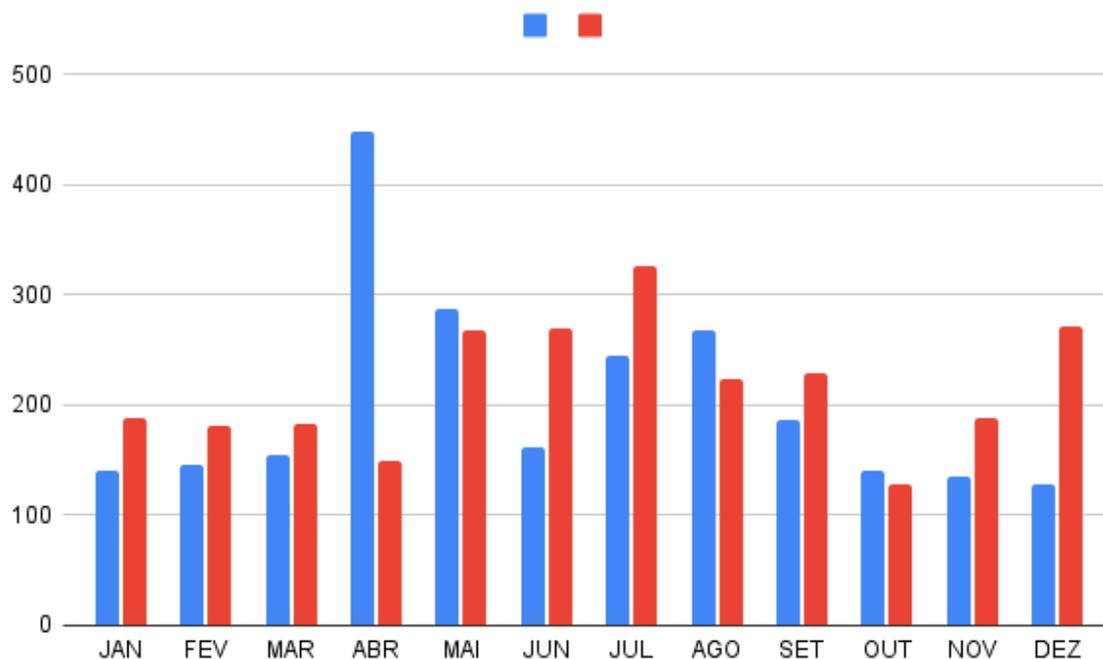


**Gráfico 16** – Visualizações totais de vídeos no canal oficial da UFCA no YouTube.

Fonte: Reportei.

**TEMPO MÉDIO DE VISUALIZAÇÕES NO CANAL OFICIAL DA UFCA NO YOUTUBE,  
EM SEGUNDOS - ANO 2021**

	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
<b>2021</b>	141	146	154	449	287	161	245	268	187	140	136	128
<b>2020</b>	188	181	183	149	268	270	326	223	229	128	188	271



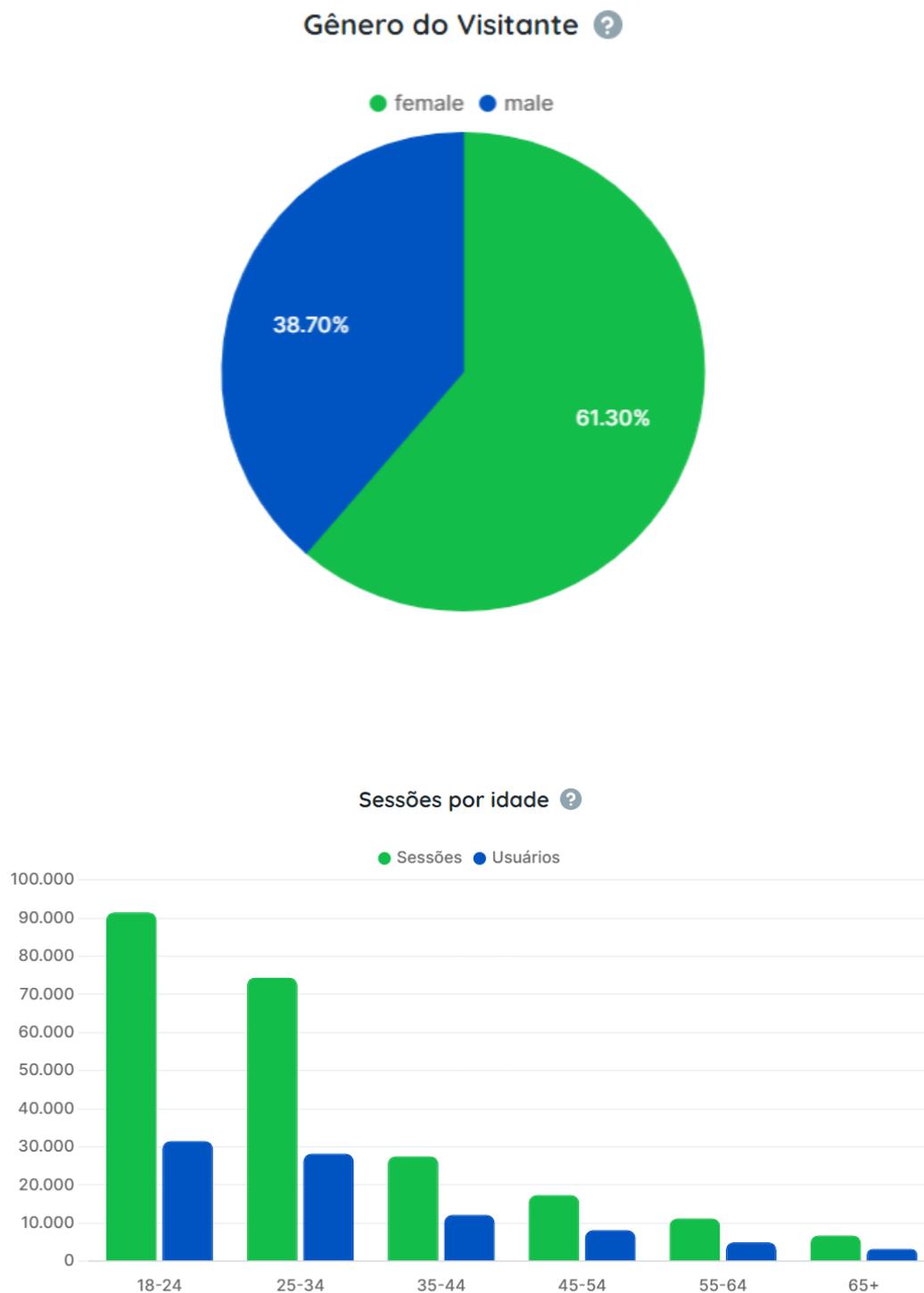
**Gráfico 17** – Tempo médio de cada visualização no canal oficial da UFCA no YouTube, em segundos. Fonte: Reportei.

#### 4. INTERESSE

Neste tópico, deparamo-nos com dados referentes ao interesse dos públicos da UFCA. Para estimar o nível de interesse deles nos conteúdos institucionais da Universidade, a Dcom/UFCA elegeu os seguintes critérios:

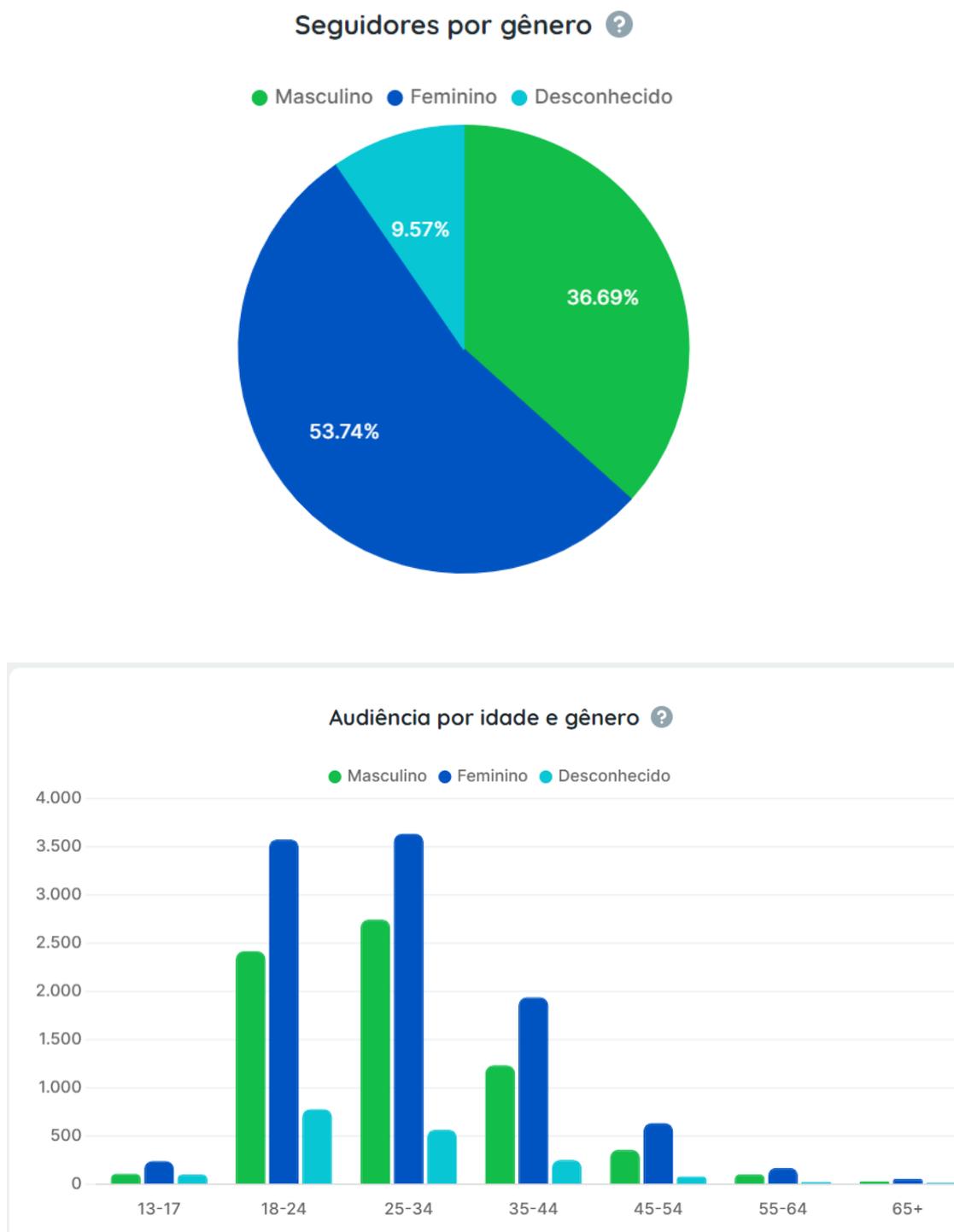
- Perfil dos receptores (gênero e faixa etária) por mídia;
- Novos inscritos no canal Oficial no YouTube;
- Número de Seguidores Total em Redes Sociais Digitais;
- Termos mais buscados no Google sobre a UFCA;
- Notícias mais e menos lidas, no período.

## 4.1 Perfil dos receptores (Portal da UFCA)



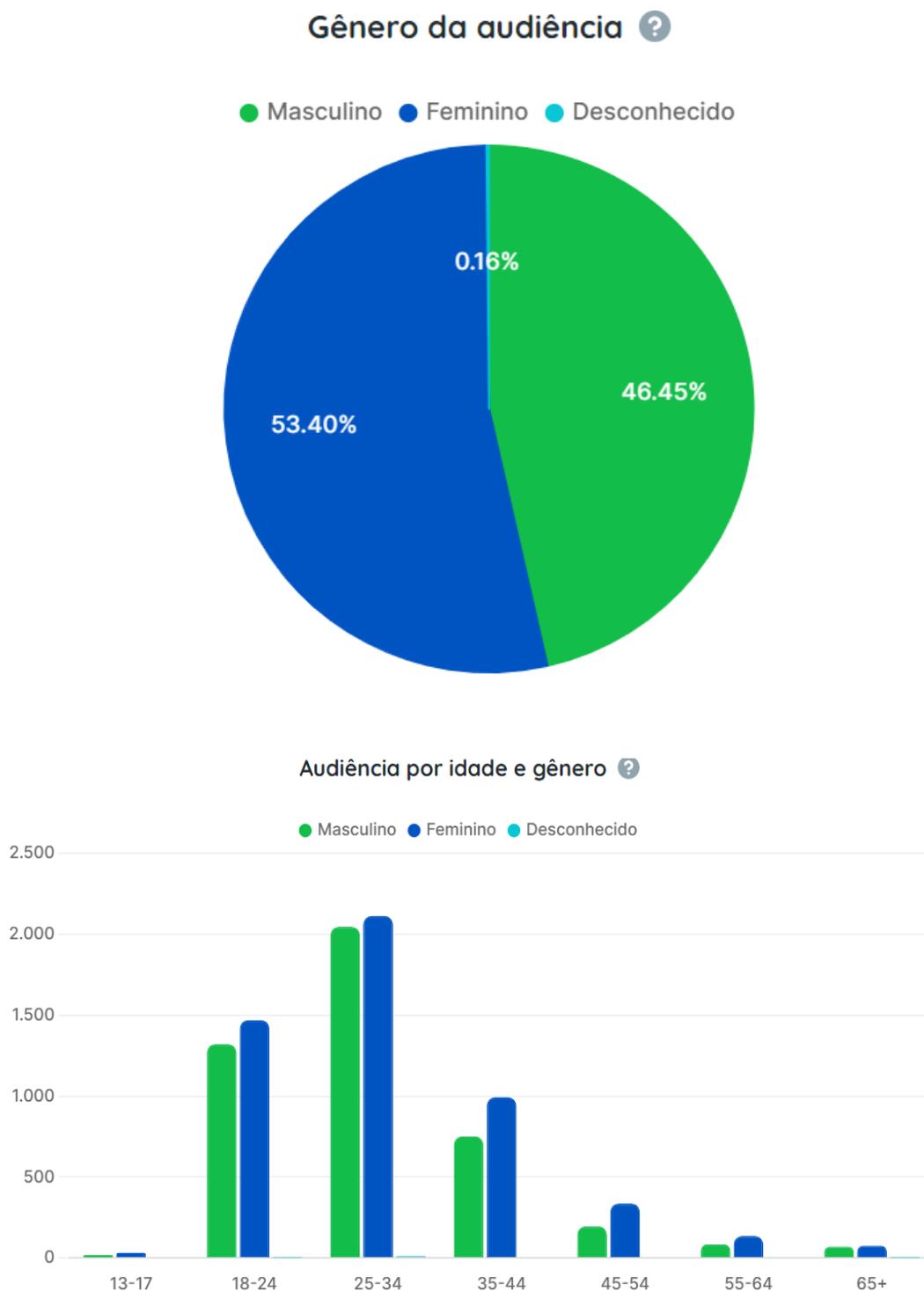
**Figura 1** – Perfil dos receptores (gênero e faixa etária) de mensagens publicadas no Portal da UFCA. Fonte: Reportei

## 4.2 Perfil dos receptores (Instagram)



**Figura 2** – Perfil dos receptores (gênero e faixa etária) de mensagens publicadas no Instagram (@ufcaoficial). Fonte: Reportei

### 4.3 Perfil dos receptores (Facebook)



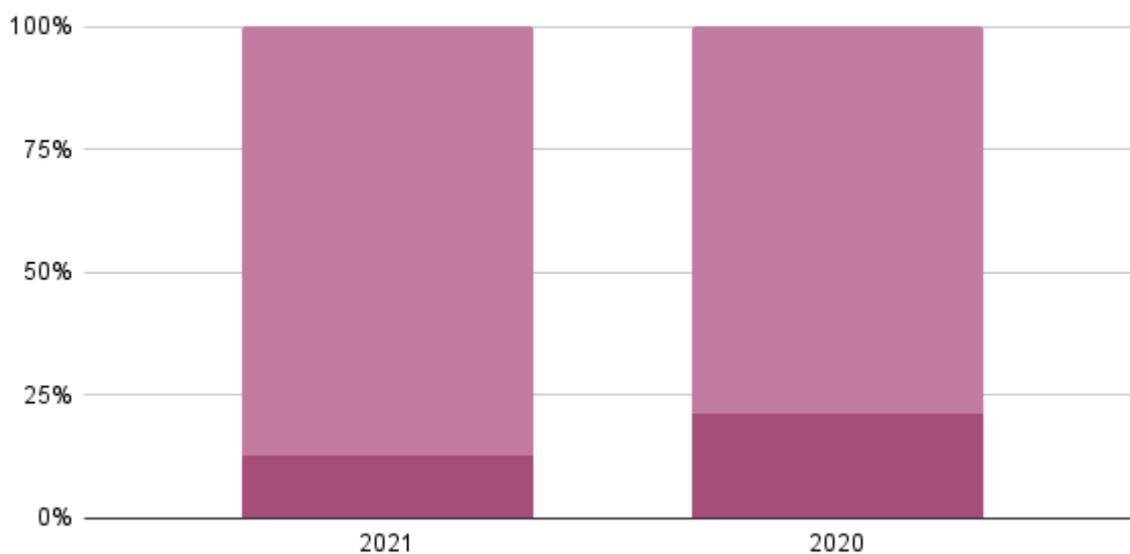
**Figura 3** – Perfil dos receptores (gênero e faixa etária) de mensagens publicadas na página da UFCA no Facebook. Fonte: Reportei

## 4.4 Número de Seguidores em Redes Sociais Digitais oficiais da UFCA

Facebook		
	Ano 2020	Ano 2021
Curtidas na Página	9.653	9.753
Novas Curtidas	177	100
Crescimento	1,80%	<b>1,02%</b>
Instagram		
	Ano 2020	Ano 2021
Seguidores	21.281	24.912
Novos seguidores	5.756	3631
Crescimento	38%	<b>14,57%</b>
YouTube		
	Ano 2020	Ano 2021
Inscritos	2.050	2.506
Novos Inscritos	1.483	456
Crescimento	261%	<b>18,19%</b>

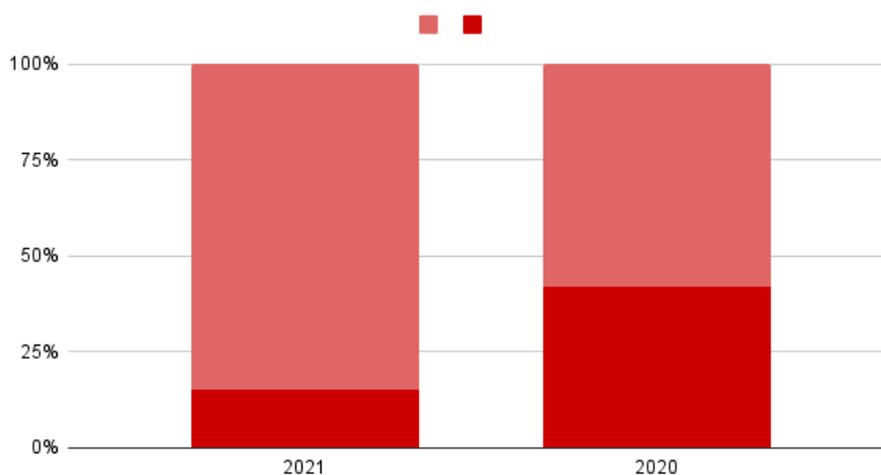
**Tabela 4** – Número de Seguidores em Redes Sociais Digitais oficiais da UFCA.  
Fonte: Reportei

### NOVOS SEGUIDORES E SEGUIDORES TOTAIS DO PERFIL OFICIAL DA UFCA NO INSTAGRAM - ANOS DE 2020 E 2021



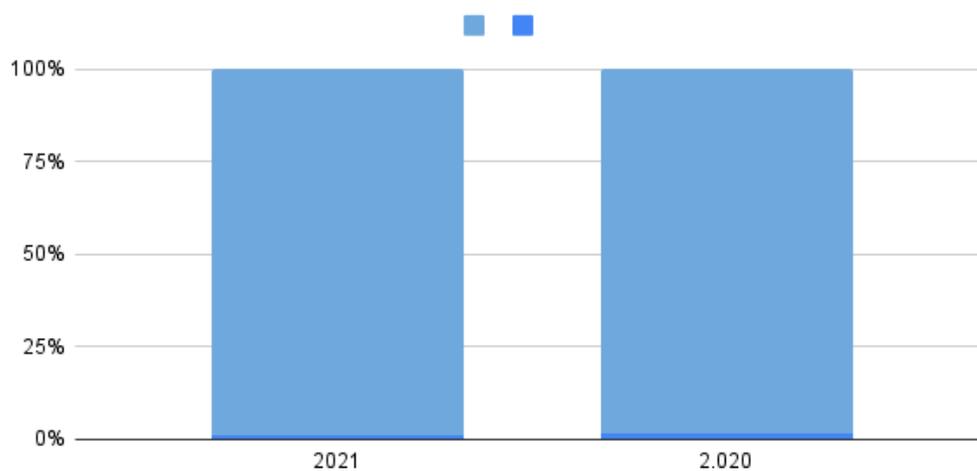
**Gráfico 18** – Novos seguidores e seguidores totais, por ano, do perfil oficial da UFCA no Instagram. Fonte: Arquivo Dcom/UFCA/Reportei.

### NOVOS INSCRITOS E INSCRITOS TOTAIS E NO CANAL OFICIAL DA UFCA NO YOUTUBE (UFCA TV) - ANOS DE 2020 E 2021



**Gráfico 19** – Novos inscritos e inscritos totais, por ano, do canal oficial da UFCA no YouTube (UFCA TV). Fonte: Arquivo Dcom/UFCA/Reportei.

## CURTIDAS TOTAIS E NOVAS CURTIDAS NA PÁGINA OFICIAL DA UFCA NO FACEBOOK - ANOS DE 2020 E 2021



**Gráfico 20** - Novas curtidas e curtidas totais na página oficial da UFCA no Facebook.  
Fonte: Arquivo Dcom/UFCA/Reportei.

### 4.5 Termos mais buscados no google sobre a UFCA

#### Palavras-chave em Destaque ?

Busca	Cliques ▾	Impressões ▾	CTR ▾	Posição Média
ufca	95.924	160.271	59,85%	1,15
ufca sisu	6.217	7.306	85,09%	1
ufca cursos	6.108	8.565	71,31%	1,01
sisu ufca	5.367	6.392	83,96%	1
universidade federal do cariri	4.377	12.288	35,62%	1,01

**Figura 4** - Termos mais buscados no google sobre a UFCA em 2021.  
Fonte: Reportei/ Google Search Console

#### 4.6 Notícias mais e menos lidas, no período

Outra forma eficiente de estimar o interesse dos públicos da UFCA em determinados temas é elencar as notícias, publicadas no Portal da UFCA, mais lidas e menos lidas. Essa estimativa não desconsidera o fato de que as publicações no Portal não buscam simplesmente audiência, mas publicizar informações de interesse público. Ainda assim, é importante saber que tipo de informação tem despertado o interesse dos públicos, tanto para reforçar a divulgação de ações importantes que ainda não estejam sendo difundidas da maneira esperada quanto para otimizar os esforços da equipe da Dcom/UFCA, considerando os recursos escassos de produção.

#### NOTÍCIA NO PORTAL DA UFCA MAIS LIDA E A MENOS LIDA - 2021

2021	Mais lida	Menos lida
Notícia	<p><b>Publicada primeira convocação da Lista de Espera do SiSU 2021.1 na UFCA</b></p> <p>(7.575 acessos)</p>	<p><b>Serviço de Informação ao Cidadão contribui para fortalecimento da transparência na UFCA. Solicitações podem ser feitas pelo Fala.BR</b></p> <p>(11 acessos)</p>

**Tabela 5** - Títulos das notícias mais e menos lidas de todo o ano de 2021, publicadas no Portal da UFCA. Fonte: Portal da UFCA

Janeiro	Mais lida	Menos lida
Notícia	<p><b>Curso de Formação de Professores Bilingües para Surdos na UFCA começa na próxima segunda-feira, 25 de janeiro</b></p> <p>(1.414 acessos)</p>	<p><b>Andifes lança nota reivindicando Plano Nacional de Imunização contra a Covid-19</b></p> <p>(56 acessos)</p>

<b>Fevereiro</b>	<b>Mais lida</b>	<b>Menos lida</b>
Notícia	<p><b>Aberta uma vaga para docente efetivo no Centro de Ciências Sociais Aplicadas da UFCA</b></p> <p>(1.070 acessos)</p>	<p><b>Segundo número da revista científica de Extensão da UFCA, a EntreAções, já está disponível</b></p> <p>(43 acessos)</p>

<b>Março</b>	<b>Mais lida</b>	<b>Menos lida</b>
Notícia	<p><b>UFCA lança edital com mais de 40 vagas de estágio para estudantes de nível superior. Seleção será feita por cada setor</b></p> <p>(3.284 acessos)</p>	<p><b>“Caderno Rosa”, “Revista Bárbaras”, “A Arte de Partejar”:</b> neste 8 de março, conheça ações da UFCA que colocam em prática reflexões feministas</p> <p>(70 acessos)</p>

<b>Abril</b>	<b>Mais lida</b>	<b>Menos lida</b>
Notícia	<p><b>UFCA oferece 880 vagas para SiSU 2021.1; inscrições ocorrem de 6 a 9 de abril</b></p> <p>(3.720 acessos)</p>	<p><b>UFCA expressa pesar pela morte do ex-governador Aduino Bezerra</b></p> <p>(56 acessos)</p>

<b>Mai</b>	<b>Mais lida</b>	<b>Menos lida</b>
Notícia	<p><b>Publicada primeira convocação da Lista de Espera do SiSU 2021.1 na UFCA</b></p> <p>(7.575 acessos)</p>	<p><b>Sessão solene em homenagem aos 20 anos relembra trajetória do curso de Medicina</b></p> <p>(45 acessos)</p>

Junho	Mais lida	Menos lida
Notícia	<p><b>Concurso para professor efetivo de Linguística da Língua Brasileira de Sinais está com inscrições abertas até 8 de julho</b></p> <p>(1.586 acessos)</p>	<p><b>Revista EntreAções se junta à Rede Latino-americana de Editores de Revista de Extensão</b></p> <p>(42 acessos)</p>

Julho	Mais lida	Menos lida
Notícia	<p><b>Inscrições para transferência voluntária, admissão de graduados e mudança de curso estão abertas até 4 de agosto</b></p> <p>(1.748 acessos)</p>	<p><b>PRPI/UFCA assessora laboratórios para cadastro na Plataforma Nacional de Infraestrutura de Pesquisa. Objetivo é aumentar interação entre pesquisadores no Brasil</b></p> <p>(60 acessos)</p>

Agosto	Mais lida	Menos lida
Notícia	<p><b>Com matrícula automática, classificados e reclassificados no SiSU 2021.1 poderão assistir às aulas de cursos escolhidos</b></p> <p>(2.209 acessos)</p>	<p><b>Consulta pública ao PDI UFCA 2025 está disponível até 30 de agosto</b></p> <p>(50 acessos)</p>

Setembro	Mais lida	Menos lida
Notícia	<p><b>Conheça os cursos de graduação da UFCA: Letras/Libras</b></p> <p>(744 acessos)</p>	<p><b>Série "Conhecendo o Orçamento da UFCA" lança quizz para comunidade acadêmica testar conhecimentos sobre orçamento público federal</b></p> <p>(39 acessos)</p>

Outubro	Mais lida	Menos lida
Notícia	<p><b>Famed/UFCA lança edital de seleção para o mestrado em Ciências da Saúde. Inscrições de 1º a 20 de novembro</b></p> <p>(1.163 acessos)</p>	<p><b>Novo quizz da série "Conhecendo o Orçamento da UFCA" busca consolidar conhecimentos sobre o Plano Anual de Compras da Universidade</b></p> <p>(19 acessos)</p> <p><b>Série "Conhecendo o Orçamento da UFCA" lança segundo quizz sobre orçamento público federal</b></p> <p>(19 acessos)</p>

Novembro	Mais lida	Menos lida
Notícia	<p><b>Aberto concurso para professor nas áreas de Ensino de Química/Química Geral e Jornalismo Audiovisual</b></p> <p>(777 acessos)</p>	<p><b>Conheça as instâncias de planejamento e orçamento da UFCA que atuam para orientar o funcionamento e os rumos da instituição</b></p> <p>(78 acessos)</p>

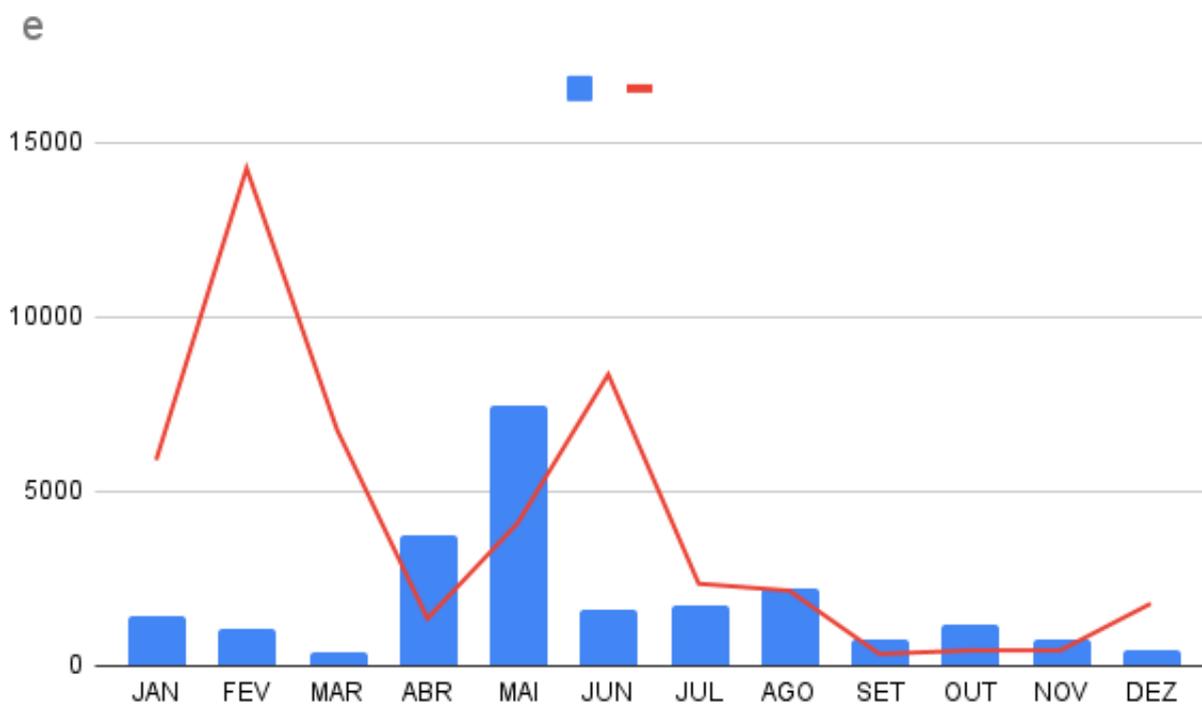
Dezembro	Mais lida	Menos lida
Notícia	<p><b>Aberta a seleção para o mestrado acadêmico em Desenvolvimento Regional Sustentável. Inscrições seguem até 31 de janeiro</b></p> <p>(452 acessos)</p>	<p><b>Serviço de Informação ao Cidadão contribui para fortalecimento da transparência na UFCA. Solicitações podem ser feitas pelo Fala.BR</b></p> <p>(11 acessos)</p>

**Tabela 6** - Títulos das notícias mais e menos lidas, publicadas no Portal da UFCA, em 2021, por mês. Fonte: Portal da UFCA/Google Search Console

Este ano, incluímos no relatório anual a quantidade de visualizações, mês a mês, das notícias mais lidas e também das menos lidas, para avaliar a variação do primeiro e do segundo conjunto, de um ano para outro.

#### ACESSOS DAS NOTÍCIAS MAIS LIDAS NO PORTAL DA UFCA - 2021

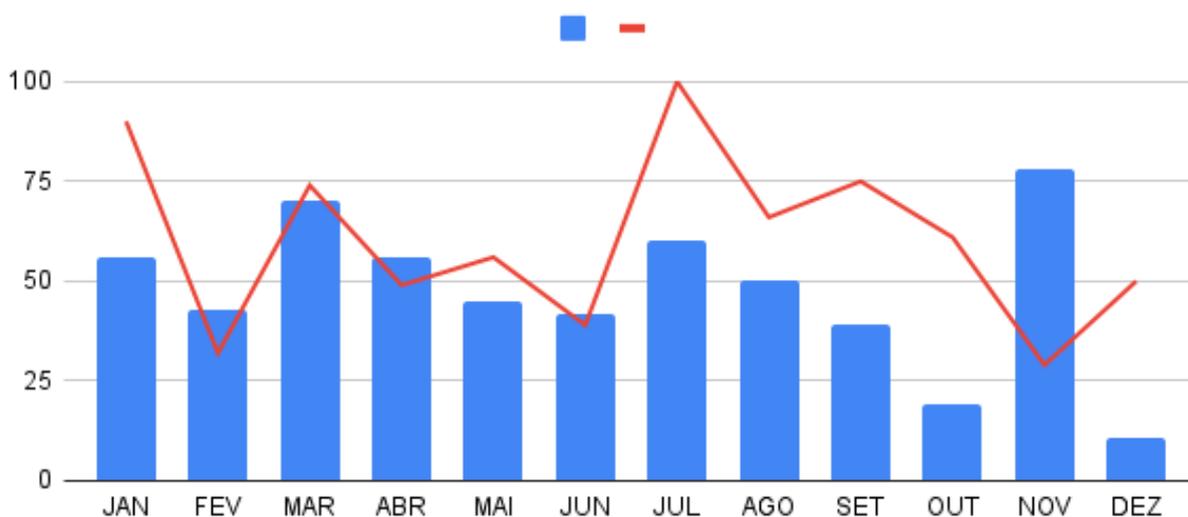
	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
2021	1.414	1070	384	3720	7475	1586	1748	2209	744	1163	777	452
2020	5902	14261	6770	1357	4101	8354	2356	2158	342	444	447	1786



**Gráfico 21** - Acessos das notícias mais lidas, publicadas no Portal da UFCA, em 2021, por mês.  
Fonte: Portal da UFCA/Google Search Console

### ACESSOS DAS NOTÍCIAS MENOS LIDAS NO PORTAL DA UFCA - 2021

	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
<b>2021</b>	56	43	70	56	45	42	60	50	39	19	78	11
<b>2020</b>	90	32	74	49	56	39	100	66	75	61	29	50



**Gráfico 22** – Acessos das notícias menos lidas, publicadas no Portal da UFCA, em 2021, por mês.  
Fonte: Portal da UFCA/Google Search Console

## 5. REPERCUSSÃO

A repercussão dos conteúdos institucionais da UFCA publicados nos canais oficiais da Universidade durante o ano de 2021 foi estimada a partir do levantamento de postagens em destaque – destaque este que considera o alcance e o engajamento ensejados pelo conteúdo em questão, nas mídias digitais da Universidade. As postagens em destaque, durante o ano de 2021, foram separadas por canais oficiais:

- Instagram
  - Feed
  - *Stories*
- Facebook
- YouTube

## 5.1 Instagram Feed

O relatório Reportei traz alguns dados gerais a respeito da repercussão das postagens em *feed* no perfil oficial da UFCA no Instagram (@ufcaoficial), como "Alcance", "Impressões", "Engajamento", "Número de Postagens", "Curtidas das postagens" e "Comentários em Postagens". Todos os dados consideram a performance das postagens, em conjunto. Para melhor entendimento do que se tratam esses parâmetros, seguem algumas definições:

- Alcance: Soma de usuários únicos alcançados organicamente em suas postagens do feed, no período analisado. É possível que a mesma pessoa veja mais de uma vez a postagem e seja contada mais de uma vez;
- Impressões: Número total de vezes que todas as publicações foram vistas;
- Engajamento das postagens: Soma orgânica do número de postagens salvas, curtidas e comentários nas suas postagens;
- "Orgânico": característica da interação em mídias sociais nas quais os públicos interagem sem o incentivo ou indução de mídias pagas.

Considerando todas as 287 postagens realizadas em *feed*, no ano de 2021, no perfil oficial da UFCA no Instagram, todas essas postagens tiveram alcance de 1.657.741 pessoas; que, por sua vez, visualizaram (cada uma delas pelo menos uma vez) os conteúdos 1.881.813 vezes. Postagens salvas, curtidas e comentários nas postagens, somadas, foram 147.232. Só de curtidas, foram 139.761. Já os comentários foram 3.546.

### QUADRO RESUMO SOBRE A REPERCUSSÃO DE POSTAGENS NO INSTAGRAM (FEED) - 2021

Nº de posts	Alcance	Impressões	Engajamento	Curtidas	Comentários
287	1.657.741	1.881.813	147.232	139.761	3.546

**Tabela 7** – resumo da repercussão das postagens da UFCA no Instagram @ufcaoficial, em feed, por categoria. Fonte: Reportei.

### 5.1.1 Postagens em Destaque

São aqui evidenciadas 5 postagens, com destaque de alcance e de engajamento em 2020. A primeira, que alcançou destaque nacional, é fruto do projeto "Direitos Humanos em quadrinhos", da Ouvidoria da UFCA. O objetivo da iniciativa é fomentar a discussão sobre a educação em Direitos Humanos na Universidade. A postagem, um carrossel com quadrinhos, pautou conteúdo informativo sobre o universo LGBTQIA+, sigla que busca representar lésbicas, gays, bissexuais, travestis, transexuais, transgêneros, queers, intersexuais, agêneros, assexuados e mais.



**Figura 4** – Reprodução do card de abertura da postagem de maior repercussão de 2021, do perfil oficial da UFCA no Instagram (feed). Fonte: Reportei/Instagram

A segunda postagem de maior repercussão foi também do projeto "Direitos Humanos em quadrinhos", da Ouvidoria da UFCA. Desta vez, a pauta foi o Setembro Amarelo.



**Figura 5** – Reprodução do card de abertura da postagem com a segunda maior repercussão de 2021, do perfil oficial da UFCA no Instagram (feed). Fonte: Reportei/Instagram

A terceira postagem em destaque marcou o aniversário de 8 anos da UFCA.



**Figura 6** – Reprodução do card de abertura da postagem com a terceira maior repercussão de 2021, do perfil oficial da UFCA no Instagram (feed). Fonte: Reportei/Instagram

A quarta postagem em destaque também é fruto do projeto da Ouvidoria. Desta vez, a iniciativa pautou o Dia dos Professores.



**Alcance Org.**  
**14.542**

**Impressões Org.**  
**17.900**

**Engajamento Org.**  
**2.483**

**Figura 7** – Reprodução do card de abertura da postagem com a quarta maior repercussão de 2021, do perfil oficial da UFCA no Instagram (feed). Fonte: Reportei/Instagram

Por fim, a quinta postagem em destaque é uma divulgação do Mestrado em Desenvolvimento Regional da UFCA, que lançou edital em dezembro.



**Alcance Org.**  
**13.963**

**Impressões Org.**  
**14.588**

**Engajamento Org.**  
**1.179**

**Figura 8** – Reprodução do card de abertura da postagem com a quinta maior repercussão de 2021, do perfil oficial da UFCA no Instagram (feed). Fonte: Reportei/Instagram

## 5.2 Instagram Stories

Quanto aos conteúdos em destaque nos stories do perfil oficial da UFCA no instagram, todos os destaques do ano foram “quiz”: um conjunto de perguntas para avaliar os conhecimentos de alguém sobre determinado assunto. Para análise geral dos stories publicados pela UFCA em 2021, é preciso compreender o conceito de “Retenção”, que é a visualização de stories sem que o usuário saia ou avance para um *story* de outra conta. A média de retenção é a soma da retenção de todos os stories dividido pela quantidade total de publicações no período analisado. Abaixo, o quadro geral sobre a performance das postagens:

### QUADRO RESUMO SOBRE A REPERCUSSÃO DE POSTAGENS NO INSTAGRAM (STORIES) - 2021

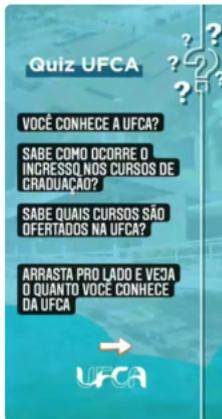
Número de posts	Alcance	Impressões	Retenção
434	951.552	953.713	87,37%

**Tabela 8** – resumo da repercussão das postagens da UFCA no instagram @ufcaoficial, em stories, por categoria. Fonte: Reportei.

### 5.2.1 Postagens em Destaque

Todos os stories em destaque foram publicados em 19 de janeiro de 2021. Os conteúdos compunham um quiz para testar os conhecimentos dos seguidores sobre dados gerais da UFCA.

## Stories ?



Alcance: 8.260

Impressões: 7.801

Encaminhamentos: 6.895

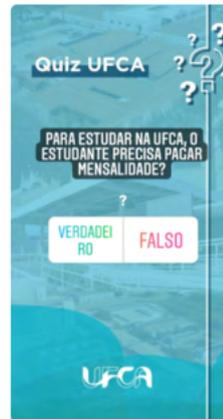
Voltar: 186

Saídas: 712

Retenção: 91,38%

Respostas: 0

Data: 19/01/2021



Alcance: 7.635

Impressões: 7.098

Encaminhamentos: 6.985

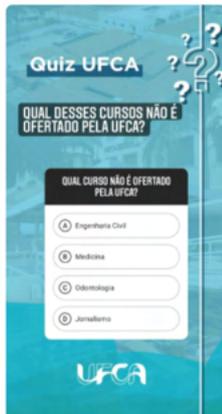
Voltar: 1.412

Saídas: 442

Retenção: 94,21%

Respostas: 2

Data: 19/01/2021



Alcance: 6.841

Impressões: 6.511

Encaminhamentos: 6.129

Voltar: 1.318

Saídas: 377

Retenção: 94,49%

Respostas: 3

Data: 19/01/2021



Alcance: 6.291

Impressões: 5.963

Encaminhamentos: 5.488

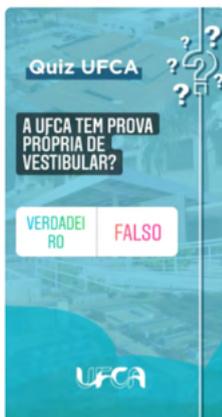
Voltar: 1.003

Saídas: 425

Retenção: 93,24%

Respostas: 1

Data: 19/01/2021



Alcance: 5.712

Impressões: 5.485

Encaminhamentos: 5.195

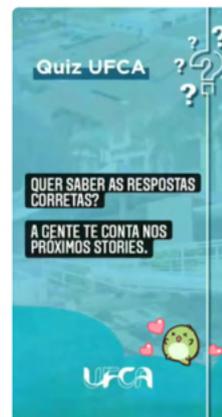
Voltar: 574

Saídas: 223

Retenção: 96,1%

Respostas: 5

Data: 19/01/2021



Alcance: 5.439

Impressões: 5.166

Encaminhamentos: 4.803

Voltar: 388

Saídas: 159

Retenção: 97,08%

Respostas: 0

Data: 19/01/2021

**Figura 9** – Conteúdos em destaque publicados no perfil oficial da UFCA no Instagram (@ufcaoficial), como stories, em 2021. Fonte: Reportei

### 5.3 Facebook

Na página oficial da UFCA no facebook, a postagem de maior destaque de 2021 foi referente a uma nota na qual a UFCA informava que manteria as aulas remotas, mesmo com a publicação de um decreto do Governo do Estado do Ceará que autorizaria a volta das aulas presenciais em faculdades e universidades – decreto este publicado no fim de junho. As demais repercutiram uma seleção para o curso de especialização em Metafísica e Epistemologia, uma nota de pesar sobre o falecimento de uma estudante da UFCA, uma seleção do Mestrado em Desenvolvimento Regional Sustentável e dados sobre formados pela Universidade durante a pandemia.

Os resultados estão descritos nas figuras 10, 11, 12, 13 e 14.



**Figura 10** – Reprodução da postagem de maior repercussão de 2021, da página oficial da UFCA no Facebook. Fonte: Reportei/Facebook

UFCA - Universidade Fede... [Ligar agora](#) [Curtiu](#) [Mensagem](#)

No ato da inscrição deverão ser anexados comprovativo de conclusão de curso superior, currículo Lattes, documento oficial de identificação e um pré-projeto de pesquisa.

Os candidatos também serão entrevistados numa segunda fase do processo. O curso é gratuito, online e serão ofertadas 15 vagas. O resultado final está previsto para o dia 1º de julho e o início das aulas, no turno da noite, para o dia 19 de julho de 2021.

Acesse o site e saiba mais.

[#UFCA](#) [#SomosUFCA](#) [#Filosofia](#)

**INSCRIÇÕES DE 13 DE MAIO A 1º DE JUNHO DE 2021**

**ESPECIALIZAÇÃO EM METAFÍSICA E EPISTEMOLOGIA**

Informações: [www.filosofia.ufca.edu.br](#)

UFCA.EDU.BR

Inscrições para Especialização em Metafísica e Epistemologia na UFCA ocorrem de 13 de maio a 1º de junho – Universidade Federal do Cariri

[Mirian Mendes, Laura Hévia Inocêncio Leite e outras 16 pessoas](#) 6 compartilhamentos

[Curtir](#) [Comentar](#) [Compartilhar](#)

**Alcance Total**  
**3.230**

**Comentários**  
**0**

**Compartilhamentos**  
**6**

**Figura 11** – Reprodução da postagem com a segunda maior repercussão de 2021, da página oficial da UFCA no Facebook. Fonte: Reportei/Facebook

UFCA - Universidade Fede... [Ligar agora](#) [Curtiu](#) [Mensagem](#)

e em eventos acadêmicos na área.

Sua trajetória e sensibilidade inspirou colegas e professores na Universidade a darem seu melhor não apenas como profissionais, mas, principalmente, como seres humanos. A UFCA se solidariza com familiares e amigos de Nilza neste momento de dor, agradecendo por todo empenho e afeto dedicados.

Juazeiro do Norte, 4 de maio de 2021.

**NOTA DE PESAR**

UFCA UNIVERSIDADE FEDERAL DO CARIRI

[Você e outras 78 pessoas](#) 5 comentários 4 compartilhamentos

**Alcance Total**  
**2.335**

**Comentários**  
**5**

**Compartilhamentos**  
**4**

**Figura 12** – Reprodução da postagem com a terceira maior repercussão de 2021, da página oficial da UFCA no Facebook. Fonte: Reportei/Facebook

UFCA - Universidade Federal do Cariri  
13 de dezembro de 2021 · 🌐

O Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional Sustentável (Proder), da Universidade Federal do Cariri (UFCA), está com inscrições abertas para a seleção da turma de 2022 do mestrado acadêmico.

Estão disponíveis 17 vagas. Podem se inscrever, até o dia 31 de janeiro de 2022, brasileiros(as) e estrangeiros(as) residentes no Brasil, graduados(as) em qualquer área do conhecimento. As inscrições estão sendo efetuadas por meio do Sigaa/UFCA.

UFCA.EDU.BR

Aberta a seleção para o mestrado acadêmico em Desenvolvimento Regional Sustentável. Inscrições seguem até 31 de janeiro – Universidade Federal do Cariri

26

2 comentários 8 compartilhamentos

Alcance Total  
**1.852**

Comentários  
**2**

Compartilhamentos  
**8**

**Figura 13** – Reprodução da postagem com a quarta maior repercussão de 2021, da página oficial da UFCA no Facebook. Fonte: Reportei/Facebook

UFCA - Universidade Federal do Cariri  
17 de junho de 2021 · 🌐

Em 2020, mesmo em situação tão atípica, a UFCA formou 265 estudantes, sendo 157 antes da interrupção das atividades presenciais e 108, já durante as atividades remotas.

Com a continuidade da pandemia em 2021, três períodos letivos regulares foram planejados em formato remoto para este ano – o primeiro já concluído e o segundo, em andamento. Em 2021, até agora, a UFCA formou 148 estudantes.

Acesse o site e saiba mais:  
[#UFCA](#) [#SomosUFCA](#) [#Formandos](#)

UFCA.EDU.BR

Mesmo com pandemia, UFCA forma 265 estudantes em 2020 e já soma 148 egressos em 2021. Docentes comentam reinvenção da Universidade –...

Mirian Mendes, Laura Hévila Inocêncio Leite e outras 62 pessoas

2 compartilhamentos

Alcance Total  
**1.789**

Comentários  
**0**

Compartilhamentos  
**2**

**Figura 14** – Reprodução da postagem com a quinta maior repercussão de 2021, da página oficial da UFCA no Facebook. Fonte: Reportei/Facebook

## 5.4 YouTube

O relatório Reportei traz alguns dados gerais a respeito da repercussão das publicações de vídeos no canal oficial da UFCA no YouTube (UFCA TV). Para fins de entendimento do quadro resumo (Tabela 10), considera-se “Média % de vídeo assistido” a porcentagem média de reprodução dos vídeos assistidos no canal, durante o período analisado.

**QUADRO RESUMO SOBRE A REPERCUSSÃO DE POSTAGENS DA UFCA NO CANAL UFCA TV, NO YOUTUBE - 2021**

Total de tempo assistido	Curtidas	Compartilhamentos	Média % de vídeo assistido
1.211 horas e 14 minutos	1.073	441	12,43%

**Tabela 9** – resumo da repercussão das postagens da UFCA no canal UFCA TV, no YouTube, em 2021, por categoria. Fonte: Reportei.

Entre os conteúdos em destaque, o vídeo institucional de apresentação da UFCA, publicado em 2 de agosto de 2019, foi o conteúdo com maior número de visualizações no canal da UFCA no YouTube, em 2021. Abaixo, o resumo das performances das postagens em destaque:

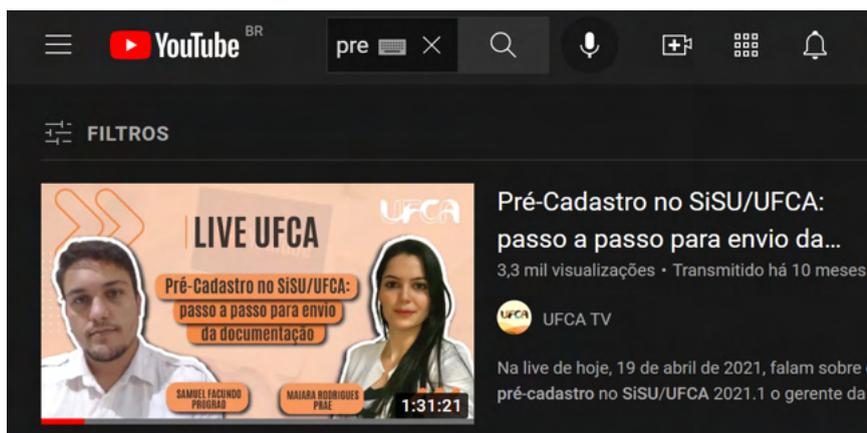


Visualizações\* (em 2021)  
**3.016**

Curtidas  
**173**

Novos Inscritos  
**69**

**Figura 14** – Reprodução da postagem de maior repercussão de 2021, no canal oficial da UFCA no YouTube. Fonte: Reportei/YouTube



Visualizações\* (em 2021) **2.704**

Curtidas **164**

Novos Inscritos **67**

**Figura 15** – Reprodução da postagem com a segunda maior repercussão de 2021, no canal oficial da UFCA no YouTube. Fonte: Reportei/YouTube

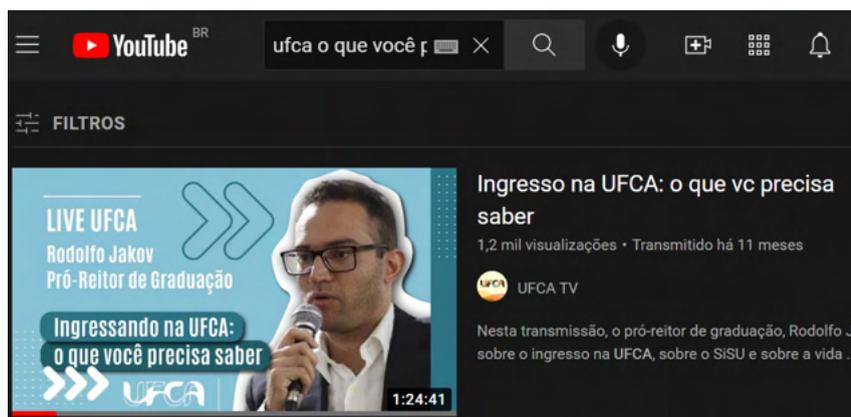


Visualizações\* (em 2021) **1.253**

Curtidas **73**

Novos Inscritos **13**

**Figura 16** – Reprodução da postagem com a terceira maior repercussão de 2021, no canal oficial da UFCA no YouTube. Fonte: Reportei/YouTube



Visualizações\* (em 2021) **1.242**

Curtidas **89**

Novos Inscritos **40**

**Figura 17** – Reprodução da postagem com a quarta maior repercussão de 2021, no canal oficial da UFCA no YouTube. Fonte: Reportei/YouTube



Visualizações\*  
(em 2021)  
**575**

Curtidas  
**40**

Novos Inscritos  
**11**

**Figura 18** – Reprodução da postagem com a quinta maior repercussão de 2021, no canal oficial da UFCA no YouTube. Fonte: Reportei/YouTube

## 6. EXPERIÊNCIA

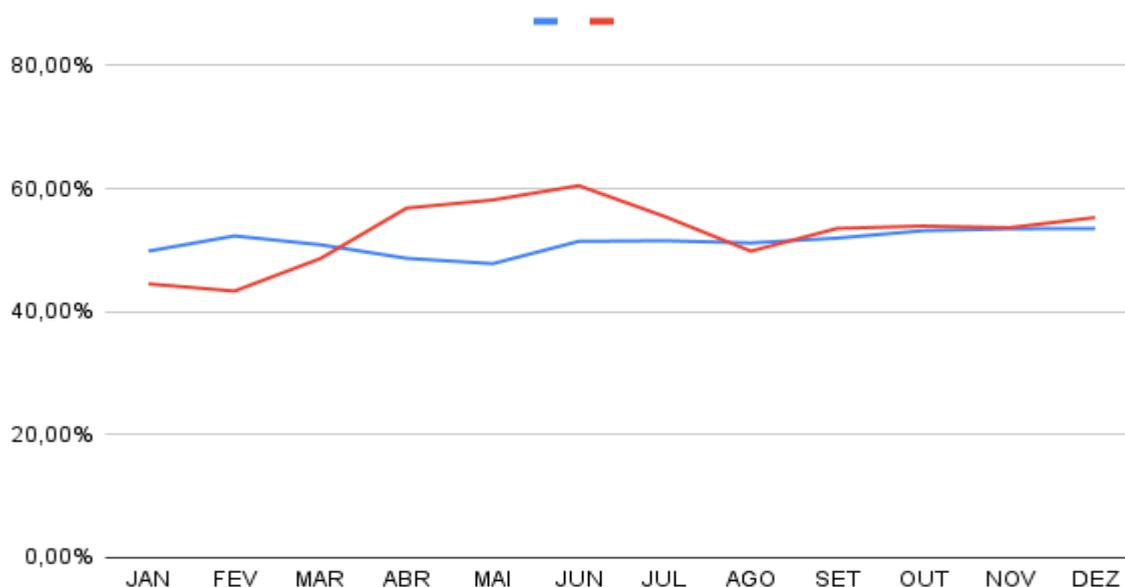
### 6.1 Taxa de Rejeição do site

Uma “sessão” é um grupo de interações feitas em um site pelo/a visitante. No entanto, se o site é acessado, mas não há interações adicionais, entende-se que o conteúdo disponível ou a sua disposição na página inicial não foram suficientes para que o visitante navegasse pelo site. Tem-se aí uma “rejeição” do site em questão.

O Reportei também oferta, via Google Analytics, o monitoramento da taxa de rejeição do Portal da UFCA, que é a tradução, em termos percentuais, do quanto de sessões abertas no site se resumiram a uma única página (por exemplo, sessão em que a pessoa sai do site a partir da primeira página). Considerando todo o ano de 2021, a taxa de rejeição do Portal da UFCA foi de 50,81% – percentual ligeiramente menor que o registrado em 2020 (51,32%).

### VARIAÇÃO DA TAXA DE REJEIÇÃO DO PORTAL DA UFCA, POR MÊS - 2021

	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
<b>2021</b>	49,84%	52,31%	50,87%	48,67%	47,80%	51,43%	51,53%	51,17%	51,95%	53,16%	53,47%	53,52%
<b>2020</b>	44,52%	43,34%	48,64%	56,83%	58,15%	60,48%	55,46%	49,83%	53,52%	53,92%	53,65%	55,30%



**Gráfico 23** – Variação da taxa de rejeição do Portal da UFCA, em 2021.

Fonte: Reportei

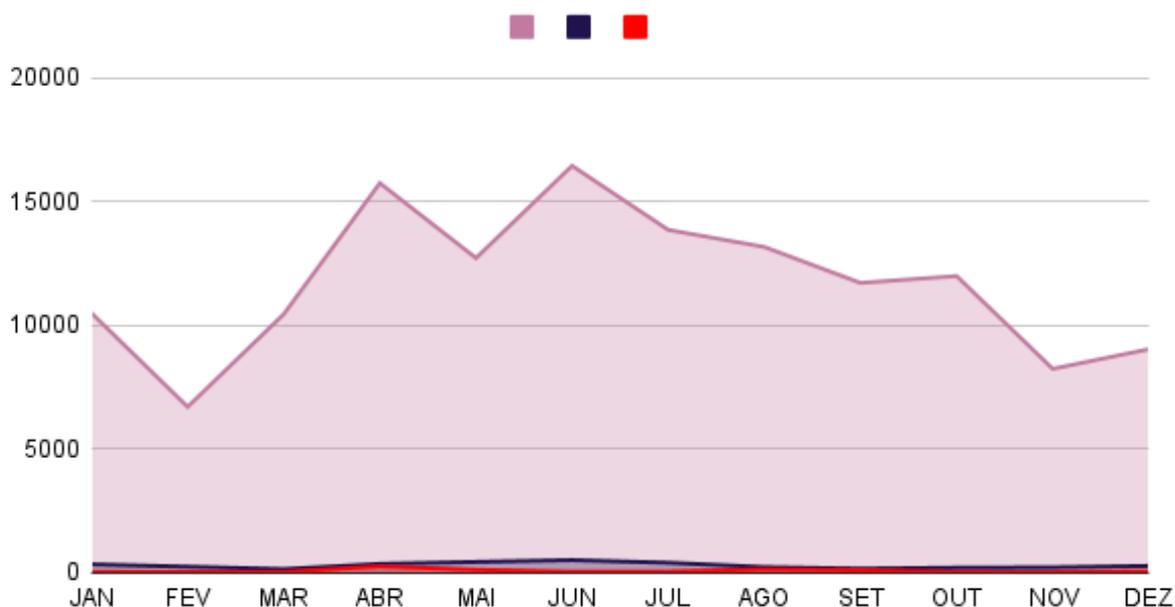
#### 6.2 Quantidade de Curtidas (por mídia)

É também uma forma de avaliar a experiência dos públicos com a UFCA a análise dos números referentes às curtidas de conteúdos publicados em canais oficiais. Aqui, elencamos o perfil oficial da UFCA no Instagram, o canal da UFCA no YouTube e, ainda, a página oficial da UFCA no Facebook.

### CURTIDAS EM MÍDIAS DIGITAIS OFICIAIS DA UFCA, POR MÊS - 2021

	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
Instagram	10.502	6.712	10.456	15.753	12.724	16.453	13.863	13.172	11.721	11.998	8.248	9.041
Facebook	350	256	158	369	448	521	415	240	177	216	230	287
YouTube	46	44	47	271	131	53	59	151	118	42	41	70

#### Instagram, Facebook e YouTube



**Gráfico 24** – Número de curtidas em mídias digitais oficiais da UFCA, em 2021.

Fonte: Reportei

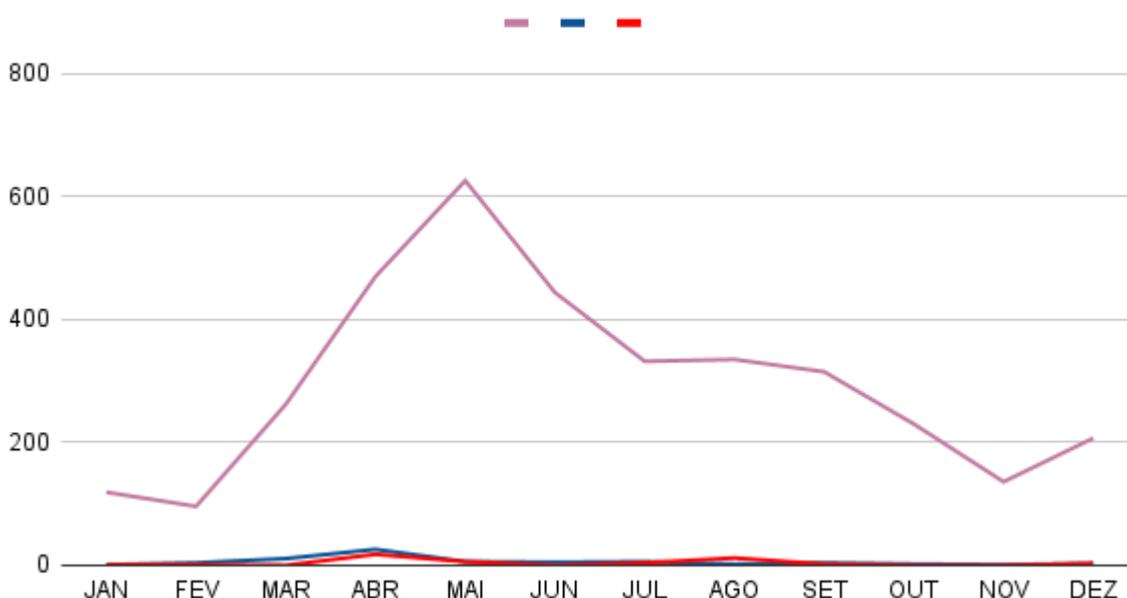
#### 6.3 Quantidade de Comentários (por mídia)

Tomando o ano de 2021 como um todo, a exemplo do que também ocorreu em 2020, o Instagram da UFCA apresentou uma quantidade maior de comentários em postagens oficiais da instituição, na comparação com o canal no YouTube e a página no Facebook da Universidade.

## COMENTÁRIOS EM MÍDIAS DIGITAIS OFICIAIS DA UFCA, POR MÊS - 2021

	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
Instagram	119	96	262	470	626	444	332	335	315	230	136	207
Facebook	1	4	11	26	6	5	6	2	4	2	1	3
YouTube	1	1	0	18	6	0	4	12	2	0	0	3

### Instagram, Facebook e YouTube



**Gráfico 25** – Número de comentários em mídias digitais oficiais da UFCA, em 2021.

Fonte: Reportei

### 6.3 Quantidade de Compartilhamentos (por mídia)

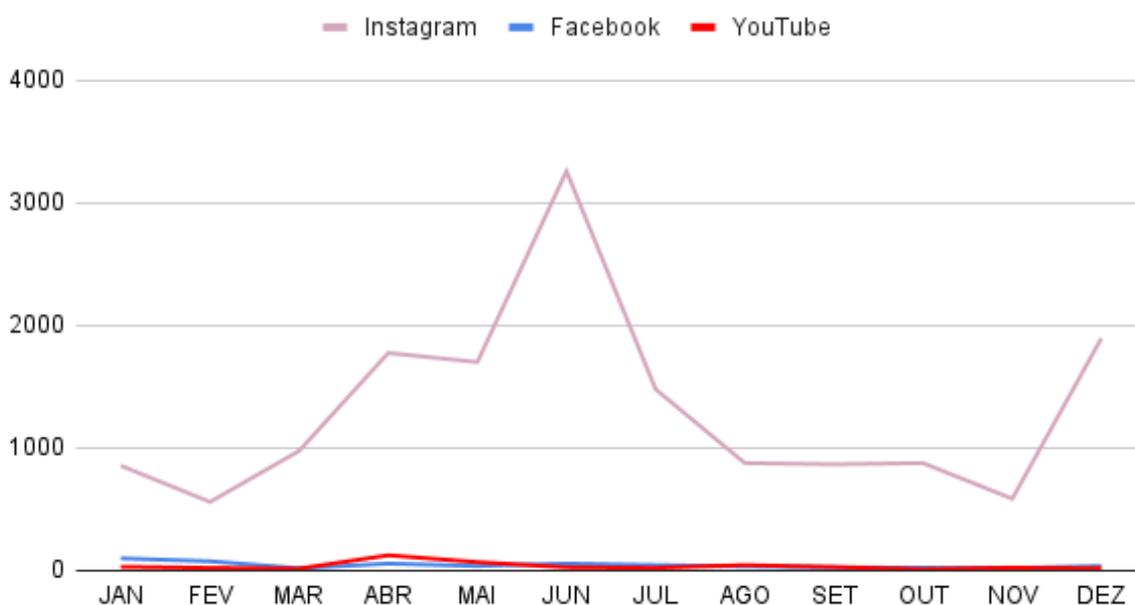
Mais que uma curtida ou que um comentário, um compartilhamento denota forte interesse no conteúdo publicado, tendendo a significar uma concordância com o posicionamento do emissor, mas eventualmente servindo também como ferramenta de denúncia de posicionamentos que julgar inadequados. Independentemente da motivação, a ação de compartilhamento reflete a necessidade do receptor de transmitir o conteúdo, tornando-se o próprio receptor um novo emissor.

O volume de compartilhamentos em cada mídia digital oficial da UFCA, durante o ano de 2020, está expresso no gráfico 25.

### COMPARTILHAMENTO EM MÍDIAS DIGITAIS OFICIAIS DA UFCA, POR MÊS - 2021

	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
Instagram	856	560	976	1775	1701	3258	1479	877	867	877	586	1895
Facebook	100	76	19	57	38	57	45	34	27	23	21	37
YouTube	31	22	16	125	69	27	22	45	29	12	24	19

#### Instagram, Facebook e YouTube



**Gráfico 25** – Número de compartilhamentos em mídias digitais oficiais da UFCA, em 2021.

Fonte: Reportei

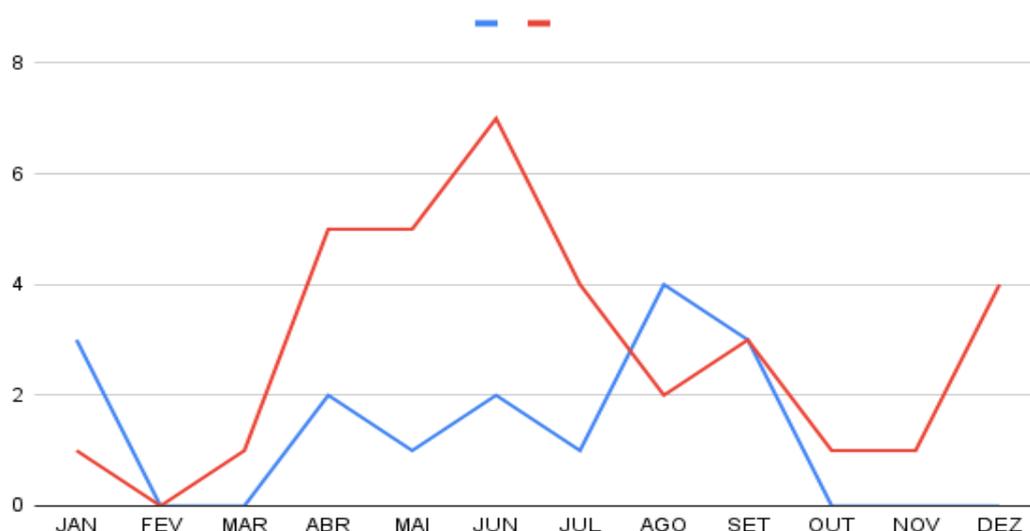
#### 6.4 Conteúdos novos com recursos de Acessibilidade

O último entre os parâmetros pelos quais a Dcom busca estimar a experiência de seus públicos com os conteúdos publicados em canais oficiais é o levantamento de conteúdos novos com recursos de acessibilidade. A acessibilidade é um campo

muito vasto e, sem dúvida, seria difícil levantar, com precisão, todas as ferramentas que tornam acessíveis os conteúdos oficiais a pessoas com deficiência. Para tornar esse dado objetivo, elencamos aqui os recursos audiovisuais com conteúdo interpretado na Língua Brasileira de Sinais (Libras).

#### CONTEÚDOS NOVOS COM RECURSOS DE ACESSIBILIDADE, POR MÊS - 2021

	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
<b>2021</b>	3	0	0	2	1	2	1	4	3	0	0	0
<b>2020</b>	1	0	1	5	5	7	4	2	3	1	1	4



**Gráfico 26** - Conteúdos novos com recursos de acessibilidade em vídeos publicados no UFCA TV em 2021. Fonte: YouTube