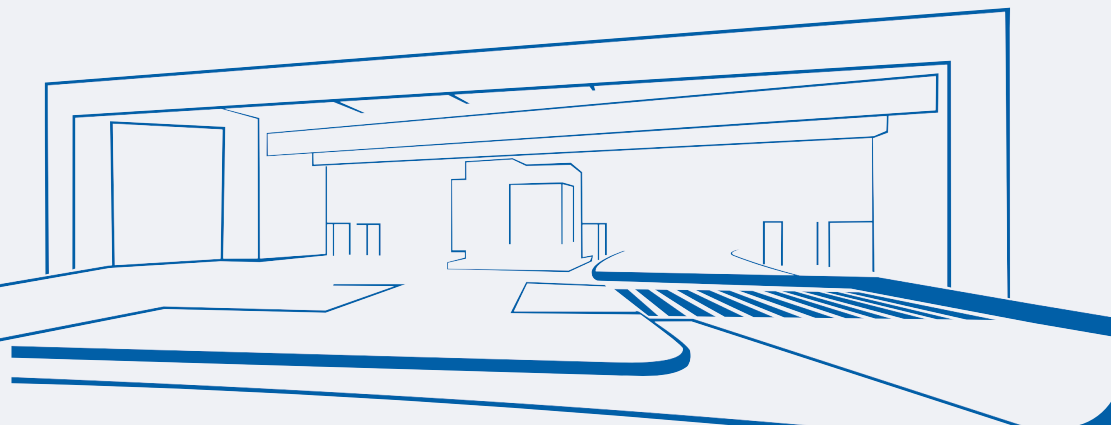


Cartilha Redes Sociais



Uema
UNIVERSIDADE ESTADUAL
DO MARANHÃO





Su má rio



1

Apresentação

Pág. 3

2

Planejando conteúdo para redes sociais do seu setor/Campus

Pág. 4

3

Veja alguns exemplos de conteúdo

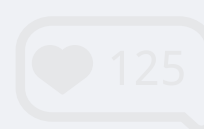
Sugestão de pautas (temas) a serem abordadas

Pág. 5.6

4

Relacionamentos

Pág. 7.8



1

Apresentação

A presença da UEMA nas mídias sociais digitais é estratégica para promover a instituição, seus programas acadêmicos, pesquisas, projetos de extensão, serviços de suporte aos alunos e servidores, eventos, atividades e conquistas.

Mas não é só isso! Por meio das mídias sociais digitais a universidade pode alcançar potenciais alunos de maneira eficaz, com campanhas e conteúdo personalizado, permitindo a interação direta e engajamento antes mesmo do ingresso na IES.

A conexão que pode ser estabelecida com a sociedade em geral também é um ponto forte porque as mídias sociais digitais aumentam a visibilidade da instituição como referência em ensino, pesquisa, extensão, sustentabilidade e inovação.

É essencial que todos os perfis institucionais UEMA nas mídias sociais digitais sejam gerenciados com responsabilidade, mantendo a integridade acadêmica e a privacidade dos envolvidos.

Dessa forma, produzimos este manual para orientar a todos que gerenciam perfis institucionais UEMA nas redes sociais, mostrando exemplos de postagens, bem como orientações sobre o processo de produção de conteúdo, moderação de comentários e gerenciamento de crise.





2

Planejando conteúdo para redes sociais do seu setor/Campus

Ao planejar conteúdo para redes sociais é importante considerar:

- O objetivo ou objetivos que deseja alcançar
 - Se ação ou fato que pretende divulgar coloca em risco a imagem da instituição
 - Qual público ou públicos deseja atingir
 - Mensagem-chave que deseja transmitir
- Linguagem adequada - o texto deve ser claro, simples e adequado ao público-alvo. Evite linguagem muito formal (exceto em comunicados e notas de pesar) e jargões muito técnicos. Também revise os textos segundo as normas de português (ortografia, gramática e pontuação corretas)
- Experimente diferentes formatos de conteúdo: imagens, textos, vídeos,

infográficos, recursos interativos (enquetes e perguntas incentivam o engajamento dos seguidores)

- Mantenha frequência nas postagens para obter o engajamento dos seguidores. Planeje um cronograma e evite longos períodos de inatividade, mas também não publique apenas pensando em quantidade, a qualidade do conteúdo é importante

- Boa qualidade das imagens, som e vídeos são cruciais nas redes sociais. Tente fazer boas fotos e vídeos, prestando atenção a questões de iluminação e ao cenário. No caso dos vídeos, também preste atenção ao som também (observe se há ruídos ou barulhos que atrapalhem na captação de entrevista ou depoimento). Lembre-se que está representando uma instituição.

- Produza vídeos curtos e criativos para alcançar seu público. Os conteúdos para redes sociais tem mais engajamento quando são dinâmicos e objetivos.

- Verifique se a rede social está distribuindo mais o formato de vídeo na horizontal ou vertical de vídeo e utilize o que vai favorecer o alcance do conteúdo na plataforma onde será publicado.

- Use efeitos como gifs, animações e elementos que tornem o conteúdo mais atrativo. Isso também aumentará a entrega do seu produto pela plataforma

- Observe o alcance e engajamento do conteúdo publicado frequentemente, pois ajudará a perceber que tipos de conteúdo têm mais eficácia. Dessa forma, poderá melhorar as estratégias de postagem e horários das publicações para ter resultados cada vez melhores

- Fique de olho na “concorrência”. Veja o que outros perfis do mesmo segmento estão fazendo e aprenda com eles. Identifique as boas práticas, as ideias criativas e faça adaptações ao seu processo de criação de conteúdo.

Ao citar a universidade pela primeira vez no texto do post colocar completo nome Universidade Estadual do Maranhão (Uema). É essencial colocar entre () a sigla com a primeira letra em maiúsculo (U) e as demais em minúsculo (ema). No caso de ter que citar o campus ou setor que está realizando o evento ou atividade, primeiro escreva o nome completo da instituição, depois utilize entre vírgulas “por meio do (Campus x ou setor y)”. Precisamos deixar registrado sempre a UEMA em destaque e depois o setor ou campus.

3

Veja alguns exemplos de conteúdo

Sugestão de pautas (temas) a serem abordadas

- Informações que sejam relevantes para a comunidade acadêmica local
- Conte histórias de sucesso envolvendo alunos, professores, servidores, colaboradores ou ex-alunos, destaque o que pode trazer um impacto positivo da instituição para a sociedade
- Informações sobre a UEMA que sejam relevantes para sociedade em geral



Sugestão de pautas (temas) a serem abordadas

- Temas ligados à missão e valores institucionais
- Repetir assuntos de modo criativo que tiveram boa repercussão e engajamento
- Observar os comentários dos seguidores e “pescar” possíveis assuntos a serem abordados ou reforçados

Veja alguns exemplos de conteúdo



4 Relacionamentos

- Faça postagens em parceria com outras redes UEMA e/ou outras instituições para aumentar o engajamento e visibilidade do conteúdo

- Incentive a interação com os seguidores. Na medida do possível, responda os comentários (se souber a resposta, mas evite discussões polêmicas e seja cordial sempre, afinal está respondendo em nome da instituição)

- Responda aos comentários e às perguntas recebidas com cordialidade, isso é a base para a construção de um relacionamento nas redes. A interação frequente irá fortalecer o relacionamento e contribuir para uma imagem positiva da instituição

Atenção! A colaboração entre gestores públicos e perfis institucionais pode configurar promoção pessoal através do uso da máquina pública. Lembre-se: A Constituição Federal prevê que a “publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos”.



uemaoficial @pedropaulogr Oi, Pedro, você pode entrar em contato com o gestaodecursos@uemanet.uma.br para resolver essa situação.
5 d · Responder · Ver tradução

pedropaulogr @uemaoficial ok entrarei espero que resolvam porque já tentei em outros e-mails e obtive

uemaprofitec Venha fazer parte do Profitec. ensino com qualidade Uema de garantia. inscreva-se em signconcursos.uema.br
5 sem · 3 curtidas · Responder · Ver tradução

uemaoficial @uemaprofitec Haba mesmo Profitec!
5 sem · 4 curtidas · Responder · Ver tradução

uemaprofitec @uemaoficial gracias. Mamacita
5 sem · Responder · Ver tradução

4 Relacionamento

- Algumas demandas podem ser sensíveis (denúncias ou reclamações), nesse caso, oriente para que entrem em contato com a ouvidoria da UEMA pelo email ouvidoria@uema.br
- Caso não saiba a resposta para as perguntas, informe o email do setor responsável para que a pessoa entre em contato.

- Cuidado com o conteúdo da postagem para não gerar polêmica, expressando ideologia pessoal, lembre-se que a rede social é institucional (atente-se sempre à missão, visão e valores da UEMA)

- Em caso de Nota de Esclarecimento ou Nota de Repúdio, a orientação é que os setores, pró-reitorias, campi não produzam esse tipo de conteúdo. Sempre entre em contato com a Assessoria de Comunicação (ASCOM), pois os assuntos sensíveis precisam ser comunicados imediatamente à Reitoria, que irá averiguar com mais profundidade o tema ou fato ocorrido.





Uema
UNIVERSIDADE ESTADUAL
DO MARANHÃO

Ascom
Assessoria de
Comunicação

Prof. Walter Canales Sant'Ana
Reitor

Prof. Paulo Henrique Aragão Catunda
Vice-Reitor

Lucas Vieira
Assessor de Comunicação

Carlos Augusto
Designer

Débora Souza
Redação

Thiago Martins
Social Media