

Novas Tecnologias – O uso das redes sociais pela Coordenadoria de Comunicação Social da Universidade Federal de Roraima (UFRR)¹

Gersika do Nascimento BEZERRA²
Greice Rejane Moraes VAZ³
Universidade Federal de Roraima (UFRR)

Resumo

Este artigo visa demonstrar como a Coordenadoria de Comunicação Social da Universidade Federal de Roraima (CoordCom/UFRR) utiliza as redes sociais para disseminar informações de interesse da comunidade acadêmica interna e externa. Por meio das novas tecnologias e das diferentes plataformas a Universidade se comunica e interage com o público-alvo, promovendo uma aproximação maior e permitindo a melhoria da sua imagem institucional. Para a realização do trabalho, a equipe atua de forma conjunta, integrando todos os setores da CoordCom: Jornalismo, Programação Visual, Fotografia e Relações Públicas.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação; Redes Sociais; Novas Tecnologias; Jornalismo; Programação Visual.

Introdução

O desenvolvimento e o aperfeiçoamento da comunicação têm contribuído para o crescimento humano. A sociedade foi criada a partir do surgimento da linguagem e, posteriormente, dos vários meios de comunicação criados pelo homem. No entanto, a tecnologia tem sido fundamental nesse processo, permitindo que as pessoas aumentem seus ciclos sociais e encurtando distâncias geográficas.

A comunicação em tempo real, possibilitada pela internet, está a cada dia ganhando novos formatos e ferramentas, são as redes sociais que integram vários grupos sociais, privados e públicos, facilitando o diálogo entre as pessoas, bem como entre as organizações governamentais e privadas com seus públicos-alvo.

Assim, a internet aumentou o capital social das pessoas, aumentando o contato com parentes e amigos, próximos ou distantes. Também alterou a forma como as empresas e instituições públicas ou privadas se comunicam com os clientes, consumidores ou

¹ Trabalho apresentado na DT 1 – Jornalismo do XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte realizado de 6 a 8 de julho de 2016.

² Jornalista da Universidade Federal de Roraima.

³ Programadora Visual da Universidade Federal de Roraima.

contribuintes, estando presente nas redes sociais para facilitar este diálogo e promover uma aproximação.

A Universidade Federal de Roraima (UFRR), instituição de ensino superior considerada jovem no Brasil, com apenas 26 anos de criação, começou a aderir as redes sociais em 2011, como forma de se comunicar com a comunidade acadêmica interna e externa. Presente em plataformas como Facebook, Instagram e Twitter, a instituição dissemina informações e mantém contato com seus públicos-alvo.

Este artigo visa, portanto, explicar sobre como a utilização das redes sociais tem contribuído para o fortalecimento da imagem da Universidade e do vínculo entre a UFRR e a comunidade acadêmica, por meio do trabalho da equipe da Coordenadoria de Comunicação Social (CoordCom) da instituição. A equipe atua de forma conjunta, integrando os setores de Jornalismo, Programação Visual, Fotografia e Relações Públicas.

A UFRR e as Mídias Sociais

As mídias sociais ocupam, cada vez mais, espaço na vida das pessoas. Estão presentes por toda parte, desde os centros urbanos aos mais afastados e são usadas por pessoas de todas as faixas etárias.

Conforme J. A. Barnes definiu em 1954, rede social representa as relações entre as pessoas ou organizações. No entanto, a principal diferença entre uma rede social física e outra digital é o tamanho, pois a primeira possui algo em torno de 150 pessoas em média, já as redes sociais na Internet podem ter um número muito maior de pessoas, assim como as ligações com as instituições governamentais e privadas.

Dessa forma, as redes de computadores interligam pessoas, organizações e conhecimentos. Conforme Rheingold (2012), “a Internet aumenta o capital social das pessoas, aumentando o contato com amigos e parentes que moram nas proximidades ou longe”.

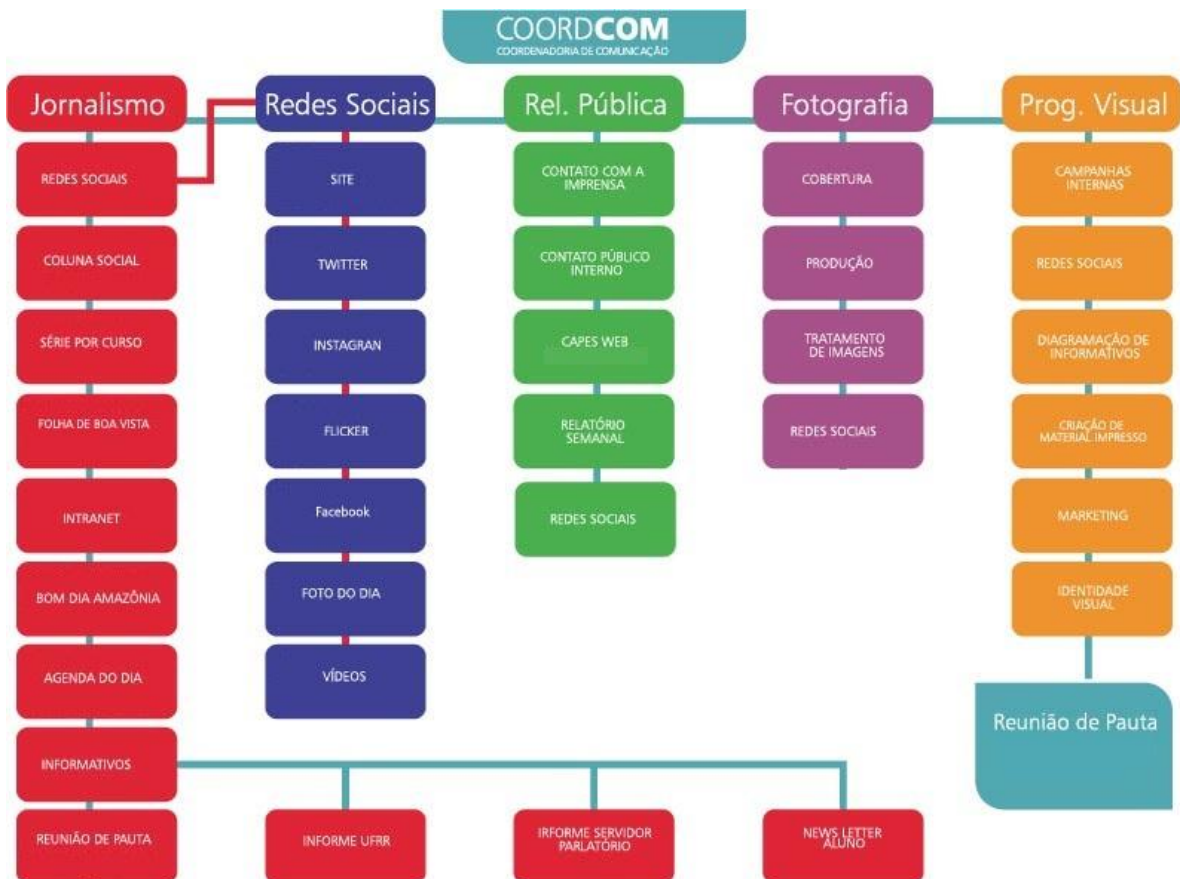
As redes sociais transformaram-se, então, em um importante veículo de comunicação de massa permitindo o interrelacionamento de pessoas, grupos e organizações a partir dos mais variados recursos, serviços e suportes oferecidos pela rede, atingindo milhares de usuários e possibilitando que pessoas geograficamente distantes fossem aproximadas através da Web.

“A massa de informações que circula nos caminhos informatizados é indiferentemente pública e privada porque ocupa um espaço sem limites. (...) O usuário da Internet não se limita a receber, mas escolhe as informações a receber entre milhares possíveis” (FERRARI, 2003, p. 184).

Com o desenvolvimento da Internet, surge também o que Pierre Lévy chama de empresa virtual⁴, que “não pode mais ser situada precisamente. Seus elementos são nômades, dispersos, e a pertinência de sua posição geográfica decresceu muito” (2001, p. 19).

Ainda segundo Lévy (2001), a desterritorialização⁵ da informação separa o espaço físico ou geográfico da temporalidade. Uma vez na rede, a informação pode ser acessada de qualquer lugar, a qualquer dia e hora. Foi pensando nisso e acompanhando o surgimento das novas tecnologias que a Universidade Federal de Roraima (UFRR) começou a ampliar sua presença nas redes sociais.

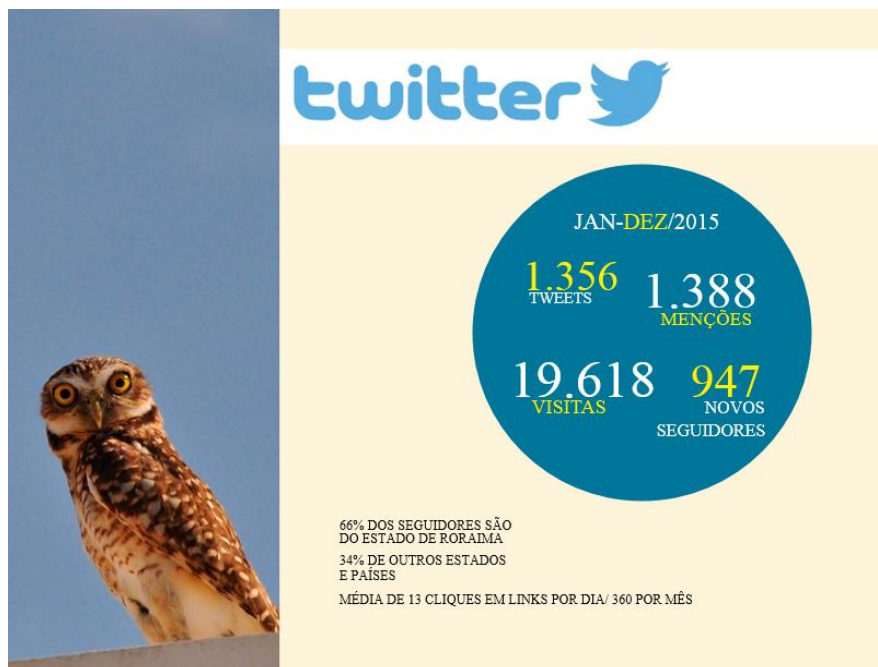
O organograma da Coordenadoria de Comunicação Social (CoordCom), responsável pela comunicação interna e externa da UFRR, demonstra a importância das redes sociais no momento atual da instituição, estando presente em todas as áreas atendidas pelo setor.



⁴ Segundo Pierre Lévy, o virtual é como o complexo problemático, o nó de tendências ou de forças que acompanha uma situação, um acontecimento, um objeto ou uma entidade qualquer, e que chama um processo de resolução: a atualidade (2001, p. 16).

⁵ De acordo com Néstor García Canclini (1998), desterritorialização é a perda da relação natural da cultura com os territórios geográficos e sociais.

A instituição começou a utilizar essas ferramentas comunicacionais em 2011, quando foi criado um perfil no Twitter, visando aumentar o alcance do site www.ufrb.br. Atualmente, a conta possui mais de 3.300 seguidores.



A maior parte do público que utiliza as redes sociais é jovem, estando presente na Internet mais vezes ao dia. Segundo a Pesquisa Brasileira de Mídia (BRASIL, 2015), 65% dos jovens com até 25 anos acessam a internet todos os dias. Entre os que têm acima de 65 anos, esse percentual cai para apenas 4%.

O perfil socioeconômico dos candidatos aprovados no vestibular 2016, divulgado pela Pró-reitoria de Ensino e Graduação da Universidade Federal de Roraima (PROEG/UFRR), demonstra que, dos 756 alunos ingressantes nos semestres 2016.1 e 2016.2, 43% têm entre 18 e 21 anos. Sendo assim, é importante que a instituição mantenha presença na Internet, o que possibilita maior aproximação com seu público-alvo.

Em Cibercultura, Pierre Lévy diz que: “O termo ‘multimídia’ significa, em princípio, aquilo que emprega diversos suportes ou diversos veículos de comunicação” (1999, p.63). A informação não possui mais apenas textos e números, mas também sons e imagens, tornando-se o que Lévy chama de mensagens multimodais “pois colocam em jogo diversas modalidades sensoriais (a visão, a audição, o tato, as sensações proprioceptivas)” (Idem, p.63).

Para Canavilhas “a máxima ‘nós escrevemos, vocês lêem’ pertence ao passado. Numa sociedade com acesso a múltiplas fontes de informação e com crescente espírito crítico, a possibilidade de interação direta com o produtor de notícias ou opiniões é um forte trunfo a explorar pelo webjornalismo” (2001).

Além de todo incremento da Internet, vale salientar o desenvolvimento e aprimoramento dos aparelhos celulares. Criados, a princípio, para facilitar a comunicação entre as pessoas, com ligação sem fio, diferentemente do que acontecia com os telefones fixos, os aparelhos celulares evoluíram e ganharam outras funções como envio de mensagens de texto, agenda, calculadora e conexão à internet.

Outra grande evolução ocorre em 1999 quando a Apple lança a tecnologia Wi-Fi3, a qual permitiu conexão sem fio dos computadores portáteis à Internet. Tudo isso também comportou a criação de aplicativos⁶ que permitem aos usuários de celulares maior facilidade para acessar as redes sociais.

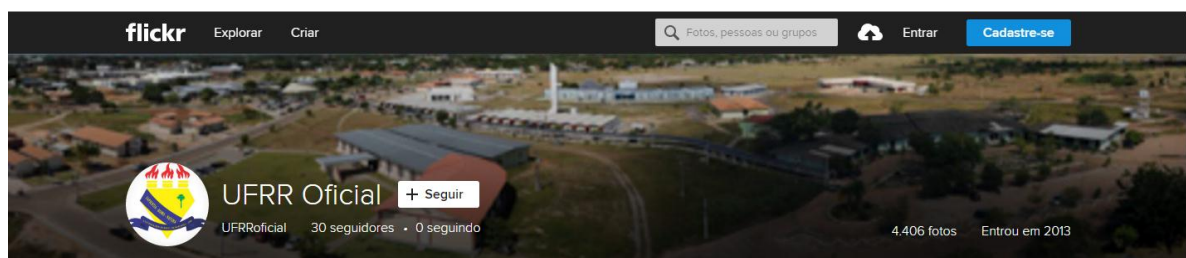
Com a entrada da Internet Móvel no telemóvel, cada aparelho virou um espaço social, onde utilizadores ocupam o tempo de deslocamento para o trabalho ou a escola, a interagir com outras pessoas, a ler notícias, a pagar contas, ou até a fazer compras (LUCENA, 2016).

Com apenas 26 anos de existência, a Universidade Federal de Roraima tem investido no webjornalismo e em novas tecnologias, ampliando também sua presença nas redes sociais. Implantada em 1989, quatro anos após ter sido autorizada pela Lei nº 7.364/85, a UFRR foi a primeira instituição federal de ensino Superior a instalar-se em Roraima.

A instituição atende cerca de dez mil alunos. Oferta 50 cursos superiores, sendo 29 bacharelados, 20 licenciaturas e 1 tecnólogo com atividades desenvolvidas em três *campi*: Paricarana, Cauamé e Murupú. Possui ainda dez mestrados e quatro doutorados, além de manter a Escola Agrotécnica (EAgro) e o Colégio de Aplicação (CAp).

Além do Twitter, em 2013 a CoordCom criou perfis da UFRR no Facebook e no Flickr. “O Flickr é um canal de divulgação de fotos produzidas durante os eventos da instituição, selecionadas e distribuídas por álbuns. Já no Facebook, a CoordCom publica fotografias, notícias e vídeos” (UFRR, 2015). Todos os perfis da instituição são encontrados facilmente nas redes sociais pela terminação “UFRRoficial”.

⁶ NA: Tipo de software que funciona como um conjunto de ferramentas desenhado para realizar tarefas e trabalhos específicos no computador, tablete ou celular.



Em 2014, ainda que de forma tímida, devido à equipe reduzida, a CoordCom começou a publicar vídeos institucionais em seu canal do Youtube. No ano de 2015 a nova rede social foi o Instagram, usado para postagens de fotografias.



A estratégia utilizada no Instagram para envolver o público e obter novos seguidores foi realizar sorteios. A participação dos utilizadores foi satisfatória para equipe da CoordCom.



SORTEIO

Foto oficial

ufrofficial **SORTEIO!** Quer ganhar uma camiseta da UFRR, mais dois livros e um boton? É simples, basta curtir a foto oficial, seguir nosso perfil e marcar 3 amigos nos comentários!

62 curtidas

Livros: - Roraima/Boa Vista: temas sobre o regional e o local
 - Estudos de linguagem e cultura regional: vertentes poéticas e linguísticas

Obs: Não pode marcar a mesma pessoa várias vezes, nem perfil de lojas/famosos.

Sorteio na próxima segunda (09/02). Participe!
 #sorteioUFRR #UFRR

Ver todos os 83 comentários

ohara_carvalho @felipeguerrarr
 @fernandamariaeduarda @caiqueferreiradejesus
 ohara_carvalho @hannahferr_@thaise_fnds
 @george_ferreira
 ohara_carvalho @fernando_campolina
 @caiocfernandes @nayanandes

Adicionar um comentário

Os sorteios também são realizados nas redes sociais Facebook e Twitter, como forma de obter maior engajamento e mais seguidores. Além dos sorteios, a equipe usa como estratégia anunciar uma rede social em outra, como, por exemplo, divulgar o Instagram no Facebook.



Universidade Federal de Roraima - UFRR

Publicado por Gersika Nascimento [?] · 12 de março de 2015 · 🌐

Usa o #Instagram?
 Vai lá, segue a @ufrofficial e marca a gente em suas fotos dentro da instituição.
 Postamos o olhar do aluno, do servidor e da comunidade em geral sobre as vias dos campi, prédios e eventos.
 Essa é a foto da @daletmuniz que nos marcou na Cerimônia do Jaleco da turma XXII de Medicina.
 #IgUFRR #UFRRoficial #MarqueAUFRRNasSuasFotos



O Facebook, o Twitter e o Instagram divulgam, ainda, o acervo fotográfico da CoordCom, que publica diariamente o produto jornalístico “Foto do Dia”.

A “Foto do Dia”, bem como outras postagens do Facebook, busca causar um maior envolvimento entre os usuários da rede social.

“A Web 2.0 torna a Internet mais humana porque a base do seu funcionamento é a disposição que os utilizadores têm em participar dos seus procedimentos, assim, também se torna importante para as marcas, pois elas estão atentas ao desenrolar dos processos que os utilizadores se envolvem nos vários ambientes criados” (LUCENA, 2016).



Nos 26 anos de existência, a instituição tem como lema ser “Uma Universidade pensando à frente do seu tempo”. Com o objetivo de oferecer mais mobilidade e inclusão, a instituição deu importante passo em fevereiro de 2016, no que se refere ao incentivo e desenvolvimento tecnológico, com a implantação da rede wi-fi aberta.

Conforme o projeto, a rede implantada pela Diretoria de Tecnologia da Informação da UFRR atende prédios nos três *campi* da instituição. O projeto começou em 2013 e foi uma iniciativa estratégica da UFRR, conforme ação prevista no Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) 2011-2016.

“A rede Wi-fi visa atender 100% dos prédios da instituição. O sistema faz parte do projeto de implantação de solução de acesso a rede sem fio de internet executado pela Diretoria de Tecnologia da Informação (DTI). A instalação dos equipamentos iniciou em dezembro de 2015. Para executar o projeto, a UFRR adquiriu três controladoras e 500 access points (equipamentos responsáveis pelo gerenciamento e disponibilização do serviço)” (UFRR, 2016).

A implantação da rede Wi-fi aberta para a comunidade acadêmica da UFRR vem inserir a instituição no processo de inovação e revolução tecnológica que está acontecendo atualmente no mundo. Segundo LUCENA (2016):

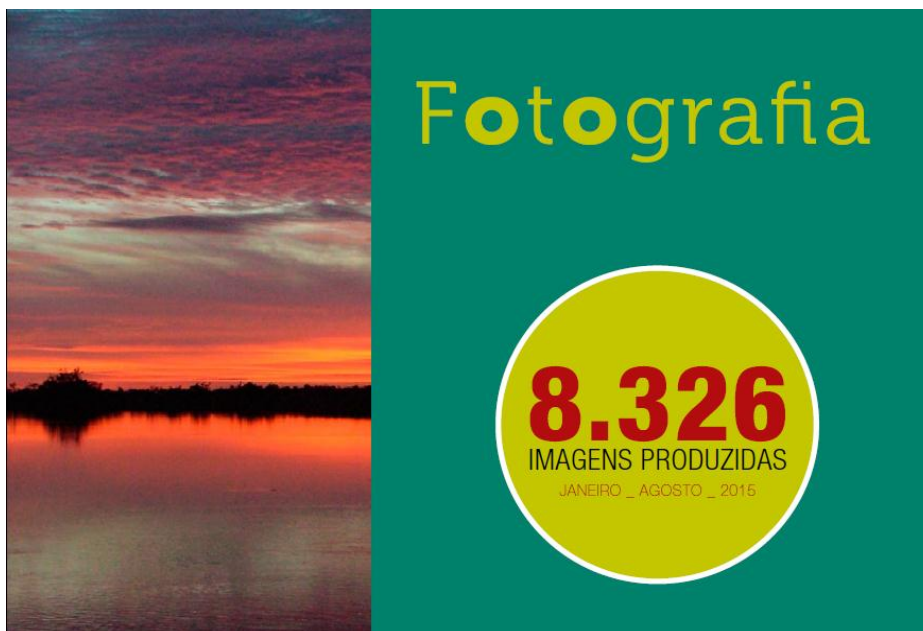
“O fim do século XX e o início do século XXI são marcados, entre outras coisas, pela revolução tecnológica, onde recursos e equipamentos eletrônicos existentes apenas nos filmes e nas séries de ficção dos anos 60, 70 e 80, passam a fazer parte do cotidiano dos habitantes do planeta. As ferramentas tecnológicas tornaram-se digitais, surgiram equipamentos mais leves, híbridos, mais rápidos, mais poderosos e cada vez mais fáceis de serem manuseados”.

Lucena (2016) esclarece que a Internet torna-se o canal que escoar o fluxo de informação produzida pelos meios, absorvida por seus utilizadores. Daí a importância de se manter em diversas redes sociais, atingindo, assim, mais utilizadores.

A Internet móvel causa impactos e transformações sociais e culturais. “Parte da nossa memória está no nosso computador, parte das nossas experiências está na câmera do nosso telemóvel, parte das nossas percepções a respeito do mundo está num blogue, parte das coisas que vimos e lembramos está no Flickr” (ADOLPHO *apud* LUCENA, 2016).

“Hoje nossas memórias estão nas Nuvens, nas Redes Sociais, nas imagens que postamos, nas conversas que tivemos e que podem ser revistas, nos vídeos e fotografias que capturamos de uma viagem, toda essa quantidade de informação que produzimos fica a nossa disposição, podemos acessá-las a qualquer momento, em lugares distintos” (LUCENA, 2016).

A Coordenadoria de Comunicação Social da UFRR produz essas “memórias” diariamente, por meio do registro fotográfico.



Outros fatores que enfatizam a atuação da UFRR na Internet e nas redes são: a Internet é a segunda mídia mais importante do mundo (a televisão lidera), no Brasil fica em terceiro lugar, com pouca diferença para o rádio (PBM 2015); e o baixo custo para manutenção, uma vez que a Coordenadoria não possui recursos próprios para atuar em outros meios de forma mais intensa. Além disso, os celulares smartphones já ultrapassam a TV como a “primeira tela” dos usuários.

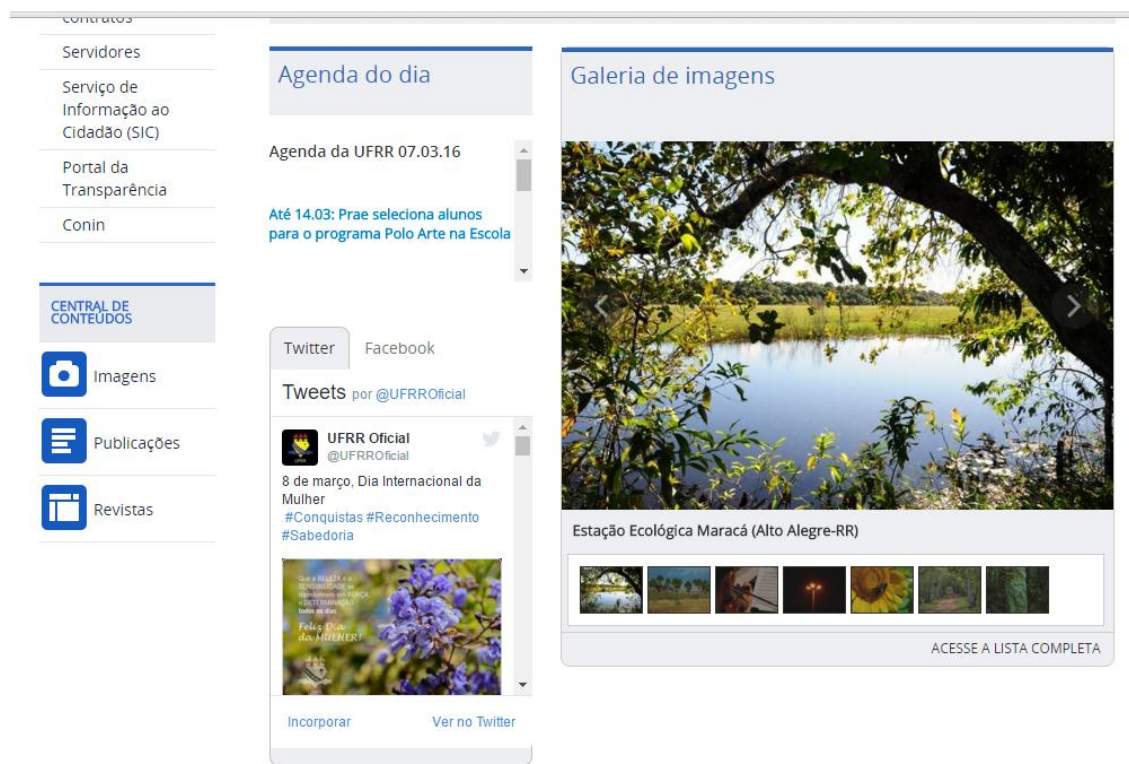
Segundo a PBM 2015, o Facebook tem 83% de presença das redes sociais, seguido pelo WhatsApp (58%), Youtube (17%), Instagram (12%), Google + (8%), Twitter (5%) e Linkendin (1%), 6% não utiliza Redes Sociais no Brasil.

Ainda segundo a PBM 2015, as pessoas usam as redes sociais para se informar (67%), se divertir (67%), passar o tempo (38%) e estudar (24%). Sendo que 71% acessam por computador, 66% pelo celular e 7% pelo tablet. Em Roraima, conforme o IBGE, 32% acessam por celular ou tablet e 17,2% por computador.

Também como parte das ações para ampliar e melhorar a presença da UFRR na Internet, a CoordCom, em parceria com a DTI, realizou em 2015 a mudança do site da instituição para Portal, seguindo o Guia de Identidade Padrão de Comunicação Digital do Governo Federal, com layout mais leve e dinâmico.

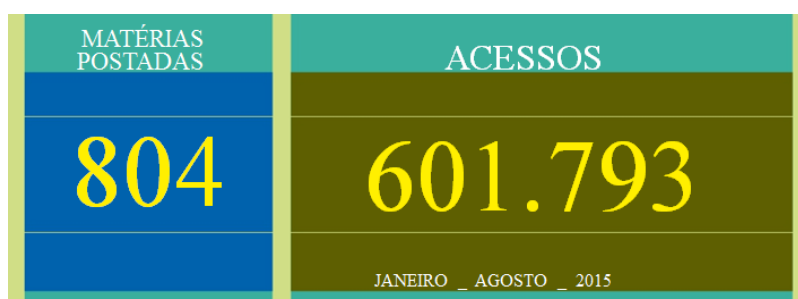
“Mais moderno, o Portal traz algumas inovações como notícias em destaque, valorizando a produção fotográfica da instituição, e espaço para galeria de fotos e vídeos. Além disso, o site é dinâmico, com um layout mais limpo para facilitar a localização de informações e o acesso dos usuários (...). O portal também exibe as últimas atualizações das redes sociais Twitter e Facebook da UFRR. O site é responsivo, ou seja, adaptado à plataforma dos smartphones” (UFRR, 2015).





The screenshot displays a website interface with a sidebar menu on the left containing links for 'Servidores', 'Serviço de Informação ao Cidadão (SIC)', 'Portal da Transparência', and 'Conin'. Below this is a 'CENTRAL DE CONTEÚDOS' section with icons for 'Imagens', 'Publicações', and 'Revistas'. The main content area is divided into three sections: 'Agenda do dia' with a sub-section 'Agenda da UFRR 07.03.16' and a blue link 'Até 14.03: Prael seleciona alunos para o programa Polo Arte na Escola'; a social media feed for 'Tweets por @UFRROficial' featuring a tweet from 'UFRR Oficial @UFRROficial' about International Women's Day; and a 'Galeria de imagens' section titled 'Estação Ecológica Maracá (Alto Alegre-RR)' with a large landscape photo and a row of smaller thumbnails, plus a link to 'ACESSE A LISTA COMPLETA'.

Entre janeiro e abril de 2016, a CoordCom postou 258 matérias no Portal, obtendo em média 180 mil acessos. Cada postagem tem cerca de 700 acessos.



Para utilizar as redes sociais, a Coordenadoria define os objetivos das postagens e busca criar relações, contando histórias que envolvam os utilizadores causando maior engajamento. Ciente de que entre os comentários também podem surgir críticas e crises de relacionamento, o setor busca estar aberto para manter relações diretas e sanar qualquer dificuldade, a fim de evitar problemas sérios.



A instituição também acompanha a mudança de hábito e consumo dos chamados e-cidadãos, usuários da Internet: pessoas mais participativas, com maior nível de exigência, conhecedoras dos seus direitos, que se relacionam com os órgãos por meio das redes sociais e desejam obter respostas rápidas por meio delas.

Para desempenhar um bom papel nas redes sociais é preciso, então, estar atento ao conteúdo disseminado e ao retorno que o público dá. O conteúdo deve ter periodicidade, conter palavras-chave e estar atendo à linguagem de cada veículo, para manter um relacionamento de qualidade com os usuários, enquanto que os comentários, mensagens e pedidos dos usuários devem ser respondidos ou atendidos o mais depressa possível.

Mesmo estando presente em várias redes sociais, a CoordCom concentra seus esforços no Facebook, por ser a maior rede social do mundo, com mais de um bilhão de usuários, e ser o local onde possui um maior número de seguidores e engajamento do público. A atualização é diária, com, no mínimo, três postagens por dia. As fotos de capa e perfil são modificadas mensalmente ou sempre que necessário.





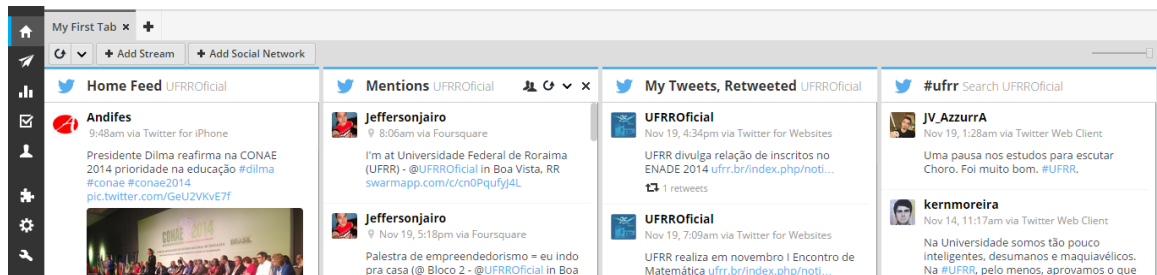
A página tem 3.946 curtidas atualmente. Outra importante ação é o monitoramento do material publicado. A equipe da Coordenadoria de Comunicação Social acompanha as atividades de relacionamento e/ou interatividade que são geradas pelo usuário com uma marca UFRR, produto ou serviço. Por meio do monitoramento, é possível identificar melhorias no serviço ou uma oportunidade na atividade gerada, ganhando, assim, mais engajamento dos utilizadores das redes sociais e, por consequência, ampliando o alcance das publicações.

O Facebook e o Twitter disponibilizam dados semanais ou mensais sobre o desempenho do perfil na rede. O Instagram também permite acesso ao número de curtidas que cada foto recebe.

Além dos dados disponibilizados pelas próprias redes sociais, a CoordCom utiliza o Bit.ly, um encurtador de URL5 que permite observar o número de acessos em cada link, de onde partiu o clique (Facebook, Twitter, etc) e o local (estado ou país) que as pessoas acessaram. Principalmente para o Twitter, que aceita no máximo são 140 caracteres, o Bit.ly é importante por minimizar o tamanho do endereço.



A CoordCom também usa o Hootsuite, que possibilita otimizar tempo e performance no uso das diferentes redes sociais. No caso do Twitter, o Hootsuite permite observar na mesma tela, com uma interface simples e clara, a página inicial, as menções e as *hashtags* que o administrador da página julgar necessárias acompanhar, entre outras opções.



Considerações Finais

O desenvolvimento e o aperfeiçoamento da comunicação contribuíram para o crescimento humano, alterando as relações sociais e culturais. O aprimoramento dos computadores e aparelhos celulares permite que as redes sociais sejam utilizadas por milhões de pessoas.

As redes sociais são portas para relações diretas, que admitem que uma marca tenha contato direto com uma pessoa, fornecendo a ela informações e tirando dúvidas.

A presença da Universidade Federal de Roraima nas redes sociais é importante para estabelecer um vínculo com a comunidade acadêmica, interna e externa, estreitando as relações, permitindo a divulgação de notícias e conteúdos publicitários e a troca de informações com o público por meio da interatividade.

Os dados apontados neste trabalho demonstram como a participação nas redes é positiva, possibilitando engajamento com os utilizadores e ampliando o alcance das informações relativas à UFRR, pois as notícias ultrapassam as divisas e fronteiras geográficas.

Presente em plataformas como Facebook, Instagram, Flickr e Twitter, a UFRR dissemina informações e mantém contato com seus públicos-alvo, alcançando o objetivo de fortalecer sua imagem e o vínculo com a comunidade acadêmica, por meio do trabalho da CoordCom.

Referências

BRASIL. Ministério das Comunicações. Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República. **Pesquisa Brasileira de Mídia**. Brasília, 2015. Disponível em: <<http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf>>. Acesso em: 19 abr. de 2016.

CANAVILHAS, João Messias. **Webjornalismo: Considerações gerais sobre jornalismo na web.** Artigo. Universidade da Beira Interior, Covilhã, Portugal, 2001. Disponível em: <http://www.bocc.uff.br/_esp/autor.php?codautor=602>. Acesso em: 22 mar. de 2016.

_____. **Do jornalismo online ao webjornalismo: formação para a mudança.** Artigo. *Comunicação e Sociedade*, vol. 9-10, 2006, pp. 113-119. Universidade da Beira Interior, Covilhã, Portugal, 2001. Disponível em: <http://www.bocc.uff.br/_esp/autor.php?codautor=602>. Acesso em: 20 abr. de 2016.

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo Digital.** São Paulo: Editora Contexto, 2003.

_____. **Hipertexto, hipermídia.** São Paulo: Contexto: 2007.

LÉVY, Pierre [tradução de Paulo Neves]. **O que é Virtual?** São Paulo: Editora 34, 1996 [1ª edição – 1996, 4ª reimpressão - 2001].

_____. [tradução de Carlos Irineu Costa]. **Cibercultura.** São Paulo: Editora 34, 1999 [1ª edição – 1999, 1ª reimpressão, 2ª edição – 2000, 2ª reimpressão, 2001].

_____. [tradução de Carlos Irineu Costa]. **As Tecnologias da Inteligência.** Rio de Janeiro: Editora 34, 1993 [1ª edição – 1993, 8ª reimpressão - 1999].

LUCENA, Julio. **Facebooker: O Utilizador do Facebook Como Alvo das Marcas.** Dissertação (Mestrado em Publicidade e Relações Públicas) – Universidade da Beira Interior, Covilhã, Portugal, 2016. Disponível em: <https://www.academia.edu/24890276/Facebooker_O_Utilizador_do_Facebook_Como_Alvo_das_Marcas>. Acesso em: 20 abr. de 2016.

MARGOTO, Julia B.; FERNANDES, Jorge H. C. **Inteligência coletiva, redes sociais e capital social: em busca de conexões conceituais.** *Encontros Bibli: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação*, v. 20, n. 42, p. 93-108, jan./abr., 2015. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/eb/article/viewFile/1518-2924.2015v20n42p93/29138>>. Acesso em: 20 abr. de 2016.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE RORAIMA (BRASIL). **UFRR Digital - Instituição lança projetos de tecnologia da informação para comunidade acadêmica.** Disponível em: <<http://ufr.br/ultimas-noticias/2284-ufrr-digital-instituicao-lanca-projetos-de-tecnologia-da-informacao-para-comunidade-academica>>. Acesso em: 20 abr. de 2016.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE RORAIMA (BRASIL). **Histórico.** Disponível em: <<http://ufr.br/a-ufrr/historico>>. Acesso em: 20 abr. de 2016.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE RORAIMA (BRASIL). **UFRR amplia presença nas redes sociais.** Disponível em: <<http://ufr.br/ultimas-noticias/1050-ufrr-amplia-presenca-nas-redes-sociais>>. Acesso em: 20 abr. de 2016.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE RORAIMA (BRASIL). **Perfil socioeconômico do Vestibular 2016 demonstra que candidatos buscam ensino de qualidade na UFRR.** Disponível em: <<http://ufr.br/ultimas-noticias/2439-perfil-socioeconomico-do-vestibular-2016-demonstra-que-candidatos-buscam-ensino-de-qualidade-na-ufrr>>. Acesso em: 20 abr. de 2016.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE RORAIMA (BRASIL). **UFRR lança novo Portal seguindo padrões do Governo Federal.** Disponível em: <<http://ufr.br/ultimas-noticias/1830-ufrr-lanca-novo-portal-seguindo-padroes-do-governo-federal>>. Acesso em: 20 abr. de 2016.