



**UFOP**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL**  
**DE OURO PRETO**

Relatório mensal de repercussão em mídia  
Maio de 2021

**IDEIAFIXA**  
GESTÃO DE INFORMAÇÃO



# APRESENTAÇÃO

O presente documento traz uma análise quantitativa e qualitativa da repercussão em mídia das matérias que citaram a **UFOP** ao longo do mês de **Maio de 2021**. Esta análise traça um panorama do volume de matérias veiculadas, diariamente, sobre a organização.

A análise inclui também as mídias que mais publicaram matérias, os principais veículos de comunicação, os tipos de texto jornalístico, bem como a distribuição geográfica dessas reportagens.

Boa leitura!

Coordenação da Equipe de Análises

# METODOLOGIA

A base de dados utilizada como fonte das informações foi o banco de matérias de clipping e os registros jornalísticos foram organizados em categorias que variam de acordo com o interesse do cliente e a perspectiva da análise mais adequada a cada caso. A valoração do espaço ocupado e tempo de exposição corresponde ao montante fictício que seria pago por esse espaço caso a publicação fosse adquirida comercialmente. Os valores usados nos veículos impressos (jornais e revistas) correspondem ao resultado da seguinte fórmula:

## **Espaço ocupado x Valor em R\$ do CmxCol**

A multiplicação da altura (em centímetro) pelo número de colunas corresponde à unidade de medida do cálculo do valor padrão dessas mídias. Os veículos da web seguem o mesmo padrão de cálculo. A diferença está na mensuração do espaço. O sistema de clipping calcula o espaço que a reportagem publicada na web corresponderia em uma diagramação de jornal em formato tablóide (padrão nacional). Com esse sistema, cada 40 caracteres corresponderiam a 1 cmxcol, em média. Após chegar ao volume de espaço, aplica-se a fórmula de valoração. Para as mídias eletrônicas (rádio e televisão) a metodologia é diferente. A unidade de medida para a valoração do espaço utilizada no mercado é o tempo de 30". A fórmula aplicada nesses casos é:

## **Tempo (em seg) x Valor em R\$ do tempo / 30**

Os valores das unidades de tempo e espaço utilizados foram retirados de *mediakit* dos próprios veículos de comunicação ou tabela correspondente publicada no site da Associação Brasileira de Empresas de Monitoramento, no portal *JoveData* e no portal *SemRush*.



# Análise Geral

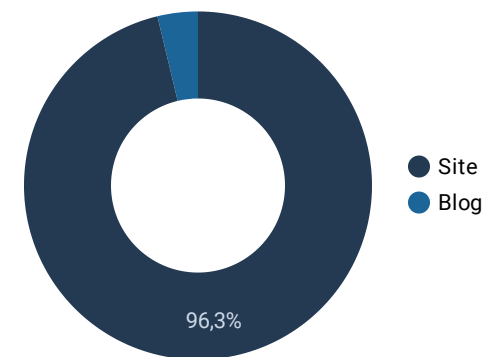
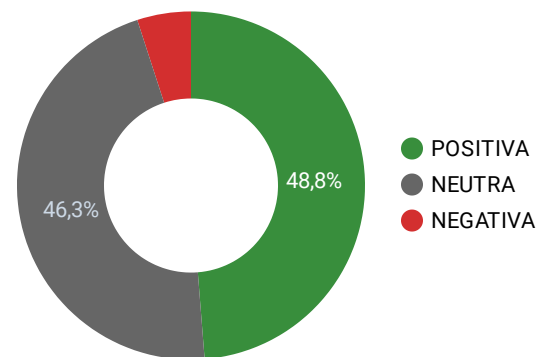
Mídia	Quantidade	CM	Valor ▾
Site	77	11.189	792.060,81
Blog	3	325	7.936,38
<b>Total geral</b>	<b>80</b>	<b>11.514</b>	<b>799.997,19</b>

Durante o período analisado, a **UFOP** foi mencionada em **80 matérias**, totalizando **11.5 mil** centímetros de espaço ocupado e **R\$ 799 mil**, caso fosse feito investimento nessa direção.

77 foram publicadas em sites e 3 em blogs.

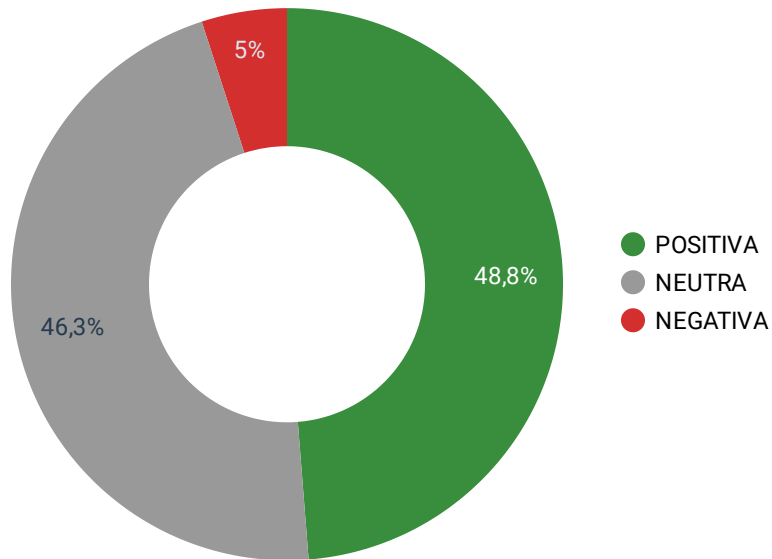
Quanto à análise qualitativa dos conteúdos, **48,8%** das matérias foram classificadas como **positivas**, **46,3%** como **neutras** e **5%** como **negativas**.

Análise qualitativa das mat...	Quantidade	Valor ▾
NEUTRA	37	519.119,44
POSITIVA	39	153.144,75
NEGATIVA	4	127.733
<b>Total geral</b>	<b>80</b>	<b>799.997,19</b>

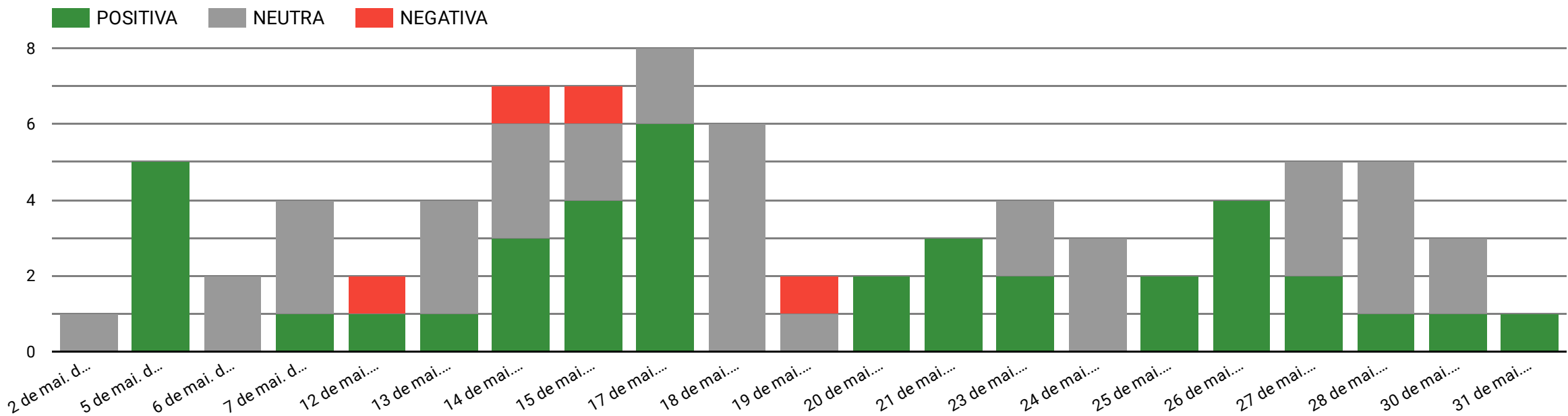


# Análise qualitativa

Os gráficos abaixo trazem a proporção do volume de matérias positivas, negativas e neutras. Em seguida, temos essa distribuição organizada por data de veiculação das matérias.

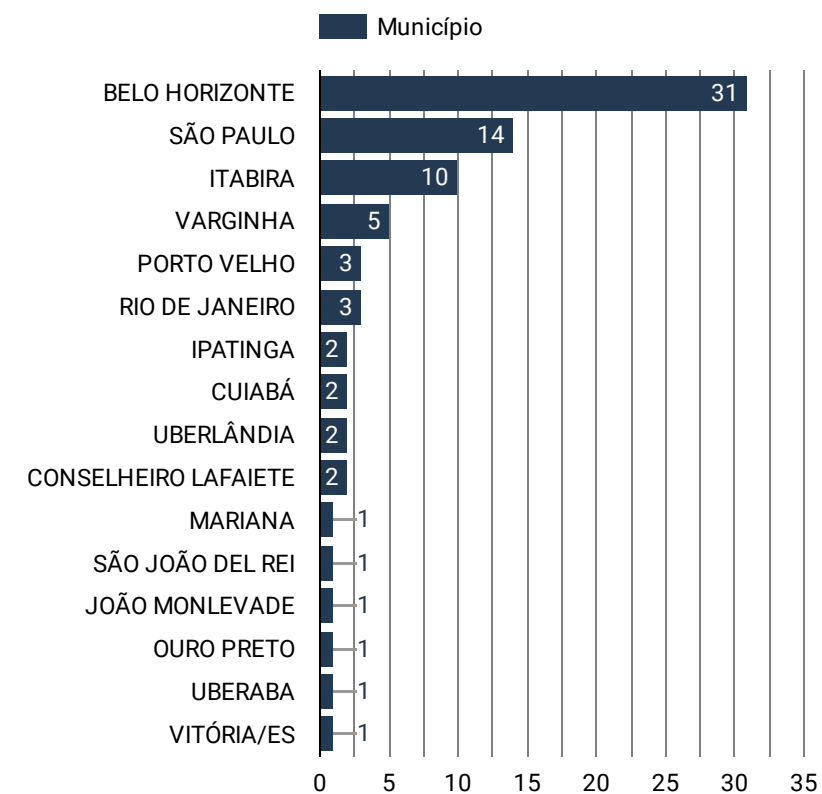
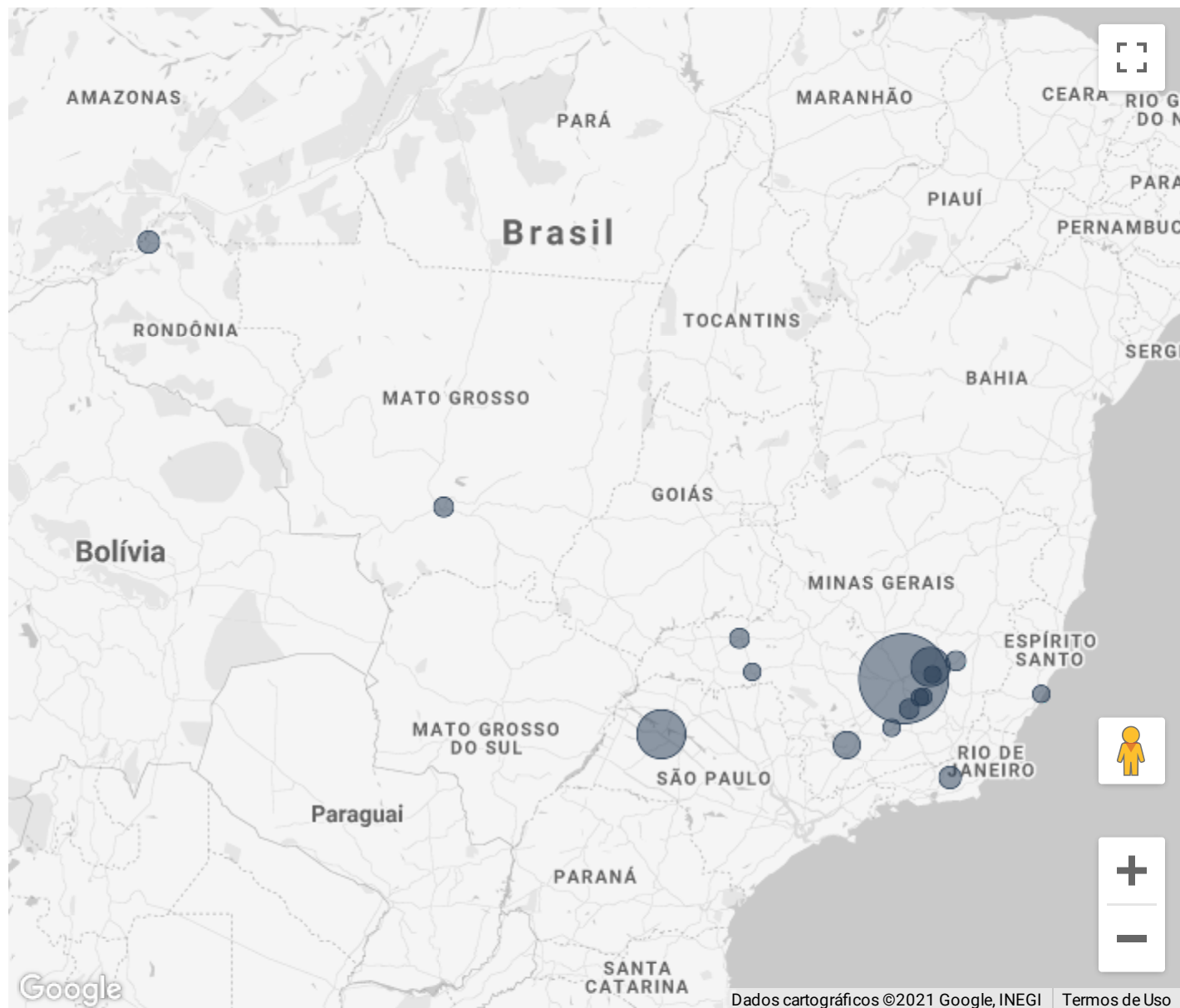


Análise qualitativa ...	Quantidade	Valor ▾	Público
NEUTRA	37	519.119,44	130.297.009
POSITIVA	39	153.144,75	17.501.247
NEGATIVA	4	127.733	93.429.300
<b>Total geral</b>	<b>80</b>	<b>799.997,19</b>	<b>241.227.556</b>



# Distribuição Geográfica

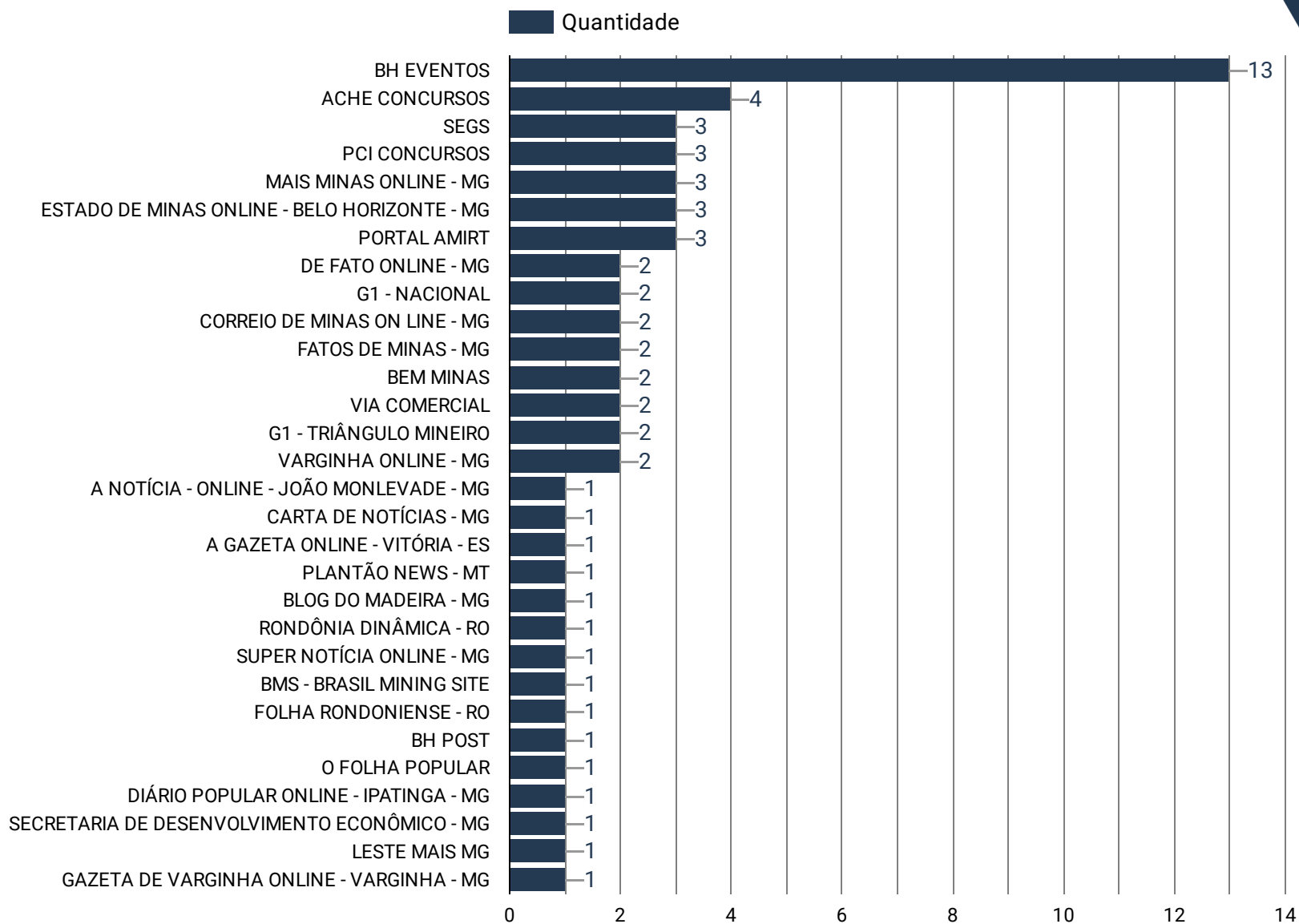
Os gráficos abaixo trazem a proporção do volume de matérias segundo a unidade federativa de origem do veículo.



Município 1 • ● 31

# Veículos

As tabelas a seguir trazem volume de matérias segundo os principais veículos que as publicaram.





Público

241.227.556

**241.227.556** pessoas foram potencialmente alcançadas pelas publicações nos veículos de comunicação ao longo do mês. É importante ressaltar que uma mesma pessoa pode ter sido exposta a mais de uma matéria analisada. Esse número é o resultado da soma da tiragem dos veículos impressos com os dados de audiência dos portais e emissoras de rádio e televisão que publicaram matérias ao longo do período analisado.