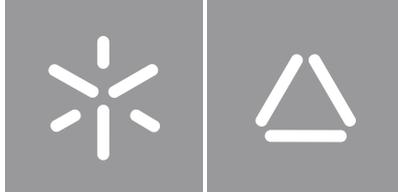




Universidade do Minho
Instituto de Ciências Sociais

Rui José Malaia Guedes

**As redes sociais nas organizações
desportivas: análise da presença da FADU
Portugal nas redes sociais**



Universidade do Minho
Instituto de Ciências Sociais

Rui José Malaia Guedes

**As redes sociais nas organizações
desportivas: análise da presença da FADU
Portugal nas redes sociais**

Relatório de Estágio
Mestrado em Ciências da Comunicação
Área de especialização em Publicidade e Relações Públicas

Trabalho efetuado sob a orientação do
Professor Doutor José Gabriel Andrade

DIREITOS DE AUTOR E CONDIÇÕES DE UTILIZAÇÃO DO TRABALHO POR TERCEIROS

Este é um trabalho académico que pode ser utilizado por terceiros desde que respeitadas as regras e boas práticas internacionalmente aceites, no que concerne aos direitos de autor e direitos conexos.

Assim, o presente trabalho pode ser utilizado nos termos previstos na licença abaixo indicada.

Caso o utilizador necessite de permissão para poder fazer um uso do trabalho em condições não previstas no licenciamento indicado, deverá contactar o autor, através do RepositóriUM da Universidade do Minho.

Licença concedida aos utilizadores deste trabalho



**Atribuição
CC BY**

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Agradecimentos

O agradecimento é a memória do coração.

Quero, assim, agradecer a todas as pessoas que contribuíram para a conclusão desta etapa marcante. Nem sempre foi fácil, mas com a ajuda e apoio de algumas pessoas, ultrapassei alguns problemas e obstáculos.

A toda a minha família, com destaque para os meus pais e irmão, que foram o meu suporte e estiveram ao meu lado nos momentos mais complicados. A família Malaia é especial e única, com particularidades de outro mundo. A todas as tias/tios, primas/primos, “anexos” e Mavilde, agradeço os conselhos e os ensinamentos ao longo da vida. A nossa dimensão transborda do coração.

À minha Joana, por acreditar em mim e ajudar a ser melhor todos os dias. Obrigado pela motivação e por estares sempre do meu lado, em todas as decisões. Não conseguiria imaginar o que seria sem os teus conselhos e sem o teu apoio nas fases menos boas. Agradeço também à sua família por toda a ajuda a todos os níveis.

A todos os meus amigos, por todos os momentos vividos. Sempre que precisei, vocês estiveram presentes. Obrigado por todos os abraços, pela força e pelas loucuras. Sei que tenho os melhores comigo.

À FADU Portugal, em especial, à minha orientadora de estágio, Leticia Neto, e presidente, André Reis. Obrigado pela forma como me acolheram e incluíram nessa “casa”. Agradeço a experiência de estágio, o carinho e os ensinamentos. Dedico também uma palavra particular para o Freire, Cédric, Loureiro, Tomaz, Ricardo, Neves, Marco e Manuel, que sempre me ajudaram nas mais diversas funções no estágio.

Ao Professor José Gabriel Andrade, pela atenção e pela partilha de todo o conhecimento. Agradeço o tempo que dispensou para o Relatório de Estágio e a disponibilidade em todos os momentos.

Com uma dedicatória especial para a minha avó Malaia

DECLARAÇÃO DE INTEGRIDADE

Declaro ter atuado com integridade na elaboração do presente trabalho académico e confirmo que não recorri à prática de plágio nem a qualquer forma de utilização indevida ou falsificação de informações ou resultados em nenhuma das etapas conducente à sua elaboração.

Mais declaro que conheço e que respeitei o Código de Conduta Ética da Universidade do Minho.

Resumo

Atualmente, o digital assume um papel preponderante na atividade das organizações desportivas e da sociedade em geral. Neste sentido, as redes sociais são as principais ferramentas de comunicação entre os clubes/federações e os seus públicos, onde cada organização procura disseminar todo o tipo de informações, criar conteúdos e alcançar cada vez mais interações e visibilidade. As redes sociais têm assumido uma maior importância do que outros meios de comunicação e continuam a aumentar os utilizadores de dia para dia. A emergência destas plataformas sociais alterou o panorama da comunicação desportiva nas organizações. Assim, refletiu-se sobre esta mesma temática, bem como acerca da importância e as boas práticas das redes sociais nas organizações desportivas.

Este relatório, realizado no âmbito do mestrado em Ciências da Comunicação - Publicidade e Relações Públicas - da Universidade do Minho, tem como principal objetivo analisar e avaliar a presença online, mais concretamente, o Facebook e o Instagram da FADU Portugal, organização onde realizei o estágio curricular durante seis meses. Desta forma, comparativamente com a EUSA, FISU e CBDU, três organizações conceituadas no contexto do desporto universitário, estudaram-se todas as publicações efetuadas entre o dia 2 de novembro de 2021 e 1 de fevereiro de 2022, tendo em conta o número de seguidores, gostos, comentários e partilhas. Além disso, equiparam-se as publicações em destaque nas respetivas organizações e calculou-se a média mensal de gostos e de publicações, de maneira a possuir uma visão mais detalhada das redes sociais.

O presente estudo assenta no paradigma positivista e apresenta também resultados obtidos através da revisão de literatura, onde se adotou uma metodologia mista (qualitativa e quantitativa). Em suma, o trabalho é um contributo relevante para o estudo das redes sociais nas organizações. Daí considerar que a produção de relatórios detalhados com análises regulares dos resultados das publicações efetuadas e o *debriefing* são fundamentais para as redes sociais, com o intuito de identificar as falhas e encontrar soluções.

Palavras-chave: Comunicação Desportiva, Redes Sociais, Organizações Desportivas, Desporto Universitário

Abstract

Nowadays, the digital assumes a preponderant role in sports organizations' activities and in society in general. Thus, social medium are the principal communication tools between entities and their audiences, in which every organization seeks to disseminate every type of information, create content and reach more and more interactions and visibility. Social media has been assuming a bigger importance than other media and continue to increase their users from day to day.

This report, carried out within the scope of the Master's Degree in Communication Sciences – Advertising and Public Relations – at the University of Minho, has as main goal to analyse and evaluate the online presence, specifically Facebook and Instagram, of FADU Portugal, organization at which I was an intern for six months. In this way, comparatively with EUSA, FISU and CBDU, all the publications made between November 2nd of 2021 and February 1st of 2022 were studied, taking into account the number of followers, likes, comments and shares. Furthermore, the highlighted publications in the respective organizations were matched and the monthly average of likes and publications was calculated, in order to have a more detailed view of the social networks.

The present study is based on the positivist paradigm and also shows the results obtained through a literature review, where a mixed methodology (qualitative and quantitative) was adopted. In sum, this work is a relevant contribution to the study of social media in organizations, pointing out the importance of the production of detailed reports with regular analysis of the results of publications made and debriefing after the implementation of a communication strategy, in order to identify gaps and find new solutions.

Keywords: Sports Communication, Social Media, Sports Organizations, University Sport

Índice Geral

Agradecimentos	ii
Resumo	iv
Abstract	v
1. Introdução.....	1
2. Experiência de Estágio Curricular.....	3
2.1 A Instituição de Acolhimento	3
2.1.1 Missão, Visão e Valores.....	4
2.2 A experiência de estágio.....	5
2.2.1 Casa do Estudante-Atleta	7
2.2.2 Plataformas de Comunicação Interna	8
2.2.3 Base de contactos	9
2.2.4 Museu do Desporto Universitário.....	9
2.2.5 Redes Sociais	10
2.2.6 Notícias e Reportagens	12
2.2.7 Eventos e Cerimónias protocolares.....	13
2.3 Reflexão sobre a experiência de estágio.....	14
3. Enquadramento Teórico	16
3.1 O papel da comunicação desportiva nas organizações	16
3.2 A importância das redes sociais nas organizações desportivas	19
3.3 As boas práticas das redes sociais	23
4. A FADU Portugal nas redes sociais	29
4.1 Metodologia	29
4.2 Análise e discussão de resultados	34

5. Considerações finais	51
Referências	53
Anexos	53
Anexo 1 – Asana (Plataforma de Comunicação Interna)	61
Anexo 2 – Implementação do Kahoot “Descobre a mentira”	61
Anexo 3 – Apresentação de ideias para o Museu do Desporto Universitário	62
Anexo 4 – Catalogação dos Materiais para o Museu do Desporto Universitário	64
Anexo 5 – Apresentação para melhorar a estratégia de comunicação da FADU Portugal.....	65
Anexo 6 – Reels para o Instagram “Recap 2021”	66
Anexo 7 - Cronologia interativa do FISU Championship Cross Country	66
Anexo 8 – Juxtapose da pista para o FISU Championship Cross Country	66
Anexo 9 – Reportagem sobre a Taça UA	67
Anexo 10 – Exemplo de copy realizado para o FISU Championship Cross Country.....	72
Anexo 11 – Exemplo de colocação dos banners, bandeiras e medalhas no evento.....	73
Anexo 12 – Folha a preencher nas cerimónias de entrega de prémios.....	74
Anexo 13 – Análise ao Instagram da FADU Portugal, EUSA, FISU e CBDU.....	75
Anexo 14 – Análise ao Facebook da FADU Portugal, EUSA, FISU e CBDU	102
Anexo 15 – Análise Geral (Seguidores/Gostos, Publicações, Comentários e Partilhas)	136
Anexo 16 – Média Mensal de Gostos e de Publicações no Instagram	137
Anexo 17 – Média Mensal de Gostos e de Publicações no Facebook	139

Índice de Figuras

Figura 1 - Metodologia aplicada ao estudo.....	31
Figura 2 - Gráfico relativo ao n.º de seguidores/gostos no Facebook e Instagram das quatro organizações desportivas.....	34
Figura 3 - Gráfico relativo ao n.º total de publicações no Facebook e Instagram nas quatro páginas.....	35
Figura 4 - Gráfico relativo à média mensal de publicações no Facebook.....	36
Figura 5 - Gráfico relativo à média mensal de publicações no Instagram.....	37
Figura 6 - Gráfico relativo ao número total de comentários no Facebook e Instagram.....	38
Figura 7 - Gráfico relativo ao número de comentários em destaque no Facebook e Instagram..	39
Figura 8 - Gráfico relativo a número total de partilhas no Facebook.....	40
Figura 9 - Gráfico relativo ao número de partilhas em destaque no Facebook.....	40
Figura 10 - Gráfico relativo ao número total de gostos no Facebook e Instagram.....	41
Figura 11 - Gráfico relativo ao número de gostos em destaque no Instagram e Facebook.....	42
Figura 12 - Gráfico relativo à média mensal de gostos no Facebook.....	44
Figura 13 - Gráfico relativo à média mensal de gostos no Instagram.....	44
Figura 14 - Gráfico relativo à percentagem do formato das publicações no Facebook da FADU Portugal.....	45
Figura 15 - Gráfico relativo à percentagem do formato das publicações no Instagram da FADU Portugal.....	46
Figura 16 - Gráfico relativo à percentagem do formato das publicações no Instagram e Facebook da EUSA.....	47
Figura 17 - Gráfico relativo à percentagem do formato das publicações no Instagram da FISU .	48
Figura 18 - Gráfico relativo à percentagem do formato das publicações no Facebook da FISU ..	48
Figura 19 - Gráfico relativo à percentagem do formato das publicações no Instagram da CBDU	49
Figura 20 - Gráfico relativo à percentagem do formato das publicações no Facebook da CBDU	49

Lista de Abreviaturas, Siglas e Acrónimos

AAC – Associação Académica de Coimbra

AAL – Associação Académica de Lisboa

AAUA – Associação Académica da Universidade dos Açores

AAUAlg – Associação Académica da Universidade do Algarve

AAUAv – Associação Académica da Universidade de Aveiro

AAUBI – Associação Académica da Universidade da Beira Interior

AAUE – Associação Académica da Universidade de Évora

AAUMinho – Associação Académica da Universidade do Minho

AAUTAD – Associação Académica da Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro

CBDU – Confederação Brasileira do Desporto Universitário

CNCS – Centro Nacional de Cibersegurança

CNU's – Campeonato Nacionais Universitários

EUSA – Associação Europeia do Desporto Universitário

FADU Portugal – Federação Académica do Desporto Universitário

FAP – Federação Académica do Porto

FISU – Federação Internacional do Desporto Universitário

IPDJ – Instituto Português do Desporto e Juventude

JUB's – Jogos Universitários Brasileiros

1. Introdução

Hoje, as redes sociais são uma ferramenta fundamental em qualquer organização e contribuem para uma comunicação mais próxima junto dos vários públicos. As organizações desportivas não ficaram de fora neste novo fenómeno da internet e aproveitaram o digital para promover, alargar e criar os próprios canais de comunicação. Muitos autores referem-se às redes sociais como um mundo inacabado. Todos os dias, surgem atualizações nas mais diversas redes sociais, com o objetivo de melhorar a interação dos utilizadores e disponibilizar novas ações para ambas as partes.

O tema ligado às redes sociais deve-se não só à minha experiência de estágio na Federação Académica do Desporto Universitário (FADU Portugal), como também ao meu interesse particular em trabalhar e estudar estas plataformas. No último ano do Mestrado, decidi realizar o estágio curricular numa organização desportiva, de maneira a ganhar alguma experiência profissional na área em que pretendo trabalhar no futuro. A atividade comunicacional da FADU Portugal centra-se, sobretudo, nas redes sociais e no website, despertando um interesse específico devido à atenção e ao detalhe que dão à forma como comunicam com os seus públicos.

Ao longo de seis meses de estágio curricular nesta organização, tive a oportunidade de desempenhar diferentes funções no âmbito da comunicação organizacional e interna, do apoio ao projeto de criação do Museu do Desporto Universitário, ao nível das redes sociais, dos eventos e das cerimónias protocolares, bem como da produção de notícias e reportagens. Desta forma, esta experiência despoletou o meu interesse para a análise dos conteúdos nas diferentes redes sociais, especialmente, sobre os dados estatísticos associados às publicações.

Este relatório pretende avaliar a presença online da FADU Portugal nas redes sociais (Facebook e Instagram), tendo em conta o número total de publicações, gostos, comentários e partilhas, bem como as publicações em destaque entre o dia 2 de novembro de 2021 e o dia 2 de fevereiro de 2022. De modo a possuir algum termo de comparação com outras organizações desportivas, observou-se os mesmos elementos nas redes sociais da Associação Europeia do Desporto Universitário (EUSA), da Federação Internacional do Desporto Universitário (FISU) e da Confederação Brasileira do Desporto Universitário (CBDU). Com esta análise individualizada e comparativa, tenciona-se ter uma visão mais alargada e quantitativa acerca da estratégia de comunicação adotada pelas quatro páginas, avaliando o que têm em comum e a eficiência dos resultados. O trabalho conta com reflexões sobre algumas questões, como o papel da

comunicação desportiva nas organizações, a importância das redes sociais nas organizações desportivas e as boas práticas destas plataformas digitais. As questões foram desenvolvidas e esclarecidas através de uma conjugação entre a experiência de estágio, a revisão da literatura e análise do relatório.

Com base na experiência de estágio e no interesse pessoal em torno das redes sociais, juntei o útil ao agradável, isto é, a comunicação ao desporto, e desenvolvi o tema “As redes sociais nas organizações desportivas: análise da presença online da FADU Portugal”. Neste sentido, formulei a seguinte questão de partida, que irá guiar o Relatório de Estágio: “Em que medida é que as redes sociais podem contribuir para uma maior interação com as organizações desportivas?”.

2. Experiência de Estágio Curricular

2.1 A Instituição de Acolhimento

A FADU Portugal foi fundada a 2 de março de 1990. É uma federação desportiva que foca o desporto como uma ferramenta essencial na formação e educação dos diversos estudantes. Esta é uma associação de direito privado sem fins lucrativos e nasceu de um movimento estudantil de várias academias do País, entre elas, a Associação Académica de Coimbra (AAC), a Associação Académica de Lisboa (AAL), a Associação Académica da Universidade dos Açores (AAUA), a Associação Académica da Universidade da Beira Interior (AAUBI), a Associação Académica da Universidade do Minho (AAUMinho), a Associação Académica da Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro (AAUTAD), a Associação Académica da Universidade do Algarve (AAUAlg), a Associação Académica da Universidade de Aveiro (AAUAv), a Associação Académica da Universidade de Évora (AAUE) e a Federação Académica do Porto (FAP). As academias fundadoras continuam a desenvolver um papel importante na promoção do desporto universitário no ensino superior, participando ativamente nas Assembleias Gerais.

Dotada com o estatuto de Utilidade Pública Desportiva desde 1995 e de Utilidade Pública desde 2013, a FADU Portugal tem crescido ao longo do tempo, quer em termos de atividades/competições organizadas, quer em termos de participantes. Hoje, é considerada uma das maiores federações desportivas em Portugal e possui mais de 8000 praticantes filiados, divididos por cerca de 50 modalidades coletivas e individuais, o que envolve mais de 100 clubes e 500 equipas. Anualmente, organiza cerca de 80 Campeonatos Nacionais Universitários (CNU's), competição que define os vencedores da modalidade, e 50 provas regionais (competição de apuramento para os CNU's), atribuindo 307 títulos nacionais universitários. A organização da Gala do Desporto Universitário tem como objetivo homenagear os campeões do ano, através da distinção do melhor atleta (masculino e feminino), da melhor equipa, do melhor treinador, do prémio prestígio e do prémio da ética no desporto universitário. O evento conta com 12 edições. No entanto, não se realiza desde 2019 devido à situação pandémica.

Em 1991, realizaram-se as primeiras eleições para a FADU Portugal, presidida por Paulo Colaço, depois dos trabalhos da Comissão Instaladora entre 1990 e 1991. Cada eleição elege os Órgãos Sociais por dois anos, conforme os estatutos. Apesar das eleições de 1991, a FADU Portugal foi apenas incluída como membro da FISU em 1993, participando ainda na Universiade de Buffalo, nos Estados Unidos da América. Oito anos depois, fez parte da lista de fundadores da

EUSA. Desde 1996, por intermédio desta federação, Portugal tem sido o palco de grandes eventos internacionais, onde é reconhecida a capacidade e a qualidade organizativa das diversas instituições de Ensino Superior do País. Nas últimas duas décadas, organizaram-se 14 Campeonatos Mundiais Universitários, 18 Campeonatos Europeus Universitários, os Jogos Europeus Universitários de 2018, o FISU Fórum 2004, o EUSA Simpósio 2005, a Assembleia Geral da EUSA em 2013, bem como a Conferência e Gala da EUSA em 2013, 2017 e 2019. Depois de sediada na Rua Pinheiro Chagas (perto do Saldanha), em Lisboa, a FADU Portugal mudou a sede para as instalações do Estádio Universitário de Lisboa, na Avenida Professor Egas Moniz. Recentemente, abriu um novo escritório no centro do país, em Aveiro, na Avenida Santa Joana. As instalações foram cedidas pela Universidade de Aveiro, sendo o centro operacional da maioria dos colaboradores.

Ao longo da sua existência, a FADU Portugal tem procurado conquistar credibilidade a nível nacional e internacional. A participação como membro associado no Comité Olímpico de Portugal, na Confederação de Desporto de Portugal, no Comité Paralímpico de Portugal, no Conselho Nacional da Juventude e nas instituições internacionais, nomeadamente, na EUSA e na FISU reforçam essa mesma credibilidade, contributo e apoio nas decisões de outras organizações desportivas. Atualmente, é uma das federações mais ativas a nível internacional e foi distinguida com o prémio de federação mais ativa da Europa, atribuído pela EUSA, em 2013, 2014, 2015, 2017 e 2018.

2.1.1 Missão, Visão e Valores

De acordo com os Estatutos e Regulamentos, a FADU Portugal pauta a sua atividade em cinco eixos fundamentais: formar, desenvolver, promover, organizar e representar. Desta forma, esta federação tem como principais objetivos: representar o mundo do desporto universitário português a nível nacional e internacional; organizar, desenvolver e incentivar a prática desportiva nas instituições de Ensino Superior, gerindo as Seleções Nacionais no âmbito universitário; impulsionar a organização de competições desportivas internacionais em Portugal; fomentar a formação de agentes e estimular os valores sociais e educativos do desporto universitário e, por último, promover a melhoria constante dos serviços prestados por toda a organização.

Como uma federação desportiva reconhecida internacionalmente, tem como missão organizar o desporto universitário ao nível desportivo, educativo e social, reforçando a importância das carreiras duais, o que implica a conciliação da vida académica com a prática desportiva.

Através da realização de várias atividades, como é o caso dos CNU's, a FADU Portugal pretende também fomentar a competição, o convívio e o intercâmbio de estudantes das várias instituições de Ensino Superior, dentro e fora de Portugal. Para além disso, procura incentivar o espírito competitivo, de equipa e fair play, introduzindo hábitos de vida saudáveis em toda a comunidade académica. Com 32 anos de muita história, esta organização tem percorrido um caminho de sucesso, tendo em conta os objetivos organizacionais.

Quanto à visão, a FADU Portugal deseja continuar a ser uma organização de referência no contexto do desporto universitário em Portugal e no resto do Mundo. Neste sentido, a federação tem procurado suscitar o interesse pela prática do desporto universitário junto das diversas academias do País, promovendo o debate e a discussão de ideias que contribuam para o crescimento e melhoria. Ainda assim, a FADU Portugal pretende ainda captar o interesse do público em geral, alargando as suas fronteiras para todas as pessoas apaixonadas por desporto.

No que diz respeito aos valores da organização, a FADU Portugal rege-se pela excelência, rigor e eficiência em todas as suas atividades. Assim, esta organização trabalha todos os dias para valorizar e dignificar o desporto de todos os estudantes, bem como o apoio de todos os parceiros institucionais, como os Jogos Santa Casa, o Instituto Português do Desporto e Juventude (IPDJ), o Ministério da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior, a Direção Geral do Ensino Superior, no que toca à realização dos objetivos das políticas desportivas, educativa e social.

A FADU Portugal ambiciona continuar a crescer e tem em vista o alargamento da sua oferta, através da promoção de novos projetos e da organização de atividades no domínio do desporto recreativo e informal. A criação da Academia FADU e o projeto do Museu do Desporto Universitário é um bom exemplo do crescimento contínuo da organização, que pretende continuar a promover e a glorificar o desporto universitário em Portugal.

2.2 A experiência de estágio

Desde a minha experiência enquanto colaborador e dirigente da AAUMinho que tive um contacto muito próximo com a FADU Portugal, quer pelo cargo que desempenhava, quer pelo gosto e interesse no desporto, em particular, no desporto universitário. O estágio iniciou no dia 2 de novembro de 2021 e terminou a 31 de abril de 2022. Foram seis meses em que tive a oportunidade de dar os primeiros passos no mundo da comunicação desportiva, onde errei, cresci, aprendi junto das melhores pessoas e profissionais. No final do primeiro ano do Mestrado, fui

desafiado a escolher uma organização para cumprir o estágio curricular. Apesar da excelente relação com os colaboradores e dirigentes, não tinha ponderado realizar o estágio na FADU Portugal, visto que o meu objetivo seria estagiar num Departamento/Gabinete de Comunicação de um clube/sociedade desportiva, cargo que gostaria de desempenhar no futuro. Ainda assim, o Presidente da FADU Portugal, André Reis, e a responsável pelo Gabinete de Comunicação e Imagem, Leticia Neto, convidaram-me a estagiar na organização, através de um convite irrecusável pelas condições oferecidas: alojamento e subsídio de alimentação. Decidi aceitar, não só pelas condições, mas também por toda a confiança que depositaram em mim. Embarquei, então, num novo desafio, onde saí da minha zona de conforto, uma vez que mudei de cidade (de Braga para Aveiro) e comecei a fazer o que mais gosto: comunicar no desporto.

Todos os colaboradores procuraram facilitar a minha adaptação na FADU Portugal. As primeiras semanas foram desafiantes, não só para mim, como para toda a estrutura, visto que a organização estava em processo de mudança para o novo escritório de Aveiro. Mesmo com diversas tarefas, a Leticia Neto, minha orientadora de estágio na organização, apresentou-me os cantos à casa e deu-me a conhecer o funcionamento e as responsabilidades de estagiar na FADU Portugal, bem como as tarefas iniciais. Rapidamente, fui adicionado ao *Microsoft* Teams e ao WhatsApp, plataformas de comunicação interna da organização, e foi também criado um endereço eletrónico para desempenhar as minhas funções. O horário de trabalho estabelecido foi de segunda a sexta-feira, das 9h00 às 18h00, com uma hora de almoço entre as 13h00 e as 14h00, trabalhando 40 horas semanais, como qualquer colaborador.

Ainda que o meu maior interesse seja a gestão de redes sociais e que o estágio se centrasse maioritariamente na área de Relações Públicas e Publicidade, área de especialização do Mestrado, fui informado que uma das primeiras tarefas seria em prol do recente projeto de criação do Museu do Desporto Universitário, envolvendo um lado cultural e histórico. Contudo, devido à experiência acumulada e à área de especialização da Licenciatura (Jornalismo e Informação), comecei gradualmente por prestar mais apoio em outras tarefas. Mesmo que já possuísse alguma experiência voluntária devido às funções desempenhadas na AAUMinho, entrei na FADU Portugal com alguma curiosidade de como seriam o mundo profissional e com vontade de desenvolver as minhas *soft skills*. Tive uma ótima experiência na organização e penso que contribui para o crescimento da FADU Portugal, assim como a FADU Portugal contribuiu para o meu crescimento pessoal e profissional.

2.2.1 Casa do Estudante-Atleta

No âmbito da Casa do Estudante-Atleta, contribuí no processo de mudança para o escritório de Aveiro em diferentes níveis. Quando iniciei o estágio, o escritório ainda se encontrava com algum material antigo, utilizado anteriormente pela Universidade de Aveiro. Neste sentido, juntamente com a minha orientadora de estágio, Letícia Neto, e com o Presidente da FADU Portugal, André Reis, elaborou-se uma planificação e organização do edifício, tendo em conta a planta. Assim, definiu-se os locais onde ficaria cada pessoa. O piso 0 foi escolhido para a criação do Museu do Desporto Universitário e para a sala de formação, visto que possuía um espaço inutilizável, contribuindo para a evolução da Academia FADU, projeto de formação de treinadores, dirigentes, estudantes-atletas e outros agentes interessados em ações de formação na área desportiva. No piso 1, estaria a parte operacional e os mais diversos colaboradores, contando com o escritório do Presidente, a sala da Direção, a sala do Secretário-Geral e da pessoa relativa à área financeira, a sala do Departamento Desportivo Nacional, Desporto Internacional e Desporto Informal, a sala do Gabinete de Comunicação e Imagem e uma sala de Reuniões. Além disso, o piso 1 contava também com uma cozinha, uma sala de arrumos e de uma sala vazia, associada ao projeto de desenvolvimento dos eSports no contexto universitário.

Desta forma, após a divisão das salas por departamentos, procedeu-se à avaliação do material existente no edifício, isto é, o material em bom estado que se podia aproveitar, e também à encomenda do novo material, analisando diferentes orçamentos. Assim, tendo em conta uma modernização do escritório, definiram-se algumas necessidades fulcrais para o desempenho das funções dos colaboradores, tais como, cadeiras e mesas de escritório, monitores, Internet de rápido acesso, televisões, entre outros objetos. Contudo, o material escolhido tinha de seguir um certo padrão, de forma a ficar uniforme com a sede da FADU Portugal, em Lisboa. Esta oportunidade de dar o meu contributo na área organizacional permitiu-me ampliar o meu olhar comunicativo, de modo que os colaboradores da organização se sentissem em “casa” no escritório de Aveiro. O conforto, o sentimento de pertença à organização, um escritório bem composto, com todos os elementos decorativos e comunicacionais são aspetos importantes e que têm impacto na motivação e no trabalho realizado pelos colaboradores de uma organização. Sem muita experiência nesta vertente mais logística, a minha opinião era sempre tida em conta por todos, que me ajudaram a perceber o que seria melhor para a FADU Portugal.

2.2.2 Plataformas de Comunicação Interna

Quando comecei o estágio na FADU Portugal, foi criado um endereço eletrónico no Outlook para desempenhar as minhas funções e fui adicionado aos diversos grupos de WhatsApp e à plataforma Microsoft Teams. Reparei que o e-mail era plataforma mais utilizada entre os colaboradores. Havia vários grupos de WhatsApp: um com toda a Direção e colaboradores, um para a área dos eventos, onde estava o Gabinete de Comunicação e Imagem e o vice-presidente afeto à área comunicativa e outro grupo apenas com os elementos do Gabinete de Comunicação e Imagem, onde estava eu, a Leticia Neto e o Tomaz Barizon, responsável pela Imagem (design, fotografia e vídeo) da FADU Portugal. Após a partilha de ideias entre os vários elementos do Gabinete, apercebi-me que podia exercer um papel relevante quanto à comunicação interna da FADU Portugal.

Inicialmente, criei conta e elaborei um Monday, uma plataforma de organização de trabalho utilizada em diversas organizações, que facilitaria a divisão de tarefas e a partilha de materiais, tais como documentos, imagens ou vídeos. Essa plataforma foi apenas implementada entre os membros do Gabinete de Comunicação e Imagem e foi bem recebida pela Leticia e pelo Tomaz, visto que já tinham definido esse mesmo objetivo. Contudo, após uma análise em termos financeiros – o Monday era uma plataforma paga, sendo apenas o primeiro mês gratuito – mudou-se para o Asana (Anexo 1), plataforma com os mesmos fins que o Monday.

No campo da comunicação interna, a FADU Portugal realizou também um retiro, com o intuito de reunir as sugestões de todos os colaboradores, tendo em conta algumas ideias para a criação do Museu do Desporto Universitário. Como estagiário, fui convidado a marcar presença nessa mesma atividade, onde desenvolvi um jogo mais didático e descontraído, visto que o retiro envolveu outras atividades do que apenas o debate de ideias, como uma pequena competição de cozinha entre os grupos de trabalho criados, PaintBall, entre outros. De forma a aproximar os funcionários da FADU Portugal, desenvolvi, por iniciativa própria, um jogo no Kahoot (Anexo 2). Todos os colaboradores da FADU Portugal, bem como os membros da Direção presentes, tinham de enviar uma fotografia que achassem engraçada e quatro frases relacionadas com a pessoa, sendo que teriam de enviar três mentiras e uma verdade. O objetivo do jogo foi gerar um clima “familiar” em frente à televisão, com um jogo saudável entre todos, proporcionado um clima mais informal durante cerca de 30 minutos. A iniciativa foi bem recebida por todos, uma vez que juntou funcionários de idades completamente diferentes num ambiente recreativo e de lazer. Presto bastante atenção à comunicação interna de uma organização, sendo um dos primeiros aspetos

que reparei quando cheguei à FADU Portugal. Mesmo com algumas restrições, consegui que a organização percebesse a importância da comunicação interna, dando exemplos próximos de casos de sucesso, como a utilização da plataforma Slack pela AAUMinho.

2.2.3 Base de contactos

Uma das primeiras tarefas quando cheguei à FADU Portugal foi atualizar a base de contactos dos clubes, isto é, das academias participantes nas competições universitárias. A Leticia Neto forneceu-me a lista que a organização costumava utilizar para contactar com os clubes via e-mail. Mediante as informações disponibilizadas nos websites e nas redes sociais, modernizei a folha no Microsoft Excel, adicionei os clubes em falta e atualizei os contactos, com o objetivo de organizar melhor a informação. Para além disso, fui desafiado a analisar e a recolher novas informações dos clubes relativamente à organização de competições internas. Assim, utilizei e pesquisei grande parte dos clubes nas redes sociais e no website, de maneira a perceber se o respetivo clube estaria a preparar uma competição universitária desportiva com os seus estudantes. Apesar de já possuir alguns conhecimentos quanto ao trabalho com o Microsoft Excel, esta tarefa permitiu-me desenvolver ainda mais esta capacidade, que contribuirá para diversas ocasiões no futuro.

2.2.4 Museu do Desporto Universitário

Ainda antes de começar o estágio curricular na FADU Portugal, a minha orientadora na organização, Leticia Neto, atribuiu-me a tarefa de dar seguimento ao projeto de criação do Museu do Desporto Universitário. Após a apresentação do espaço destinado ao museu e às alterações pretendidas no local, elaborei um documento com as minhas ideias (Anexo 3). Nessa mesma apresentação, abordei as três principais inspirações para a realização de um museu desportivo interativo, moderno e dinâmico: Museu Cosme Damião (SL Benfica), Museu FC Porto (FC Porto) e Museu Sporting (Sporting CP). Além das inspirações, analisei alguns elementos que a FADU Portugal possuía e que podiam ser relevantes na construção de peças para o museu. A evolução dos troféus e da imagem da organização, o medalheiro nacional e internacional, o historial de presidentes, as várias camisolas utilizadas pelas Seleções Nacionais Universitárias e as ofertas de organizações e atletas foram alguns aspetos abordados, que considerei importante ter em conta no projeto.

Na apresentação, demonstrei vários exemplos visuais de como se podia fazer uma cronologia relativa à história da FADU Portugal e da disposição das vitrines no museu, realçando a colocação de dispositivos eletrónicos interativos. Outras ideias para o Museu do Desporto Universitário centraram-se essencialmente na vertente digital, com a sugestão de uma visita virtual disponibilizada no website da organização e de um aparelho de realidade virtual, tendo em conta a criação de um espaço tecnológico e cultural. Depois de apresentar as minhas ideias, assumi também a função de fazer o inventário dos materiais (Anexo 4) que a FADU Portugal tinha guardado. Neste sentido, elaborei uma folha no Microsoft Excel, onde avaliava algumas informações essenciais, como o tipo de material, o estado (bom ou não), algumas observações e o local onde se encontrava o material (Aveiro ou Lisboa).

Esta foi uma experiência inesperada, visto que nunca pensei em trabalhar a área cultural. Contudo, aceitei o desafio e tentei dar o meu melhor, dentro dos conhecimentos que tenho, saí da minha zona de conforto e aprendi novas matérias para ajudar a organização neste projeto do Museu do Desporto Universitário.

2.2.5 Redes Sociais

Trabalhar nas redes sociais era a função que mais me entusiasmava ao longo do estágio na FADU Portugal. Apesar de ter um interesse particular nesta área, não tive a oportunidade de dar o meu contributo como pretendia, visto que não tive acesso às redes sociais da FADU Portugal e às plataformas internas de gestão de redes sociais, como o Meta Business Suite. Esta gestão ficava a cargo da minha orientadora, Leticia Neto. Inicialmente, apenas colaborava no trabalho de *Copywriting* para as respetivas publicações. Ainda assim, devido à impossibilidade do responsável de imagem, Tomaz Barison, estar presente em todas as competições da FADU Portugal, comecei a ir às provas para recolher conteúdo fotográfico para utilizar nas redes sociais, mais concretamente, para as publicações de Instagram e Facebook, bem como para o álbum. Ainda que não possuía muitas aptidões ao nível fotográfico, tentei desenvolver essa competência, visto que é uma área que sempre tive interesse em aprender. Já tinha trabalhado com máquinas fotográficas e também tirado algumas fotografias em eventos da FADU Portugal enquanto era dirigente da AAUMinho. Porém, esta não era a minha área de especialização, quer da Licenciatura, quer do Mestrado, acabando por ficar receoso acerca da qualidade do trabalho, mas o resultado foi geralmente positivo.

Ainda assim, tive a oportunidade de dar ideias para a criação de conteúdo nas redes sociais da FADU Portugal, realçando a utilização de uma funcionalidade recente: os *Reels*. Então, desenvolvi uma apresentação com várias ideias de conteúdos, argumentando e explicando todas as ideias, com destaque para a realização de uma Newsletter para enviar aos clubes, estudantes-atletas, dirigentes e treinadores, e o faduCast, um podcast em vídeo com estudantes-atletas, onde se realizariam diversos desafios (Anexo 5). Apesar das ideias não terem sido implementadas, o Gabinete de Comunicação e Imagem gostou dos meus contributos, tendo em conta a sugestão de conteúdos para as redes sociais, como é o caso do *Reels* partilhado no final do ano, que seguia uma certa música *trend* do Tik Tok, juntando os melhores momentos de 2021 (Anexo 6).

As redes sociais e o website do Campeonato Mundial Universitário de Corta-Mato 2022, evento que se realizou no mês de março, em Aveiro, foram uma possibilidade de demonstrar as minhas capacidades e conhecimentos. Desta forma, auxiliei na criação de conteúdos para o website, produzindo uma linha do tempo/cronologia (Anexo 7) da prova e uma imagem móvel que permitisse ver o antes e o depois da construção da pista (Anexo 8). Estes conteúdos foram criados na plataforma *knight lab*. Além disso, colaborei com diversas ideias, quer no âmbito de conteúdos a partilhar serem partilhados, quer na criação de textos, elaborando uma espécie de planeamento digital. Nestas redes sociais, tive liberdade para trabalhar as minhas ideias, que se reforçavam, especialmente, numa comunicação moderna, jovem e constante para com os atletas, dirigentes e agentes desportivos de todo o mundo. O resultado foi positivo, quer ao nível da interação por parte dos seguidores, quer ao nível da FADU Portugal, que me deu uma certa independência e autonomia na criação de conteúdos para o evento, apesar de não ter acesso à gestão das redes sociais em concreto.

A FADU Portugal dispõe também de uma aplicação, disponível no Google Play e na App Store. A aplicação é utilizada regularmente, na partilha de notícias que também estão disponíveis no website. Contudo, a utilização constante volta-se para as Fases Finais dos CNU's, uma vez que a aplicação é usada para a partilha de resultados em tempo real, o que permite que cada utilizador tenha acessos aos resultados. Desde a sua criação, a aplicação tem um espaço destinado a artigos de opinião destinados a diversas entidades das academias do País, que reparei não estar muito desenvolvido. Neste sentido, elaborei uma lista com várias sugestões de temas e autores para darem a opinião sobre assuntos ligados ao desporto universitário, de forma a dar continuidade ao objetivo do separador. Na realização da tarefa, tive o apoio do Presidente da FADU Portugal, André

Reis, que ajudou a perceber qual era o objetivo do artigo de opinião e a desenvolver essa vertente, um pouco esquecida pela organização.

2.2.6 Notícias e Reportagens

A produção de notícias e reportagens foi a principal tarefa do meu estágio na FADU Portugal. Devido à minha especialização em Jornalismo e Informação e ao facto de ter trabalho com a Letícia Neto nesta área, deram-me a liberdade necessária para realizar qualquer tipo de entrevista, notícia e reportagem relacionada com o desporto universitário. Os conteúdos produzidos foram partilhados nas redes sociais, que direcionavam para o website e para a aplicação. Na realização destas funções, tive sempre a ajuda e apoio da minha orientadora, que conta com várias experiências na área. A minha orientadora de estágio, Letícia Neto, ajudou-me a desenvolver e a pôr em prática a escrita criativa, dando feedback do que é que estava bem e do que podia melhorar. Durante o meu estágio, escrevi mais de 40 notícias/reportagens. Estas peças estavam relacionadas com o lançamento dos próximos eventos desportivos e também com o resumo final das competições. As reportagens centraram-se sobre diversos temas, destacando a reportagem sobre a Taça UA, competição universitária entre os vários cursos da Universidade de Aveiro (Anexo 9). Desfrutei da possibilidade de realizar entrevistas a vários estudantes-atletas com grande impacto no mundo do desporto universitário, o que conferiu uma grande experiência para entrevistar outros atletas num futuro profissional.

Apesar de ser a minha área, tive sempre algum nervosismo, visto que foi a minha primeira experiência profissional. Penso que melhorei a minha escrita e também o tempo de realização das peças. O mundo do desporto é muito rápido, isto é, as notícias devem estar prontas pouco tempo depois de acabar a competição. Normalmente, tinha dificuldade em ter os conteúdos preparados minutos depois da prova terminar, mas com a ajuda e conselhos da minha orientadora, fui capaz de quebrar essa barreira e consegui produzir conteúdos bons e rápidos, prontos a partilhar. Esse era um objetivo que queria atingir desde que estava na Licenciatura a colaborar com o jornal académico e com a AAUMinho, visto que acompanhava de perto alguns jornalistas desportivos e analisava o trabalho deles. A FADU Portugal teve um papel importante e ajudou-me a ultrapassar esse obstáculo. Atualmente, nas funções que desempenho no mundo profissional, estou habilitado a produzir conteúdo com qualidade num curto espaço de tempo, de forma a não perder valor-notícia. Os conteúdos foram produzidos para a FADU Portugal e para as páginas do Campeonato Mundial Universitário de Corta-Mato 2022, sendo que adquiri mais liberdade nos conteúdos

criados nas plataformas do Mundial, visto que aliei o texto a alguns elementos multimédia, como cronologia, mapas e fotografias móveis.

Além disso, ainda que não tivesse acesso às redes sociais (da FADU Portugal e do Campeonato Mundial Universitário de Corta-Mato 2022), contribui na produção de *copies*, isto é, na criação de *copywriting* quando a Leticia necessitava, o que desenvolveu não só a capacidade de escrever com criatividade, como também a escolha dos *emojis*, importantes em qualquer descrição (Anexo 10).

2.2.7 Eventos e Cerimónias protocolares

Cooperei também em vários eventos desportivos (regionais e nacionais) e cerimónias protocolares da FADU Portugal. As provas tinham de ter sempre elementos comunicativos, tais como *banners* e bandeiras, desempenhando um fim específico para os clubes participantes. As bandeiras ficavam sempre localizadas na entrada dos recintos desportivos, de forma a informar as equipas relativamente ao local onde seria a prova e a sua entrada (Anexo 11). Os *banners* eram posicionados ao longo dos recintos, geralmente nos cantos, orientados para o público, promovendo o logo da FADU Portugal e dos seus parceiros, como os Jogos Santa Casa e o IPDJ. Desta forma, prestava apoio na montagem e colocação destes materiais, onde analisava os melhores locais para a respetiva colocação, metendo-me na ótica do participante.

No caso das provas nacionais, isto é, dos eventos onde seriam entregues medalhas e troféus, tive a oportunidade de aprender sobre a realização de cerimónias protocolares. Quando chegava ao recinto desportivo, era o responsável por solicitar todas as necessidades e montar a mesa dos prémios, com todas as medalhas e troféus que seriam entregues. Desta forma, a mesa era composta por uma bandeira da FADU Portugal, que servia de pano da mesa, e por três tabuleiros para colocar as medalhas e troféus. Depois da mesa montada, juntamente com a Leticia Neto, experiente em cerimónias deste género, avaliava qual seria o melhor local para colocar o pódio e o *backdrop*. Ao longo do evento, era o responsável por preencher o documento referente às cerimónias protocolares, que servia de auxílio para o *speaker* na chamada e anúncio dos vencedores ao pódio (Anexo 12). Assim, preenchia a folha com todas as entidades presentes e disponíveis para entregar os prémios e com a ordem dos vencedores pela qual serão entregues as medalhas.

Para mim, as cerimónias protocolares foram o maior desafio quando estagiei na FADU Portugal. Sou uma pessoa que gosta de ter tudo organizado e que este tipo de cerimónias decorra

da melhor maneira possível, quer para as entidades, quer para os participantes. A Letícia Neto lançou o desafio de organizar uma cerimónia protocolar sem a sua ajuda. Ao início, estava um bocado ansioso, uma vez que se alguma coisa acontecesse de errado, eu seria o grande responsável pelo problema. Com todo o apoio que tive do Gabinete de Comunicação e Imagem e do Departamento Desportivo Nacional, as cerimónias protocolares correram bem e despoletaram o meu interesse pessoal para este tipo de eventos.

2.3 Reflexão sobre a experiência de estágio

Os seis meses de estágio na FADU Portugal foram muito bons para a minha evolução pessoal e profissional. Conheci pessoas incríveis, adquiri novos conhecimentos, falhei e aprendi a melhorar, e dei os primeiros passos no mercado profissional. Apesar das dificuldades iniciais devido à mudança radical, sempre me senti em casa, quer pelas pessoas que me rodeavam, quer pelo facto de possuir vários conhecimentos acerca da organização onde estava a estagiar. Os dois primeiros meses foram complicados. A minha orientadora, Letícia Neto, estava em processo de mudança da sede de Lisboa para o escritório de Aveiro, onde todo o contacto era feito por e-mail, Zoom ou via WhatsApp. Em janeiro, quando ingressei por completo no escritório de Aveiro, tive a oportunidade de acompanhar de perto todo o trabalho do Gabinete de Comunicação e Imagem e comecei a integrar melhor nas suas funções. Apercebi-me que o trabalho de redes sociais implementado na FADU Portugal vai ao encontro daquilo que é ensinado ao longo da nossa formação em Comunicação.

Ainda que gostasse de ter desenvolvido esta área das redes sociais ao longo do estágio, percebi a importância e o cuidado que tinham em todas as publicações partilhadas junto dos seus seguidores, partilhando sempre a mensagem fulcral. Contudo, dei o contributo em algumas áreas onde havia mais autonomia para explorar as minhas ideias, o que também me deixa com um sentimento satisfatório. Sou uma pessoa que gosta de crescer e de ver as organizações onde estou crescerem, fruto do trabalho de toda a equipa. Penso que foi exatamente isto que aconteceu na minha relação com a FADU Portugal, isto é, ambos desenvolvemos competências importantes através da nossa ligação. Eu já conhecia a FADU Portugal, algumas pessoas da sua estrutura e a qualidade que implementavam em todas as suas tarefas. Não me arrependo de ter escolhido a FADU Portugal para iniciar a minha experiência profissional. Mesmo que o interesse gire em torno de clubes/sociedades desportivas, a FADU Portugal apresenta grande diversidade, sejam no

trabalho com redes sociais, eventos, cerimónias protocolares, entre muitas outras coisas mencionadas. Isto é, fez-me perceber e ter uma ideia das várias coisas que posso vir a realizar no futuro e deu-me umas luzes de como é que se podia realizar essa tarefa num contexto de média dimensão. Estou muito grato a toda a equipa da FADU Portugal, quer pela forma como me acolheram, quer pela forma como sempre se mostraram disponíveis para me ensinar. A FADU Portugal tem muito potencial e não vai parar de crescer, seja a nível comunicativa, seja desportivamente.

Em termos profissionais, todas as aprendizagens adquiridas na área de especialização de Publicidade e Relações Públicas, do Mestrado em Ciências da Comunicação, foram benéficas para cumprir este estágio curricular, preparando-nos da melhor forma para o mundo do trabalho. Ainda que contenha diversas unidades curriculares práticas, tais como, Oficina de Criatividade, Estratégias Digitais, Assessoria de Comunicação e Comunicação Estratégico, considero que devia haver mais unidades curriculares especializadas, com o intuito dos estudantes alargarem os seus conhecimentos, especializarem-se e colocarem em prática nos diversos estágios. No entanto, posso dizer que o estágio e a formação no Mestrado em Ciências da Comunicação, em conjunto, são uma excelente preparação para os desafios que teremos de encontrar no futuro.

3. Enquadramento Teórico

3.1 O papel da comunicação desportiva nas organizações

Na sociedade atual, a comunicação assume um papel relevante nas mais diversas organizações. De acordo com Fiske (2002), esta define-se como um processo de interação social, através de mensagens veiculadas. As organizações estão cada vez mais dependentes da comunicação, quer ao nível externo como interno. Desta forma, a comunicação estabelece uma ligação com múltiplas áreas, desempenhando um papel fundamental nas organizações desportivas, surgindo, então, o conceito de “comunicação no desporto” ou “comunicação desportiva”.

Os primeiros estudos e artigos sobre a comunicação no desporto começaram a surgir por volta dos anos 80. Contudo, Billings et al (2017) referem que apenas no século XXI é que se registou um grande interesse na ligação destas duas disciplinas, através do contributo de conferências, publicações específicas e artigos. O mundo do desporto assinalou um grande crescimento nos últimos anos. Atualmente, é uma das principais indústrias a nível mundial. Esta dimensão adquirida também se deve à comunicação. De acordo com Pedersen, Miloch e Laucella (2007). “há medida que o desporto cresce, a necessidade de indivíduos versados em comunicação aumentou”, sendo que a disciplina de comunicação desportiva emergiu como uma área integrante na gestão dessa área.

“Sem comunicação no desporto, os profissionais seriam incapazes de estabelecer uma estratégia, os anunciantes não seriam capazes de promover, e membros dos media seriam incapazes de fazer uma cobertura desportiva. Se os profissionais do desporto não comunicarem, a indústria desportiva não poderia comunicar e a indústria desportiva não iria experimentar um crescimento contínuo.” (Pedersen, Miloch & Laucella, 2007, p. 9)

Para além de ferramenta de interação social, a comunicação é um elemento fulcral na gestão de uma organização desportiva, possibilitando uma estruturação, divulgação e materialização mais eficaz dos seus objetivos, produtos, serviços e funções (Pedersen, Miloch & Laucella, 2007). Para estes autores, a comunicação no desporto é “um processo através do qual as pessoas no desporto, num contexto desportivo ou através da criação de símbolos desportivos partilhados, criam significados através da interação.” Segundo Billings, Butterworth e Turman

(2017), este fenómeno é um elemento central na forma como se pratica, vê, interpreta e avalia a atividade desportiva. A maioria das pessoas associa a comunicação no desporto ao futebol. Ainda que seja o desporto que movimenta milhares de adeptos e impactante a nível social, desportivo e financeiro, a comunicação desportiva é abrangente e está presente em todas as modalidades. As organizações desportivas prestam uma maior atenção à comunicação com os seus públicos, visto vez que a estratégia como comunicam tem impacto no modo com as pessoas veem a organização. Billings, Butterworth e Turman (2017) atribuem uma grande importância à comunicação nas organizações desportivas, determinando também o impacto como o respetivo público adere ao desporto.

Stoldt, Dittmore e Branvold (2012) definem o conceito de comunicação para o desporto com base em três fatores: em função de gestão, de comunicação/ação e na relação com os públicos (que deve ser benéfica). Desta forma, os autores reconhecem as diversas responsabilidades associadas a esta disciplina, entre elas, a procura das melhores formas de manutenção de relações, a gestão de crises, os papéis ativos junto da comunidade, o fortalecimento da identidade da organização e a ajuda na comunicação de marcas, produtos e serviços. Também Hoopwood, Skinner e Kitchin (2010) partilham essa visão, mas retratam os objetivos da comunicação desportiva divididos por oito pontos: estabelecer e manter relações benéficas e com durabilidade, sensibilizar, informar, educar, construir confiança, encontrar parceiros/patrocinadores, dar ao público um motivo para apoiar algo e motivar a aceitação por parte dos seguidores. Estes objetivos estão interligados com o intuito de criar uma ligação e reforçar as relações entre a organização desportiva e os públicos.

A comunicação no desporto desempenha várias funções, conforme referem Pedersen, Miloch e Laucella (2007). Neste sentido, torna-se necessário distinguir a comunicação desportiva no desporto, no contexto desportivo e através do desporto. Em contexto desportivo, as pessoas partilham símbolos, criando significado a partir da interação. Sem comunicação, o desporto não seria praticado, assistido e interpretado. Todo o tipo de desporto, seja ele universitário, profissional ou amador, está ligado aos meios de comunicação que transmitem, relatam e veiculam uma informação ou opinião sobre ele (Billings, Butterworth & Turman, 2017). Camargo (2001) aborda duas ocorrências nos processos de comunicação no desporto: a comunicação primária e comunicação secundária. Quanto à primária, trata-se da comunicação interpessoal e direta entre todos os intervenientes, sejam eles profissionais do desporto, patrocinadores ou clientes.

Relativamente à secundária, refere-se ao efeito dos meios de comunicação de massa, que podem influenciar diversas pessoas e entidades, tais como o governo, as entidades públicas e privadas.

Pedersen, Miloch e Laucella (2007) dividiram algumas características que influenciam e são influenciadas pelas diferentes atividades de comunicação nas organizações desportivas: as redes informais, a estrutura formal e a cultura da organização desportiva. Cada uma destas características relaciona-se e interage com as outras, sendo responsável pela estratégia integrada de comunicação na organização. Nas redes informais, está incluída toda a comunicação multidirecional, lateral e informal que a organização estabelece com grupos fora da rede formal, o que influencia a comunicação estratégica da organização desportiva. A estrutura formal é responsável pelos aspetos administrativos, como a divisão de tarefas, a coordenação e a comunicação vertical. Neste sentido, a comunicação influencia a cultura desportiva da organização, mais especificamente, o sentido da partilha de significados, valores, normas, narrativas e hábitos inerentes às atividades.

Apesar de todas as definições, objetivos e características, importa também evidenciar, uma vez mais, a ligação entre a comunicação e o desporto. Em diversas organizações, como é o caso da FADU Portugal, pretende-se sensibilizar o maior número de pessoas para a prática de atividade física, provocando um envolvimento junto dos seus públicos. A comunicação no desporto, além de ser um processo interativo, é essencialmente uma forma de promoção, dinamização da atividade física, da vida saudável e do bem-estar. Neste sentido, a comunicação deve ser vista como um conjunto amplo de interesses e aplicações, seja em organizações desportivas como em desportistas/celebridades. O interesse público sobre o desporto nos últimos anos. As organizações desportivas necessitam de comunicar regularmente, de maneira a estabelecer uma boa relação com diferentes grupos da comunidade envolvente, como os órgãos de comunicação social, o governo ou os fãs (Smith, 2013). Não existe nenhuma organização desportiva que consiga ter sucesso durante um longo período sem o apoio dos seus públicos (Serbanica & Constantinescu, 2016). A internet teve um papel decisivo neste processo, uma vez que alargou as possibilidades/plataformas de comunicação. Os avanços tecnológicos, sociais e económicos obrigaram a comunicação nas organizações desportivas a alargar o espectro de ação. A chegada da Web 2.0 foi essencial para a emergência de uma comunicação totalmente colaborativa e interativa. Assim, as redes sociais surgiram como um ambiente ideal para “criar e nutrir diálogos, promovendo o potencial da comunicação simétrica” (Fjeld & Molesworth, 2006).

Para comunicar com o público-alvo e potenciais seguidores, não devem ser apenas utilizados os canais de comunicação das organizações desportivas. O desporto está sempre nas nossas vidas, ou seja, em constante mediatização. Todos os dias, há notícias, opinião e comentários de desporto, seja na televisão, rádio, jornais, entre outros meios. Durante muito tempo, as organizações dependiam dos meios de comunicação de massa como intermediários. Agora, as organizações podem criar os seus próprios canais de comunicação, tais como, websites, blogs ou redes sociais (Argenti & Barnes, 2011). Deste modo, as redes sociais apresentaram uma nova lógica de relacionamento, que permitiu que aos indivíduos “construir uma relação com as organizações, e vice-versa, numa estrutura reticular e de convergência tecnológica, que possibilita novas formas de intercâmbio simbólico e de sociabilidade” (Barichello, 2014)

Apesar da maioria das organizações desportivas possuir plataformas próprias, é importante manter uma relação positiva e saudável com os meios de comunicação, com o intuito de darem cobertura aos bons momentos da organização. Esta relação deve ser respeitosa entre ambas as partes, isto é, as organizações devem respeitar o trabalho da comunicação social e assim sucessivamente. A criação de canais de comunicação próprios das organizações desportivas fez com que estas não necessitassem de recorrer mais vezes aos meios de comunicação social para passarem a mensagem pretendida para os seus públicos. A tecnologia despoletou que as organizações desportivas tivessem a oportunidade de criar canais de comunicação próprios, como as redes sociais. Na maioria dos casos, estas assumiram o papel de protagonistas e são, atualmente, uma das caras oficiais das organizações desportivas, adquirindo uma certa importância para a organização e para os utilizadores.

3.2 A importância das redes sociais nas organizações desportivas

Ao longo dos últimos anos, a sociedade apresentou mudanças consideráveis nas diferentes áreas de atuação e evoluiu significativamente com a introdução da era digital. Apesar da existência de diversas desigualdades, quer no acesso à informação, quer no acesso a instrumentos ou ferramentas, a internet permitiu criar uma sociedade com indivíduos de várias culturas, que, atualmente, estão cada vez mais ligados entre si (Castells & Cardoso, 2005). A internet, com especial destaque para as redes sociais, mudou a forma como as pessoas se relacionam, vivem e interagem na sociedade. Esta adaptou-se a um novo mundo, com diferentes ideais, onde o tempo de reação e o tratamento de informação, são efetuados a uma velocidade

vertiginosa (Castells & Cardoso, 2005). Atualmente, pessoas de continentes diferentes podem entrar em contacto a partir das redes sociais, algo impensável antes da introdução e desenvolvimento dos meios digitais. Araújo (2011) acredita que, nos dias em que correm, seria impossível imaginar a vida das pessoas sem internet ou redes sociais, visto que estas são consideradas uma ponte importante para manter as relações contemporâneas. A evolução tecnológica tem acompanhado a evolução da nossa sociedade (Moriconi & Almeida, 2021). Neste sentido, a mudança tecnológica e a introdução de novos recursos, como é o caso das redes sociais, implicou profundas alterações na compreensão dos processos de interação social e na construção de conhecimento.

Há vários autores que têm perspectivas diferentes sobre a definição de redes sociais. A nível académico, não existe um consenso para a definição de redes sociais, devido à constante evolução e mutação (Bayer et al., 2020). Tal como as próprias plataformas, o conceito de rede social evoluiu desde o surgimento, tornando-se uma importante ferramenta de informação e socialização. Appel et al. (2020) referem que as redes sociais cresceram e “penetraram-se” na nossa sociedade, ultrapassando “fronteiras geográficas e culturais, elevando a comunicação para um nível global”.

De forma resumida, uma rede social tem como finalidade permitir que os seus utilizadores se expressem, estabeleçam relações e que possam comunicar, tendo em conta um interesse em comum com os outros utilizadores. Estas podem ser encaradas como “meios digitais ou serviços tecnológicos, bem como espaços digitais onde as pessoas despendem grande parte do tempo” (Appel et al., 2020). Para Olivieri (2003), as redes sociais correspondem a um sistema estrutural de interação nas organizações, com o envolvimento de pessoas, de forma participativa, dinâmica e democrática, decorrentes de propósitos, valores e objetivos comuns. Estas são plataformas, onde pessoas e instituições trocam impressões e interagem continuamente, englobando milhões de pessoas de todo o mundo, que, agora, estão mais próximas devido à facilidade em comunicar (Remelgado, 2014). Fáceis, rápidas e eficazes, estas plataformas revelam-se como veículos úteis para uma disseminação de informação imediata, com um alcance que os meios convencionais não possuem e a um custo muito reduzido (Silva, 2011), uma vez que a maior parte das plataformas são de utilização gratuita. As redes sociais assumiram uma maior importância do que outros meios de comunicação, visto que utilizadores continuam a crescer (Serra, 2006). A maioria das organizações desportivas está presente na internet, através de um website, mas, principalmente, das redes sociais.

Boyd e Ellison (2007) definem as redes sociais como serviços que permitem ao utilizador construir e criar um perfil público ou semipúblico/página, articular listas de outros utilizadores com quem partilham uma conexão e visualizar e navegar nas listas de conexões, como é o caso do *feed* no Facebook e Instagram. De acordo com Ellison e Boyd (2013), as redes sociais podem ser entendidas como “um conjunto de dois elementos: atores (pessoas, instituições ou grupos) e suas conexões (interações ou laços sociais)”. Recuero (2009) refere que estas plataformas representam metáforas para “observar os padrões de conexão de um grupo social, a partir das conexões estabelecidas entre os diversos atores na rede”. O mesmo autor considera que essas conexões são o principal foco relativamente ao estudo das redes sociais, uma vez que a interação é a “matéria-prima” das relações e laços sociais. Segundo Boyd e Ellison (2007), as redes sociais são únicas porque permitem que os utilizadores possam tornar público a vida social, isto é, as suas conexões, publicações, partilhas, gostos, fotografias, entre outros aspetos. Assim, as conexões/ligações online nas redes sociais são, maioritariamente, estabelecidas entre pessoas que compartilham uma ligação na vida real, estendendo as redes de contacto nestas plataformas (Boyd & Ellison (2007).

O crescimento das redes sociais online não passou despercebido na área do desporto. Paralelamente, com o crescimento dos órgãos de comunicação social mais comuns, como os jornais, a televisão e a rádio, estas tornaram-se uma ferramenta importante para a comunicação desportiva. Além de um espaço capaz de conectar várias pessoas, Yost (2010) acredita que as redes sociais se tornaram num lugar de negócios. Desta forma, as organizações desportivas devem explorar as diferentes formas de integrar estas plataformas na estratégia de comunicação. As redes sociais são uma ponte entre a organização e as várias pessoas. Williams e Chinn (2010) referem que as organizações desportivas devem utilizar as redes sociais e os seus benefícios, de forma a ajudar a alcançar os objetivos da organização e construir a fidelização de seguidores.

A emergência das redes sociais alterou o panorama da comunicação desportiva nas organizações. Assim, as organizações desportivas têm como principal objetivo evidenciar a organização nas redes sociais, de maneira a criar uma *win-win situation*, isto é, uma situação vantajosa para as partes envolvidas, ou seja, para a organização e para os respetivos seguidores (Smith & Stewart, 2015). Com a evolução dos recursos, utilizadores começaram a atribuir uma maior atenção à comunicação das organizações nas redes sociais. Desta forma, as redes sociais estão a ser utilizadas como um espaço de trabalho, seja em perfis pessoais, seja em páginas de organizações desportivas, criando conteúdo diversificado e planeado. Tal como abordam

Pronschinske et al. (2012), os utilizadores apenas acompanham as informações partilhadas pelas organizações desportivas, no caso de existir uma interação, a partir de um *like* na página da organização ou se os utilizadores seguirem as páginas.

As redes sociais permitiram que os fãs de desporto estabelecessem uma relação pessoal e personalizada com as organizações desportivas (Boehmer & Lacy, 2014). Neste seguimento, o envolvimento das redes sociais modificou a comunicação das organizações. Isto permitiu às diversas páginas desportivas – sejam elas de clubes/sociedades desportivas, páginas institucionais das ligas desportivas, páginas de fãs, associações ou federações, como é o caso da FADU Portugal, entre outras – comunicarem, conectarem e construir comunidades online (Hambrick & Kang, 2015). Estas comunidades online são geradoras de novos laços entre os indivíduos que as frequentam, como também entre os indivíduos e a organização que agrega tal comunidade. Quanto à capacidade de gerar laços sociais, Recuero (2009) refere que “a rede se centra em atores sociais, ou seja, indivíduos com interesses, desejos e aspirações, que têm papel ativo na formação de suas conexões sociais”. Neste sentido, a pertença em comunidades virtuais está relacionada com a vontade de conhecer, saber mais acerca da organização e de ser parte integrante no desenvolvimento da mesma. Soares, et al. (2012) consideram as comunidades online desempenham um importante papel na valorização das relações sociais dos utilizadores.

Assim, este fenómeno permite os utilizadores interagirem com as conexões (pessoas e páginas) que lhe interessam, de forma a melhorar o desempenho da sua vida social. As redes sociais permitem que as organizações se envolvam diretamente e oportunamente com os sujeitos a um custo relativamente baixo e níveis mais altos de eficiência do que pode ser alcançado com ferramentas de comunicação mais tradicionais (Kaplan & Haenlein, 2010).

De acordo com Stravos et al. (2014), os conteúdos partilhados nas páginas de organizações desportivas devem permitir que os fãs exercitem sentimentos como esperança, paixão, estima e camaradagem. Assim, estas páginas têm de se adaptar e promover a interação com os seguidores, saindo da rotina das informações partilhadas e tentar procurar conteúdos criativos, que suscitem interesse. As redes sociais são plataformas que promovem essa mesma interação com os consumidores, característica que a torna numa plataforma única (Achen, 2016). Pronschinske et al. (2012) referem que a interação criada nas redes sociais promove as relações entre os seguidores e organizações. Esta interação resulta do contacto direto entre os seguidores e as marcas, estabelecido a partir de publicações, comentários, partilhas, perguntas, sugestões, entre outros elementos comunicacionais (Tsai & Men, 2017).

Os *likes*, comentários e partilhas feitos pelos utilizadores das plataformas digitais facilitam a interação de outros membros, que contribuem para o aumento de interação com as organizações desportivas. (Dolan et al., 2019). Estas plataformas promovem a diversidade entre pessoas com diferentes gostos e interesses, seja a nível desportivo, como social. Através da interação, os utilizadores têm a responsabilidade de escolher e selecionar as páginas que querem seguir nas redes sociais, possuindo a capacidade de ver o que gostam mais e deixar de ver o que gostam menos. Estas interações são acessíveis à maioria da população mundial e estão à distância de um clique. Hoje, as redes sociais destacam-se pela imprevisão e intemporalidade, surgindo avanços na criação de novas plataformas e no desenvolvimento de atualizações que melhorem a interação dos utilizadores. Algumas organizações, no geral, têm ainda de fortalecer algumas práticas no que concerne à utilização das redes sociais.

3.3 As boas práticas das redes sociais

Comunicar na internet, mais especificamente, nas redes sociais é mais complicado do que parece, visto que requiere a concentração de diversos fatores. Existem redes sociais para tudo e para todos. Apesar de algumas redes sociais serem mais generalistas, abrangentes e possuírem um fim específico, Remelgado (2014) considera que todas têm em comum o facto de serem plataformas digitais agregadoras de pessoas, onde partilham experiências, participam e colaboram entre si na criação de conteúdos nas mais diversas formas. Daí ser importante refletir acerca das plataformas digitais a utilizar com o seu público, visto que cada rede social tem um determinado público (Marques, 2016). De acordo com o mesmo autor (2016), há aspetos que se devem ter em consideração quando se representa virtualmente e socialmente uma organização, especialmente, se for desportiva. Assim, é necessário definir os objetivos da organização e delinear uma estratégia de comunicação, visto que a seleção do canal de comunicação depende também dos objetivos e atividade da organização, tendo em conta as características de cada plataforma.

Para Marques (2016), o impacto no digital resume-se ao planeamento, à estratégia de comunicação definida pela organização e à análise de resultados, de modo a avaliar se a estratégia implementada está a ter um impacto positivo ou negativo. A organização deve refletir acerca do tipo de conteúdo a ser partilhado (comercial ou institucional), como se vai realizar essa partilha (imagem, vídeo, hiperligações, *gifs*, texto informativo ou criativo), qual o *copy* a utilizar, a plataforma onde se vai publicar (Instagram, Facebook, Twitter, LinkedIn, YouTube, entre outras) e

a data e hora de publicação. Para além de todos estes pormenores, Vasco Marques (2016) refere que é também necessário ser assertivo e transparente na comunicação, o que pode gerar um impacto positivo para quem está a acompanhar do outro lado - na ótica do seguidor. Segundo a Welink Agencies¹, qualquer organização que pretenda melhorar a sua imagem e notoriedade deve adotar uma estratégia de comunicação. De seguida, as organizações necessitam de delinear um plano de comunicação, com enfoque no calendário de publicações para organizar e planear os conteúdos a partilhar. Contudo, importa também variar o conteúdo a partilhar e seguir uma linha gráfica (cores, fontes e elementos visuais que identifiquem a organização), de maneira é que as redes sociais não fiquem monótonas e com publicações soltas. Se o conteúdo partilhado for quase sempre o mesmo, o público-alvo pode perder o interesse na página, visto que os conteúdos não acrescentam nenhuma novidade ao seguidor. Assim, torna-se fulcral pensar fora da caixa e em estratégias/ideias novas para manter os seguidores atuais e alcançar novos. Esta empresa de comunicação e marketing digital abordou ainda a frequência de publicações, referindo que esta é “uma das chaves para o sucesso na comunicação numa rede social”, onde revelou que essa frequência varia de rede social para rede social.

Não há uma regra sobre o número de publicações que uma página deve fazer para atingir o sucesso no digital, pois este elemento está dependente da organização, da rede social, do atual estado da própria página e do público. No entanto, Vasco Marques (2016), a Welink Agencies e André Cintra sugerem algumas recomendações quanto à frequência de publicações. Com base nas opiniões dos utilizadores na internet, esta empresa sugere o planeamento de três a quatro publicações por semana, antes do intervalo do almoço e entre as 13h00 e as 16h00. Já no Instagram, a Welink Agencies aumentou a frequência para quatro a cinco publicações por semana, aconselhando a postagem por volta das 8h00 e 9h00 da manhã ou entre as 15h00 e as 18h00, nos dias úteis. Nos fins de semana, esta empresa recomenda a publicação das 15h00 às 19h00 e no horário depois de jantar (depois das 21h00). Vasco Marques, autor do livro “Redes Sociais 360º”, tem uma perspetiva diferente relativamente à frequência de publicações. Este autor (2016) refere que o número de posts recomendado no Instagram é de uma a três publicações por dia. No Facebook, Marques (2016) considera que devem ser feitas, pelo menos, três publicações por dia. André Cintra², CEO da Post Digital desde 2010, agência de marketing digital, sugere que sejam

¹ Welink Agencies. (2022). Como comunicar de forma eficaz nas redes sociais? <https://www.welinkagencies.pt/blog/comunicar-redes-sociais>

² Cintra, A. (2022, July 27) Descubra a frequência com que sua marca deve postar em cada rede social. Post Digital. <https://www.postdigital.cc/blog/artigo/descubra-a-frequencia-com-que-sua-marca-deve-postar-em-cada-rede-social>

feitas entre uma a três publicações diárias no Facebook – dependendo da qualidade do conteúdo – e duas publicações por dia no Instagram. Este especialista aconselhou ainda a publicação de *stories*, recurso do Instagram que permite publicar vídeos curtos, fotografias, localização, sondagens, músicas, *gifs*, *stickers*, entre outros aspetos interativos, apenas durante 24 horas. André Cintra recomendou ainda a utilização de hashtags no Instagram, visto que os seguidores podem seguir o hashtag e ver todas as publicações que foram feitas com essa referência na plataforma. Apesar das sugestões e recomendações, a Welink Agencies, Vasco Marques e André Cintra referem que mais importante do que a frequência é a qualidade das publicações, que devem ser planeadas, revistas e trabalhadas com o intuito de atingir os objetivos da organização.

Para além da seleção do canal de comunicação, da elaboração da estratégia, do plano de comunicação e da frequência de publicações, também é relevante prestar atenção aos comentários que são feitos às publicações. Os seguidores gostam que se sintam ouvidos, isto é, que haja uma curta interação da página com o comentário que realizaram. No caso das organizações desportivas, mais especificamente, dos clubes de futebol, é comum terem muitos comentários por parte dos adeptos nos conteúdos publicados após o final de um jogo. Os comentários costumam ser muito negativos (no caso de o resultado não agradar aos seguidores) ou muito positivos. Normalmente, as páginas não respondem aos comentários nas publicações, nem às mensagens enviadas em privado. Baer (2016) acredita que este é um erro praticado na gestão de redes sociais, pois demonstra falta de interesse em interagir com os seus seguidores e falta de interesse em ouvir o que os fãs têm a dizer”. O mesmo autor (2016) julga que responder aos comentários dos seguidores, especialmente aos comentários negativos, significa que a página está a convencê-los que está interessada e atenta às suas opiniões, assim como as pessoas estão interessadas em tecer comentários. Apesar disso, existem certos comentários negativos que ultrapassam a crítica construtiva e chegam mesmo a afetar a vida pessoal de inúmeros atletas. A Liga Portugal³, organização que tutela o futebol profissional em Portugal, lançou, em agosto de 2022, a campanha “Mais Futebol, Menos Ódio” contra o ódio existente nas redes sociais e nas restantes plataformas. Em todas as jornadas, as redes sociais, os sites e até os telefones pessoais de atletas, treinadores, árbitros e outros agentes desportivos são invadidos por milhares de comentários, insultos, críticas e até ameaças escritas. Assim, a Liga Portugal em parceria com a

³ Liga Portugal. (2022). Mais Futebol, Menos Ódio – Um lema de todos. <https://www.ligaportugal.pt/pt/epocas/20222023/noticias/institucional/mais-futebol-menos-odio-um-lema-de-todos?bck=L3BOL2hvbWVwYWdlLw>

Associação Nacional de Treinadores de Futebol, o Sindicato de Jogadores e Associação Portuguesa de Árbitros de Futebol, uniram-se nesta ação de sensibilização para promover um desporto melhor, mais inclusivo e universal.

De acordo com o Centro Nacional de Cibersegurança (CNCS)⁴, os ataques a organizações nas redes sociais têm vindo a crescer desde 2020. Assim, torna-se necessário prestar mais atenção à segurança destas plataformas, uma vez que as redes sociais são um meio utilizado com o fim de recolher informação sensível sobre possíveis vítimas. Para o CNCS, as redes sociais são também um meio para o roubo de identidade, de propagação de notícias falsas, de disseminação de *software* malicioso e de recolha de materiais utilizáveis contra crianças. Os casos de utilização abusiva de dados de redes sociais têm aumentado nos últimos anos. O *phishing*, forma de recolher informação sensível através da manipulação, e as campanhas de *spam* são também algumas práticas muito comuns nas redes sociais, lançadas a partir de mensagens privadas ou de publicações maliciosas. O CNCS considera também preocupante a disseminação de informações falsas (*fake news*), com objetivos políticos, económicos ou até mesmo desportivos. As redes sociais são uma a principal forma de propagação de notícias falsas, seja através de grupos, chats ou até mesmo de publicações. Desta maneira, por cada gosto, comentário e partilha que um utilizador faz, o conteúdo falso em causa é promovido, onde o próprio utilizador torna-se conivente e uma peça fundamental para a propagação de informação que não é verdadeira. Os ataques informáticos são cada vez mais frequentes. Além dos websites das organizações, é possível verificar que os roubos de identidade também acontecem através da apropriação de contas de redes sociais, causando danos reputacionais em terceiros.

As redes sociais são uma das principais ligações entre uma organização e o consumidor. O facto de o utilizador ter a possibilidade de interagir num período muito reduzido, leva a que as organizações encontrem nas redes sociais, a melhor forma de construir relações próximas com os seus consumidores (Coursaris et al., 2016). A relação estabelecida vai muito além de *likes* e/ou partilhas. Esta diz respeito a um sentido de comunidade que resulta em atitudes positivas em relação à organização (Coursaris et al., 2016).

Nos últimos anos, as redes sociais expandiram a sua influência, surgindo o fenómeno dos *influencers* digitais, isto é, criadores de conteúdo profissionais com o objetivo de influenciar o maior número de pessoas. Geralmente, os *influencers* digitais possuem uma grande quantidade de seguidores nas suas páginas e estão relacionados com uma determinada área, como por

⁴ Centro Nacional de Cibersegurança. (2021). Boas práticas nas redes sociais. <https://www.cncs.gov.pt/pt/boas-praticas-nas-redes-sociais/#dados>

exemplo, cosméticos, desporto, entre outras. As marcas estão a investir cada vez mais nos *influencers* digitais, uma vez que é usual promoverem os diversos produtos/serviços perante o seu elevado público-alvo. Existe, assim, uma relação constante entre as diversas marcas e os *influencers* digitais. Desta forma, Felix et al (2017) referem que as redes sociais mudaram a forma de relacionamento e interação com os atuais e potenciais clientes, sendo que “a construção da fidelização a uma determinada marca, produto ou serviço” o principal objetivo do desenvolvimento dessa relação.

Devido ao crescimento das redes sociais, as organizações começaram a utilizar estas plataformas digitais para obterem algum benefício (Al-Badi & Al-Qayoudhi, 2016). Os autores estimam que existem áreas de negócio que são mais afetadas pelas redes sociais, tais como:

- Marketing: com a eficácia semelhante à do marketing tradicional, tem um valor muito mais baixo ou até mesmo gratuito, acrescentando valor à empresa, visto que conseguem aceder e contactar com atuais clientes e ainda potenciais que não estariam ao seu alcance, com grande poupança de dinheiro;
- Recrutamento e procura de emprego: existem cada vez mais empresas a recrutar a partir das redes sociais, facilitando a procura de candidatos. Por exemplo, o LinkedIn é uma rede sociais que dispõe de um separador apenas dedicado a ofertas de trabalho, na qual o utilizador pode visualizar e candidatar-se;
- Definição de negócios e *feedback* do cliente: o *feedback* real e crítico-construtivo do cliente permite à organização uma maior perceção do real impacto do produto, assim como perceber as necessidades do cliente, de forma a fornecer-lhe aquilo que ele procura. Este conhecimento permite-lhe tomar as melhores decisões para o negócio;
- Impacto na gestão de crises: as redes sociais fazem com que toda a informação seja partilhada muito rapidamente para um grande número de pessoas. Rumores, reclamações ou opiniões de alguns grupos podem complicar a gestão de crises e comunicação na organização. Ao mesmo tempo, o *feedback* é importante na resolução das crises, uma vez que permite o acompanhamento das situações;
- Marketplace/Loja: plataforma disponibilizada em diversas redes sociais, que permite a compra e venda de produtos/serviços.

As redes sociais são um mundo inacabado. Apesar de todas as práticas recomendadas, o sucesso não é imediato. É necessário conquistar o público-alvo e marcar pela diferença. O trabalho de redes sociais exige a consolidação de todos os processos descritos acima. Importa também analisar os resultados das publicações e verificar se a estratégia de comunicação implementada está a originar novas ações nas páginas. Atualmente, estas plataformas possuem ferramentas capazes de observar algumas estatísticas, tais como, o alcance das publicações, o aumento e cancelamento de seguidores num determinado período de tempo, as contas alcançadas, o género, a localização, a faixa etária dos seguidores, as horas de maior atividade, a interação com as publicações, entre outras. Ainda que seja um trabalho complexo, existem organizações que não atribuem importância às métricas disponibilizadas. Cada vez mais, torna-se relevante especializar esta área da comunicação e impulsionar a profissão de *Social Media Manager*, de modo a reforçar as plataformas digitais das organizações.

Há cada vez mais recursos que facilitam a gestão de redes sociais, como o agendamento de publicações, os diretos, a loja/*marketplace*, onde a boa utilização está dependente da existência de pessoas especializadas nesta vertente comunicativa. Gerir redes sociais não é criar conteúdos: é definir os objetivos, delinear uma estratégia de comunicação, selecionar os canais de comunicação, organizar uma equipa competente ao nível do design, vídeo, fotografia, *copywrite* e redes sociais, manter uma linha gráfica nestas plataformas e, fundamentalmente, analisar o impacto das publicações.

4. A FADU Portugal nas redes sociais

4.1 Metodologia

Este trabalho tem como principal objetivo analisar as redes sociais da FADU Portugal, da EUSA, da FISU e da CBDU e a avaliar as interações nas diferentes organizações desportivas, com foco na FADU Portugal. Neste sentido, formulei a seguinte questão de partida: “Em que medida é que as redes sociais podem contribuir para uma maior visibilidade nas organizações desportivas?”. Ainda relacionado com a questão de partida, formulou-se também outros objetivos, tais como:

- Contribuir para o desenvolvimento e melhoria das redes sociais nas organizações desportivas;
- Observar os indicadores com mais destaque no Facebook e Instagram, através da análise de métricas;
- Explorar a importância da utilização e avaliação de resultados das plataformas digitais nas organizações desportivas;
- Analisar o contributo das redes sociais relativamente à interação das organizações desportivas.

Com base nos objetivos de investigação, utilizou-se uma metodologia mista, isto é, quantitativa e qualitativa. De forma a dar resposta aos objetivos definidos, optou-se pela realização de um estudo de caso múltiplo sobre a FADU Portugal, a EUSA, a FISU e a CBDU, tendo por base a relação da FADU Portugal, organização onde realizei o estágio curricular durante seis meses, e outras organizações desportivas diretamente relacionados ao nível do desporto universitário.

Para Chizzotti (2008), “o estudo de uma comunidade pode concentrar o estudo sobre o que ocorre na vida cotidiana, como os membros interagem, como se comportam em determinadas circunstâncias, entre outros”. Pires de Sá (2018) refere que um estudo de caso possibilita observar uma questão através de diversos ângulos, ajudando a alcançar uma “visão mais equilibrada e profunda do objeto de pesquisa”. Segundo Coutinho e Chaves (2002), o estudo de caso é um plano de investigação que envolve o estudo intensivo e detalhado de uma organização bem definida: o ‘caso’, que neste estudo, diz respeito à FADU Portugal. Os autores indicam que o estudo de caso ocorre sempre em ambiente natural, o que possibilita ao investigador usar diversos métodos de recolha de dados, tal como as observações diretas ou indiretas, entre outros (Coutinho

e Chaves (2002). Estes consideram que tudo ou quase tudo pode ser um “caso”, seja uma pessoa, uma organização, uma comunidade ou mesmo uma nação (Coutinho & Chaves (2002). Um estudo de caso pode ter várias definições, daí que Gerring (2004) descreva este método como o “pântano de definições”, pressupondo um fenómeno relativamente limitado (visto que é um estudo intensivo de uma única unidade, observada num determinado período). Yin (2005) afirma que os estudos de caso são importantes “quando as fronteiras entre o fenómeno e o contexto não são claras e quando se pretenda examinar um fenómeno no contexto da vida real”. Também Yin (2005) salienta que os estudos de caso são uma estratégia abrangente, podendo incluir evidências quantitativas.

De acordo com Bogdan e Biklen (1994), um estudo de caso pode ser único/simples ou múltiplo. O presente trabalho abrange um estudo de caso múltiplo, isto é, um estudo baseado em mais do que um caso, como é o caso da EUSA, FISU e CBDU, podendo englobar uma variedade de formas. Um ponto importante para a escolha de um estudo de caso múltiplo foi o facto de acreditar que os estudos de vários casos forneceriam mais resultados comparativos para a análise entre as diversas organizações integradas no âmbito do desporto universitário. Segundo Yin (2005), o estudo de múltiplos casos contribui para um estudo mais convincente, sendo necessário ter como meta, no mínimo, dois casos no respetivo estudo. Rodríguez et al. (1999) falam da importância dos estudos de caso múltiplos devido ao facto de contrastar, parcialmente, as respostas obtidas nos diversos casos analisados, de maneira a facilitar uma possível generalização, na existência de conclusões idênticas em ambos os casos. Yin (2005) estrutura o método de estudo de caso múltiplo em três principais etapas: (i) definição e planeamento; (ii) preparação, recolha e análise dos casos; (iii) análise cruzada dos casos e conclusão.

O estudo tem elementos netnográficos, uma vez que este método de pesquisa é adaptado para ajudar a estudar não apenas fóruns, chats e grupos de discussão, mas também blogs, audiovisuais, fotografias, comunidades de *podcasting*, mundos virtuais e sites de redes sociais” (Kozinets, 2010). O mesmo autor caracteriza a netnografia por adaptar técnicas, procedimentos e padrões metodológicos implementados na etnografia para o estudo de culturas e comunidades online emergentes na Internet (Kozinets, 2010). Vários profissionais da área da Informação estão a demonstrar um grande interesse em utilizar a netnografia como um método complementar nas pesquisas quantitativas, buscando compreender os fenómenos por detrás dos números e emergir os diferentes tipos de pesquisa. Na perspetiva de Kozinets (2010), a netnografia é naturalista - possibilita o estudo das manifestações sociais que surgem espontaneamente no ambiente virtual

- é descritiva – pretende retratar uma determinada realidade realizada a partir dos seus significados culturais – e adaptável, seja quanto às diferentes técnicas de pesquisa, seja na sua integração no estudo de diferentes ferramentas de comunicação mediadas por computador. Há cada vez mais estudos de natureza quantitativa quanto à netnografia. Segundo Corrêa e Rozados (2017), “a utilização de dados quantitativos indica que em estudos netnográficos, as abordagens qualitativas e quantitativas são complementares e não excludentes”, sendo que algumas informações de caráter quantitativo são necessárias para descrever os fenômenos observados e/ou as comunidades envolvidas.



Figura 1 - Metodologia aplicada ao estudo

Neste sentido, com o intuito de estudar o “caso” da FADU Portugal, a recolha de informação foi realizada a partir: 1) revisão de literatura relativo ao tema do estudo; 2) netnografia; 3) análise quantitativa dos dados recolhidos. Assim, analisei diversos aspetos importantes, tendo em conta os dados estatísticos recolhidos nas redes sociais Facebook e Instagram. A escolha destas plataformas digitais deve-se ao facto de serem as mais utilizadas pela FADU Portugal e pelos portugueses, segundo um estudo da Marktest⁵.

Além disso, de forma a comparar a estratégia de comunicação da FADU Portugal com outras organizações desportivas, analisei também as redes sociais da EUSA, da CBDU e da FISU.

⁵ Marktest. (2022). Os Portugueses e as Redes Sociais 2022. <https://www.marktest.com/wap/a/grp/p~96.aspx>

A opção por analisar ainda as plataformas digitais destas organizações está relacionada, especialmente, com o desporto universitário. A EUSA é a associação que representa o desporto universitário a nível europeu e as respetivas federações associadas - a FADU Portugal é um dos membros associados - junto das organizações europeias, sendo a responsável por coordenar as diversas competições desportivas, conferências, eventos, entre outro tipo de atividades. Também se pretende analisar as redes sociais da FISU, federação internacional que tutela o desporto universitário a nível mundial. A FADU Portugal é também um dos 174 membros associados da FISU, que organiza de dois em dois anos, a Universíade de Verão, a Universíade de Inverno e os Campeonatos Mundiais Universitários, nas diferentes modalidades desportivas. Por último, analisei a CBDU, uma vez que é uma das federações universitárias com mais seguidores nas redes sociais e porque o idioma está muito próximo da língua portuguesa.

A análise foi feita durante três meses, isto é, entre o dia 2 de novembro de 2021 e o dia 2 de fevereiro de 2022. No caso do Instagram, a recolha dos dados foi feita no dia 17 de julho de 2022 (Anexo 13). Quanto ao Facebook, a recolha foi realizada no dia 18 de julho (Anexo 14). Estes dados foram recolhidos apenas com um dia de distância, de forma que o estudo fosse coerente e não houvesse muita diferença nos resultados apresentados, visto que os gostos, comentários e partilhas estão em constante alteração. Com o intuito de analisar e avaliar a interação entre os públicos-alvo e as diferentes organizações, comparou-se o número de seguidores, publicações, comentários e partilhas entre as quatro páginas ao longo deste período temporal (Anexo 15). Considerei também importante analisar as publicações com mais destaque, quer ao nível de gostos, quer ao nível de comentários, partilhas e visualizações (no caso dos vídeos), comparando as publicações com mais destaque da FADU Portugal, EUSA, FISU e CBDU. Calculei a média mensal de gostos e de publicações das quatro páginas em cada rede social (Anexo 16 e Anexo 17).

Ao longo da análise, não utilizei nenhuma ferramenta específica para recolher estes dados. Existem ferramentas *premium* na internet, que disponibilizam diversas informações sobre as diferentes redes sociais, com o intuito de recolher estatísticas e métricas acerca das páginas de Facebook e Instagram das quatro organizações. Contudo, optei por realizar a análise manualmente nas redes sociais Facebook e Instagram, sem acesso às ferramentas internas dessas plataformas, com o auxílio do Google Sheets. Nesta análise, dividi por cores as publicações dos quatro meses estudados (novembro, dezembro, janeiro e, em alguns dos casos, fevereiro), de forma a perceber melhor quais são os meses em destaque. A recolha dos dados, nomeadamente dos gostos nas

publicações do Instagram da CBDU, foi a principal dificuldade que tive ao longo desta tarefa. Em alguns *posts*, só os administradores da página de Instagram da CBDU é que podiam ter acesso ao número de *likes* da publicação. Os gostos estavam ocultados para todas as pessoas. Desta forma, num trabalho demoroso, contabilizei manualmente os gostos das publicações em que os *likes* estavam ocultados, o que complicou a recolha.

Para representar melhor as informações recolhidas da análise das redes sociais, organizei os dados em tabelas, de maneira a interpretar facilmente os números apresentados. A principal tabela estava dividida em cinco categorias (no caso do Instagram) e seis categorias relativamente ao Facebook: a publicação, a data, os gostos, os comentários, as partilhas (apenas no Facebook), e o conceito da publicação. Na coluna da publicação, estava presente o link do *post*. A data refere-se à data em que a publicação foi partilhada. Quanto ao conceito da publicação, introduzi na tabela com o intuito de avaliar e analisar cada publicação detalhadamente, podendo estar relacionado com o destaque daquele *post*. Além disso, elaborei ainda uma pequena tabela com os resultados gerais, onde estava presente o número total de publicações, gostos, comentários e partilhas, bem como uma tabela para as publicações em destaque. Posteriormente, após uma breve reflexão, achei que seria interessante analisar as publicações partilhadas com fotografias e com vídeo, de maneira a examinar se as organizações apostam na criação e partilha de conteúdo audiovisual.

4.2 Análise e discussão de resultados

A FADU Portugal está presente em várias redes sociais. Contudo, esta análise destina-se apenas às plataformas Facebook e Instagram, visto que são as redes sociais mais utilizadas por esta organização desportiva. De acordo com o estudo do Statista⁶, o Facebook continua a ser a rede social com mais utilizadores em todo o mundo, contando com 2,91 bilhões de utilizadores. O Instagram surge como a quarta plataforma mais usada em 2022, atrás do YouTube e do WhatsApp, com 1,47 bilhões de utilizadores. Em maio de 2022, segundo o NapoleonCat⁷, Portugal registava 8 909 100 utilizadores no Facebook, o que representa 87,8% de toda a população. A maioria dos utilizadores dizem respeito ao género feminino (mulheres), com 52,4%. O maior grupo de utilizadores pertencia às pessoas com idades compreendidas entre os 25 e os 34 anos. No Instagram, contabilizam-se 6 001 400 utilizadores em Portugal, representando 59,2% da população portuguesa. Tal como no Facebook, a maioria dos utilizadores são mulheres, com 53,8%, sendo que o maior grupo pertence às pessoas com idades compreendidas entre os 25 e os 34 anos. Em suma, o género feminino é o predominante no Instagram e Facebook em Portugal.

A análise de resultados e a avaliação do impacto das diversas publicações nas redes sociais é muito importante para averiguar se a estratégia de comunicação está a ter efeitos positivos ou negativos.

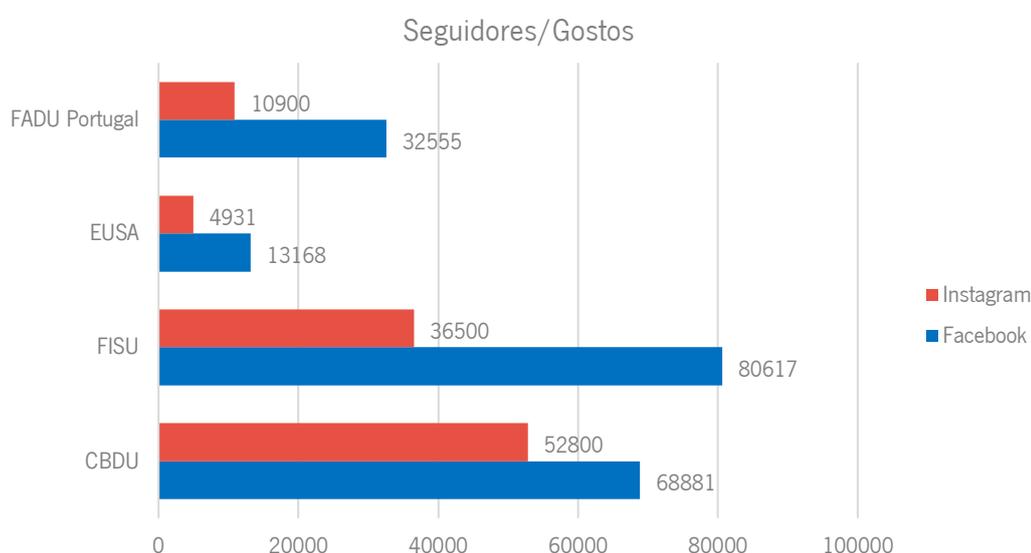


Figura 2 - Gráfico relativo ao n.º de seguidores/gostos no Facebook e Instagram das quatro organizações desportivas

⁶ Dixon, S. (2022, July 26). Most popular social networks worldwide as of January 2022, ranked by number of monthly active users. Statista. <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>

⁷ NapoleonCat. (2022). Social media users in Portugal. <https://napoleoncat.com/stats/social-media-users-in-portugal/2022/05/>

Todas as redes sociais têm objetivos, características e utilizadores diferentes, tal como referido anteriormente. Daí que alguns conteúdos partilhados sejam distintos nas redes sociais e apresentem também diferenças relativamente ao número de gostos/*likes*, comentários e partilhas.

No contexto universitário, a FADU Portugal é uma das organizações desportivas com um número razoável de seguidores/gostos nas páginas de Instagram e Facebook, respetivamente. Em comparação com as organizações desportivas escolhidas para a análise, é possível observar que a FISU e a CBDU apresentam os maiores números de seguidores/gostos (figura 2). No Facebook, todas as organizações possuem um número elevado de gostos, com destaque para a FISU, que conta com 80,6 mil gostos. Este resultado deve-se ao facto da FISU ser uma federação internacional, juntando os gostos de pessoas de todo o mundo. A EUSA, apesar de ser uma organização europeia, possui o menor número de gostos (13,1 mil gostos). A FADU Portugal encontra-se com 32,5 mil gostos e a CBDU com 68,8 mil gostos, números notáveis para as federações nacionais no contexto universitário. Na plataforma Instagram, a CBDU trocou com a FISU e evidencia-se pelo maior número de seguidores (52,8 mil seguidores), como é visível na figura 2. Apesar disso, a FISU conta também com 36,5 mil seguidores, a FADU Portugal com 10,9 mil seguidores e a EUSA com 4931 seguidores. Assim, existem muitas disparidades entre estes números, principalmente ao nível de seguidores/gostos. No entanto, em termos de classificação, os resultados são idênticos nas duas plataformas, com apenas uma troca (a FISU é a organização com mais gostos no Facebook e a CBDU surge logo de seguida; no Instagram, a CBDU é a organização que apresenta o maior número de seguidores e a FISU aparece a seguir).

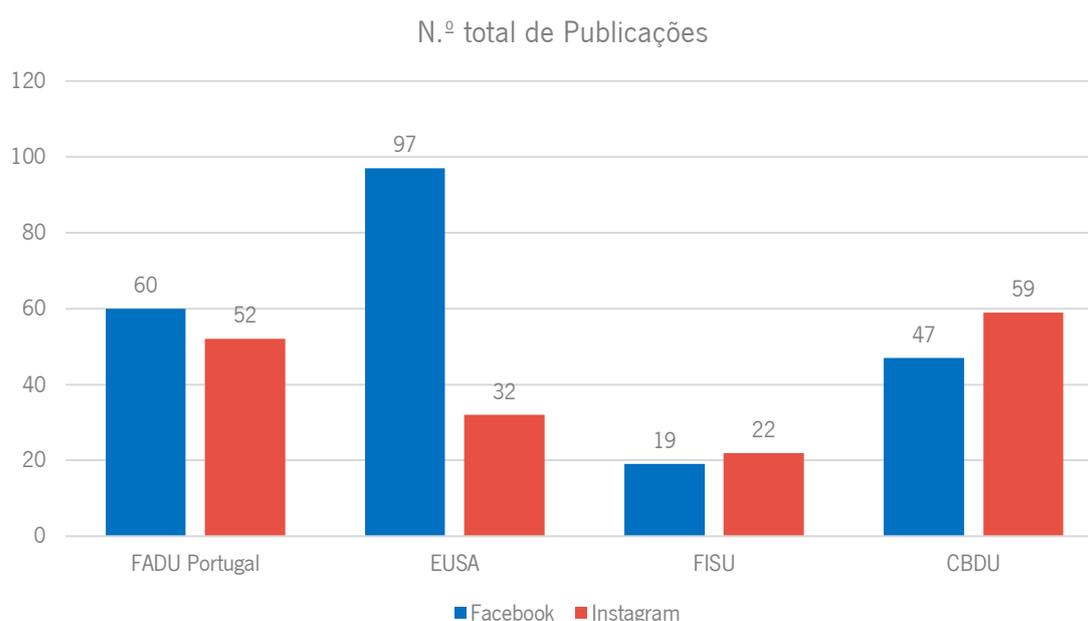


Figura 3 - Gráfico relativo ao n.º total de publicações no Facebook e Instagram nas quatro páginas

Ainda que o número de seguidores/gostos seja um importante indicador, existem também outros elementos relevantes para analisar as redes sociais, como o número de publicações, gostos, comentários e partilhas. Desta forma, como apresentado na figura 3, não há muita discrepância entre o número total de publicações feitas pelas quatro páginas durante o período de recolha dos dados. Todavia, no Facebook, a EUSA sobressai-se em comparação às restantes páginas estudadas, com 97 publicações, destacando-se a partilha de conteúdo institucional. Em contrapartida, apesar da internacionalização e do maior número de gostos na página, a FISU efetuou o menor número de publicações, com apenas 19 *posts*. A CBDU foi a página com mais publicações no Instagram (59 publicações) e a FISU voltou a possuir o número de *posts* mais baixo, com 22 publicações, apostando na publicação de *Reels*. Neste sentido, com o intuito de ter uma visão mais ampla e abrangente destas publicações, procedeu-se ao cálculo da média mensal de publicações. Assim, dividiu-se o número de publicações efetuadas em cada mês pelo número de dias dos meses de novembro, dezembro, janeiro e fevereiro, uma vez que a análise das publicações ocorreu entre o dia 2 de novembro de 2021 e 2 fevereiro de 2022.

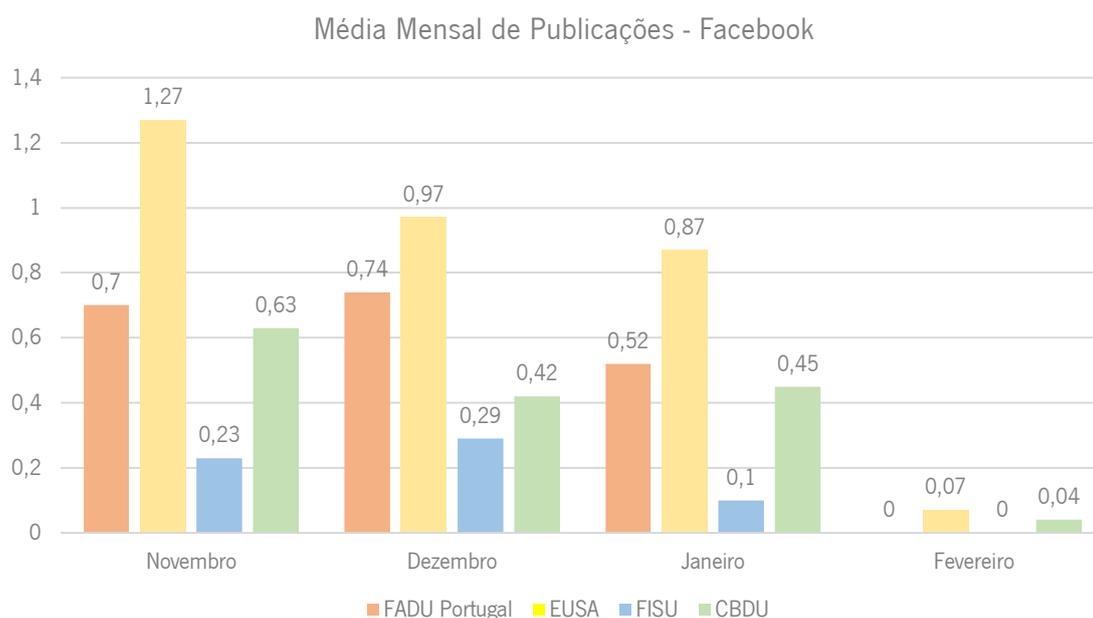


Figura 4 - Gráfico relativo à média mensal de publicações no Facebook

Na rede social Facebook, como mostra a figura 4, é visível que a EUSA apresenta a melhor média de publicações e a FISU a menor média em todos os meses. A média de publicações diminui de mês para mês em quase todos os casos, com exceção da FADU Portugal e da FISU (do mês de novembro para o mês de dezembro) e da CBDU (do mês de dezembro para o mês de janeiro), em que a média subiu ligeiramente. Assim, é possível afirmar que os resultados são idênticos em todos os meses, não havendo muitas alterações. A EUSA e a FISU apresentam

também as maiores descidas de mês para mês em termos de média. De novembro para janeiro, a EUSA teve uma quebra de 0,30 publicações (maior descida, sem contar com o mês de fevereiro, uma vez que não está ao mesmo nível dos restantes meses). Também de dezembro para janeiro, a FISU baixou 0,28 publicações. O mês de fevereiro tem uma particularidade importante, visto que a análise foi apenas efetuada até ao dia 2 de fevereiro de 2022, o que leva a que a média apresentada seja baixa (ou seja, não se realizou a análise do mês completo, daí a grande discrepância com os restantes meses). Deste modo, apenas a EUSA e a CBDU realizaram publicações até ao último dia da análise; a FADU Portugal e da FISU não realizaram nenhuma publicação nesses dois dias analisados do mês de fevereiro, ou seja, não possuem média.

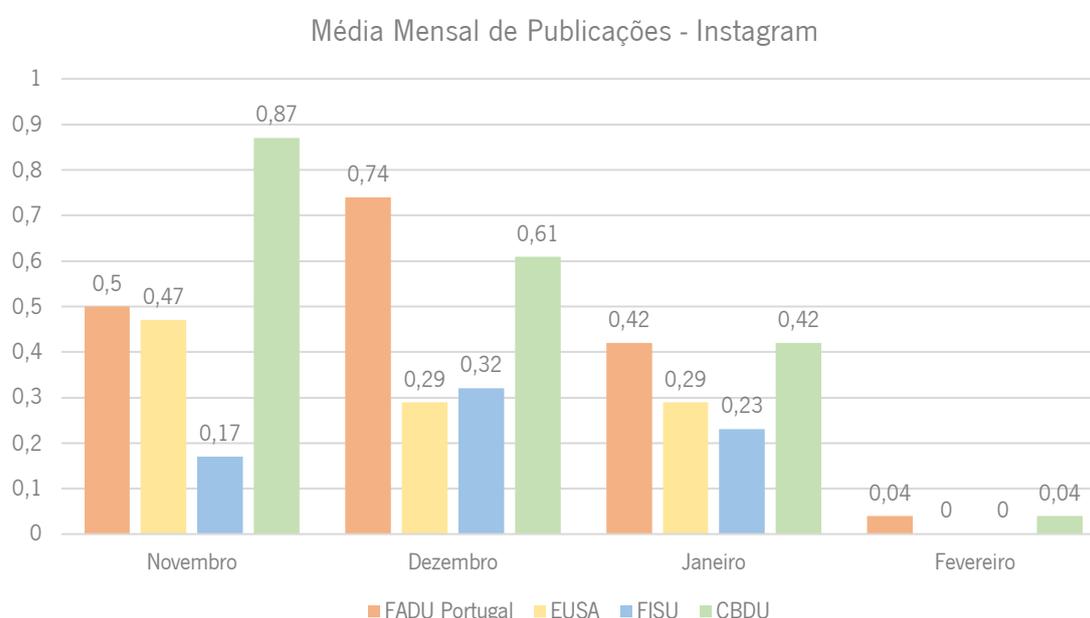


Figura 5 - Gráfico relativo à média mensal de publicações no Instagram

No Instagram, a média mensal de publicações difere de mês para mês. Contudo, a figura 5 indica que a FADU Portugal e a CBDU apresentam as melhores médias, o que pode estar ligado ao planeamento de publicações e à estratégia de comunicação. Em novembro, a CBDU apresentou a melhor média de publicações no Instagram (0,87 publicações). Já em dezembro, a FADU Portugal beneficiou da diminuição de publicações da federação brasileira e atingiu uma média de 0,74 *posts*. Apesar disso, a maior descida pertence à FADU Portugal, que desceu 0,32 publicações de dezembro de 2021 para janeiro de 2022 e à CBDU, que desceu 0,26 publicações de novembro para dezembro.

Registaram-se ainda algumas subidas marcantes, como é o caso da FISU, que subiu 0,15 publicações entre o mês de novembro e dezembro. Nesta figura 5, também é possível observar algumas curiosidades: a EUSA apresenta a mesma média mensal de publicações no mês de dezembro de 2021 e janeiro de 2022; após subidas e descidas, a FADU Portugal e a CBDU apresentam a mesma média mensal de publicações (0,42 publicações) em janeiro e fevereiro de 2022 (visto que no início de fevereiro realizaram o mesmo número de *posts*); tal como no Facebook, a FISU voltou a revelar a média de publicações mais baixa entre todas as páginas em estudo (0,17 publicações em novembro de 2021).

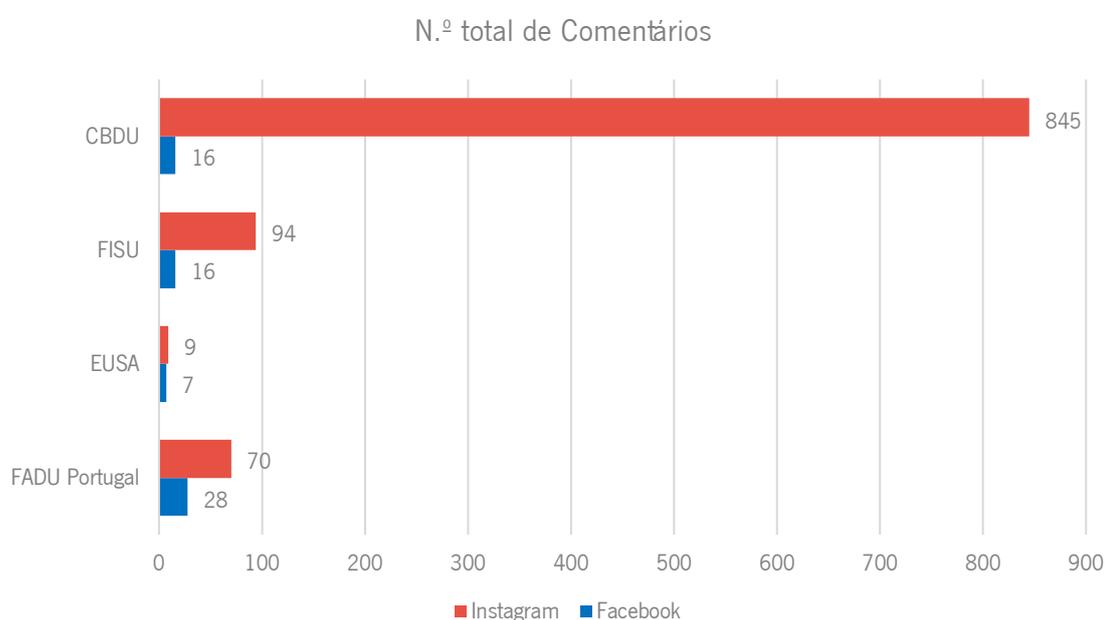


Figura 6 - Gráfico relativo ao número total de comentários no Facebook e Instagram

O número total de comentários apresenta resultados muito diferentes, quer entre o Facebook e Instagram, quer entre as quatro páginas em estudo. Na figura 6, observa-se que a rede social Instagram possui mais comentários que o Facebook, com destaque para a CBDU (845 comentários), para a FISU (90 comentários), e FADU Portugal (70 comentários). Ainda que no próprio Instagram exista uma grande disparidade nos resultados, isto deve-se ao facto da CBDU promover a interação junto do seu público-alvo, através de publicações criativas e participativas.

A divulgação das datas dos Jogos Universitários Brasileiros (JUB's), uma publicação com Sopa de Letras e ainda uma publicação "Que ídolo é que levarias para a seia de Natal?" foram os *posts* mais comentados no Instagram da CBDU. Já no Instagram da FISU, da FADU Portugal e da EUSA, as publicações mais comentadas dizem respeito ao cancelamento da Universidade de

Inverno (24 comentários), à publicação de “Feliz Natal” (11 comentários) e ao aniversário da EUSA (3 comentários), respetivamente. A FADU Portugal é a página com maior número de comentários no Facebook, com 28 comentários. A publicação da FADU Portugal alusiva à nomeação de Manuel Veloso e Filipa Godinho para as comissões da EUSA foi a mais comentado, uma vez que está ligado a pessoas com muita história no contexto do desporto universitário (13 dos 28 comentários são desta publicação). Desta forma, é possível identificar outra discrepância de comentários entre as duas plataformas digitais. Apesar do elevado número no Instagram, a CBDU apresenta apenas 16 comentários no Facebook, os mesmo que a FISU. Já a EUSA, com 9 comentários no Instagram e apenas 7 no Facebook, é a página com o menor número de comentários nas duas redes sociais. No Facebook da FISU, da EUSA e da CBDU, os *posts* mais comentados estão relacionados, novamente, com o cancelamento da Universiade de Inverno (9 comentários), com o recrutamento de voluntários para os EUSA Games (3 comentários) e com o 23.º aniversário da Federação Académica de Desporto do Amapá (5 comentários), ordenadamente. O número das publicações com mais comentários no Facebook e Instagram das quatro páginas está visível na figura 7.

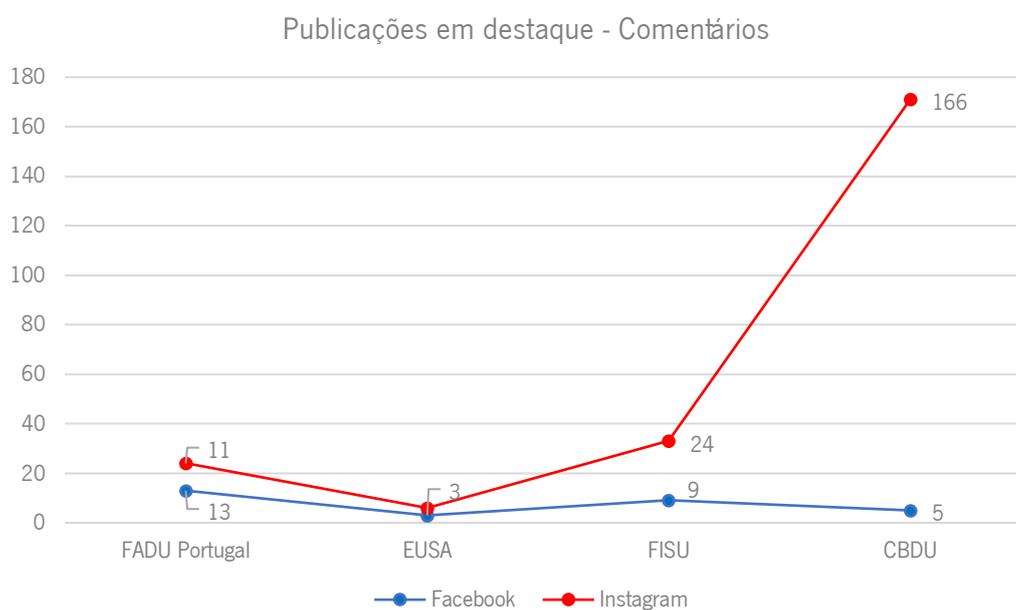


Figura 7 - Gráfico relativo ao número de comentários em destaque no Facebook e Instagram

Relativamente ao número de partilhas, que só se aplica na rede social Facebook, os números continuam a divergir. Desta forma, apesar de não ser a página que conta com mais gostos no Facebook, a FADU Portugal surge no topo da figura 8, com 206 partilhas. A FISU, página com maior número de gostos comparativamente às restantes organizações, aparece logo a seguir, com 192 partilhas. Independente do elevado número de gostos na página de Facebook da CBDU,

esta apenas possui 19 partilhas, sendo a organização com o número mais baixo, o que está intrinsecamente relacionado com a estratégia de comunicação adotada nesta plataforma, que difere com a estratégia adotada no Instagram. Com 76 partilhas, a EUSA, que apresenta o maior número de publicações no Facebook, é a terceira página com mais conteúdos partilhados.

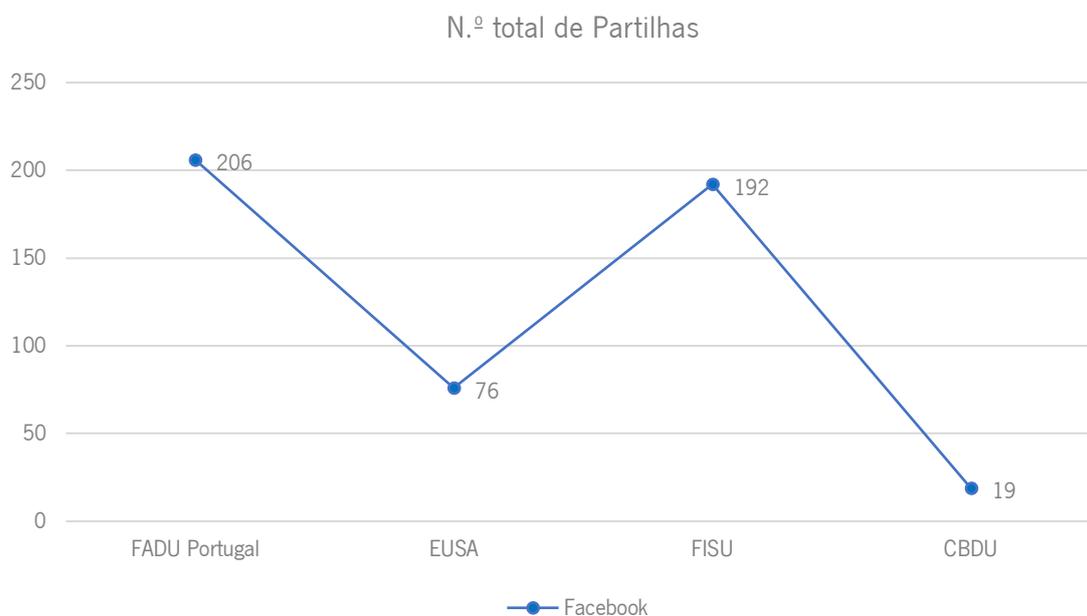


Figura 8 - Gráfico relativo a número total de partilhas no Facebook

Sobre as publicações em destaque no âmbito das partilhas no Facebook, como presente na figura 9, a divulgação do local da Fases Finais CNU's 2021/2022 foi o *post* mais partilhado da federação portuguesa (21 partilhas). O *post* alusivo ao cancelamento da Universiade de Inverno foi o mais partilhado, com 117 partilhas (117 de 192 partilhas no total). Também a divulgação da data e local dos JUB's Praia 2022 foi a publicação mais partilhado na CBDU, com 4 partilhas.

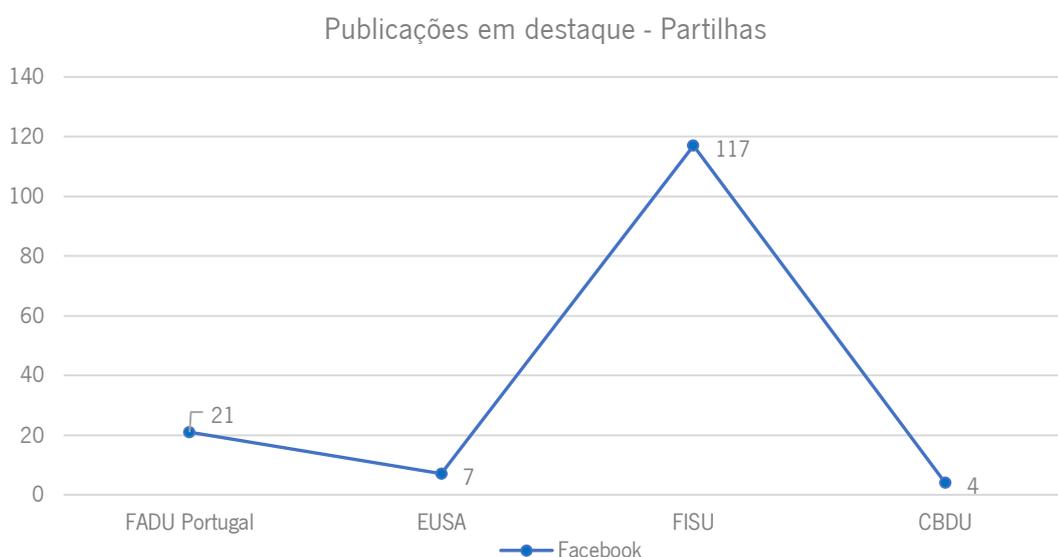


Figura 9 - Gráfico relativo ao número de partilhas em destaque no Facebook

Na EUSA, o conteúdo mais partilhado é relativo à reunião do Comité Executivo desta organização (7 partilhas).

A análise do número total de gostos nas plataformas Facebook e Instagram revelou-se também bastante importante para o estudo. Assim, tal como apresenta a figura 10, o Instagram é a plataforma com o maior número de gostos em todas as páginas, com exceção da EUSA, onde o Facebook se sobrepõe, devido ao número de publicações efetuadas nessa rede social. Desta forma, existe uma diferença abismal entre o número de gostos no Facebook e Instagram da CBDU, da FISU e da FADU Portugal, com destaque para o elevado número no Instagram e para o baixo número no Facebook. No Instagram, a CBDU foi a página com o maior número de gostos (17908 gostos), seguida da FADU Portugal, com 13431 gostos. Com alguma disparidade comparativamente a estas páginas, a FISU entrou também na unidade dos milhares, com 4677 gostos. A EUSA foi a organização com menor número de gostos no Instagram (790 gostos) durante o período de estudo.

Em contrapartida, apesar do baixo resultado no Instagram, a EUSA apresentou o maior número de gostos no Facebook, sendo a única página a passar os 1000 gostos (1049 gostos). A FADU Portugal manteve o título de segunda página com mais gostos, ficando muito perto de alcançar a EUSA (970 gostos). Já a FISU, recebeu 459 gostos no Facebook. Um pormenor interessante está relacionado com o facto da CBDU ser a página com menos gostos no Facebook (286 gostos) e com mais gostos no Instagram, o que pode estar ligado às diferenças estruturais na estratégia de comunicação nas duas plataformas.

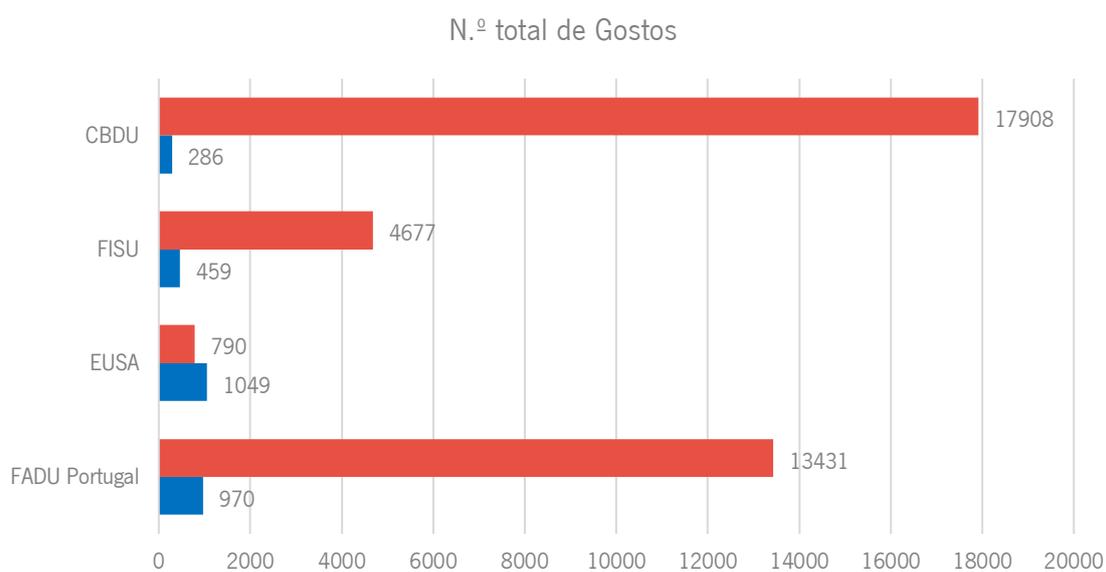


Figura 10 - Gráfico relativo ao número total de gostos no Facebook e Instagram

As publicações em destaque relativamente aos gostos mostram diversos desequilíbrios nas duas plataformas, tal como apresenta a figura 11. O *post* com mais gostos pertence à CBDU (2720 gostos no Instagram) e está relacionada com a divulgação da data e local dos JUB's Praia 2022, através de um vídeo. Neste sentido, é possível verificar o contraste existente entre o Facebook e o Instagram, isto porque a publicação da CBDU com mais reações no Facebook possui apenas 17 gostos, sendo o número mais baixo comparativamente às restantes publicações em destaque. No Instagram, a FADU Portugal (586 gostos) e a FISU (520 gostos) apresentam também bons resultados, ainda que com alguma discrepância em relação à publicação em destaque da CBDU. O *post* mais destacado da FADU Portugal está relacionado com uma reportagem sobre a Taça UA, competição universitária entre cursos da Universidade de Aveiro. Já na FISU, a publicação é relativa a um *Reels* da prova de Esqui Estilo Livre (Freestyle). A publicação com mais gostos no Instagram da EUSA é acerca do seu aniversário e tem 69 gostos.

No que se refere ao Facebook, a publicação da FISU sobre o cancelamento da Universidade de Inverno é a mais gostada com 135 *likes*. O *post* destinado à nomeação de Manuel Veloso e Filipa Godinho, personalidades ímpares no mundo do desporto universitário em Portugal, foi a publicação com mais reações (103 gostos) na FADU Portugal. Quanto à EUSA, a publicação do seu aniversário teve também destaque no Facebook, com 48 gostos. Na página da CBDU, com uma estratégia de comunicação radical em comparação aos conteúdos publicados no Instagram, a publicação em destaque possuiu apenas 17 reações, estando ligada ao apuramento de um atleta universitário brasileiro para os Jogos Olímpicos 2024.

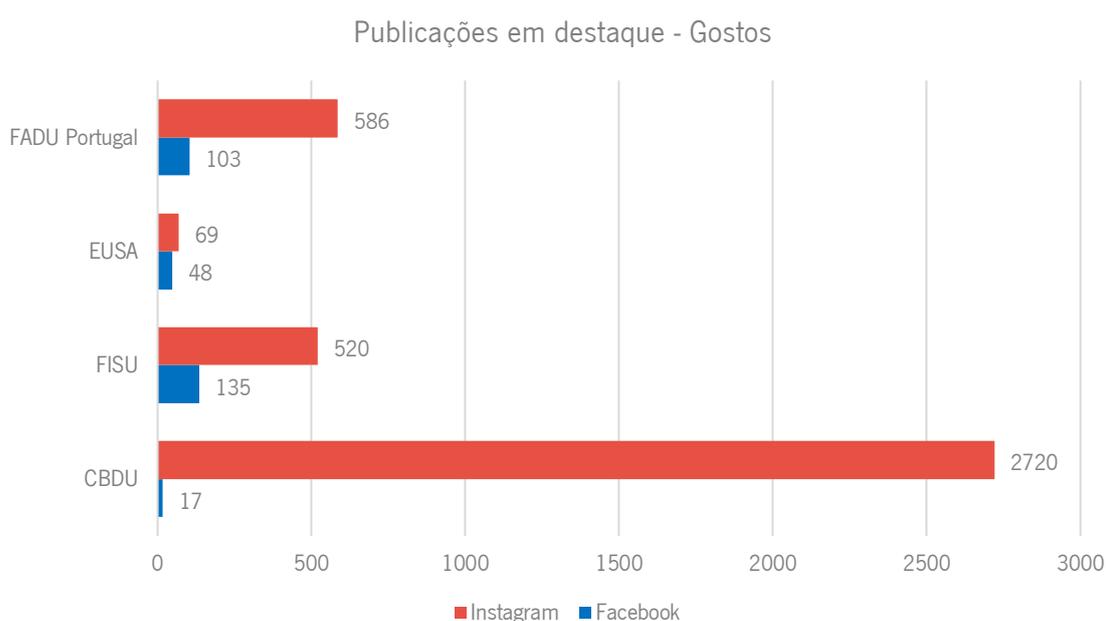


Figura 11 - Gráfico relativo ao número de gostos em destaque no Instagram e Facebook

Tal como foi realizado nas publicações, torna-se relevante calcular a média mensal de gostos, de forma a averiguar os meses em que existiram mais reações nas páginas das quatro organizações. Neste sentido, a figura 12 mostra o número médio de reações nos meses de novembro, dezembro, janeiro e, em certos casos, fevereiro na plataforma Facebook, com destaque para a página da EUSA, que atingiu a média de 17,6 gostos em novembro (maior número). Este número pode estar relacionado com o número de publicações realizadas no Facebook da EUSA, visto que esta organização realizou mais *posts* na rede social. A EUSA teve, assim, a média mais alta de gostos em novembro (segundo-se a FISU, a FADU Portugal e a CBDU, por essa ordem). No entanto, em dezembro e janeiro, a história alterou-se. Dessa maneira, entre novembro e dezembro, a FADU Portugal registou uma subida de 3,9 gostos e atingiu a melhor média de reações em dezembro de 2021 (12,4 gostos). Em janeiro, apesar de uma ligeira descida, a FADU Portugal manteve a maior média de reações em janeiro de 2022, com 10,71 gostos.

Após atingir a maior média de gostos das quatro páginas em todos os meses (17,6 gostos), a EUSA contou com uma elevada descida, passando para uma média de 8,9 gostos em dezembro de 2021 e 7 gostos em janeiro de 2022. Estes números apenas ficaram atrás da FADU Portugal e marcaram uma descida de 8,7 gostos do mês de novembro para dezembro de 2021 (maior descida). A segunda maior descida diz respeito à FISU, também referente entre o mês de novembro e dezembro de 2021 (de 9,6 para 4 gostos, isto é, uma descida de 5,6 gostos). À exceção de novembro, onde alcançou a segunda maior média de gostos (9,6 gostos), a FISU registou uma descida acentuada, chegando a janeiro de 2022 com a média de 1,48 gostos. Entre subidas e descidas mínimas, a CBDU manteve a média mensal de reações em todos os meses, rondando os 2,94 e os 3,17 gostos.

Como aconteceu com a média mensal de publicações, uma vez que a análise foi efetuada apenas até ao dia 2 de fevereiro de 2022, é possível observar que só a EUSA e a CBDU realizaram publicações nesses dois primeiros dias do mês. Ainda assim, a EUSA somou, mais uma vez, a melhor média (1,04 gostos), com as publicações sobre a apresentação dos membros da Direção e o projeto ERASMUS+. A CBDU atingiu uma média de 0,14 gostos em fevereiro de 2022, como refere a figura 12. O único *post* da federação brasileira refere-se às inscrições para a Academia de Líderes da FISU e obteve apenas 4 gostos.

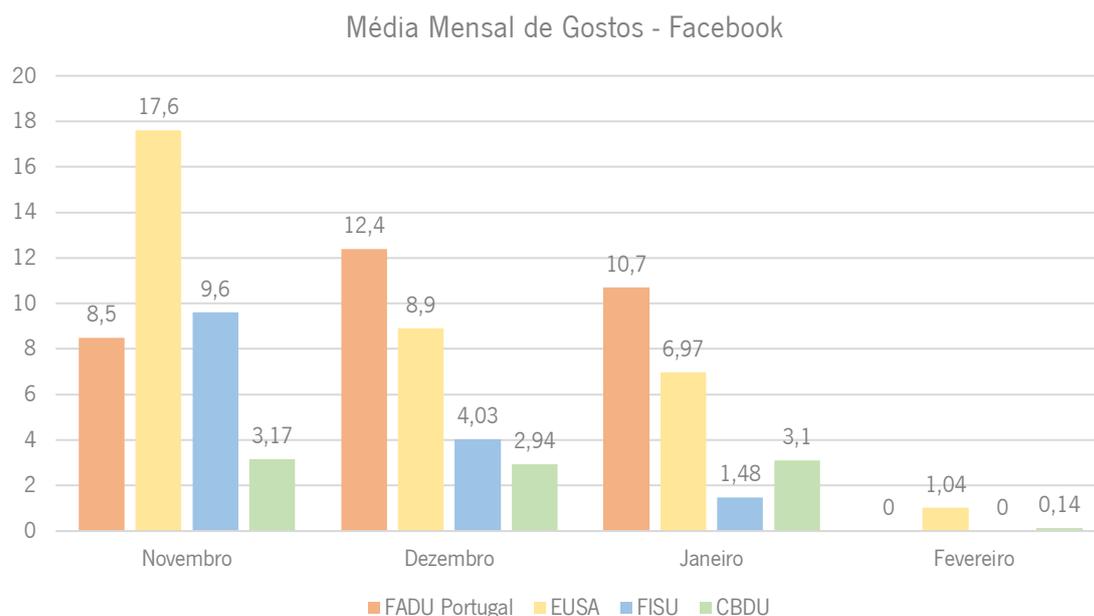


Figura 12 - Gráfico relativo à média mensal de gostos no Facebook

A média mensal de gostos é, em certos casos, muito maior no Instagram do que no Facebook (figura 13). Neste sentido, verifica-se que apenas a FADU Portugal e a CBDU passaram das centenas em todos os meses, com exceção de fevereiro de 2022.

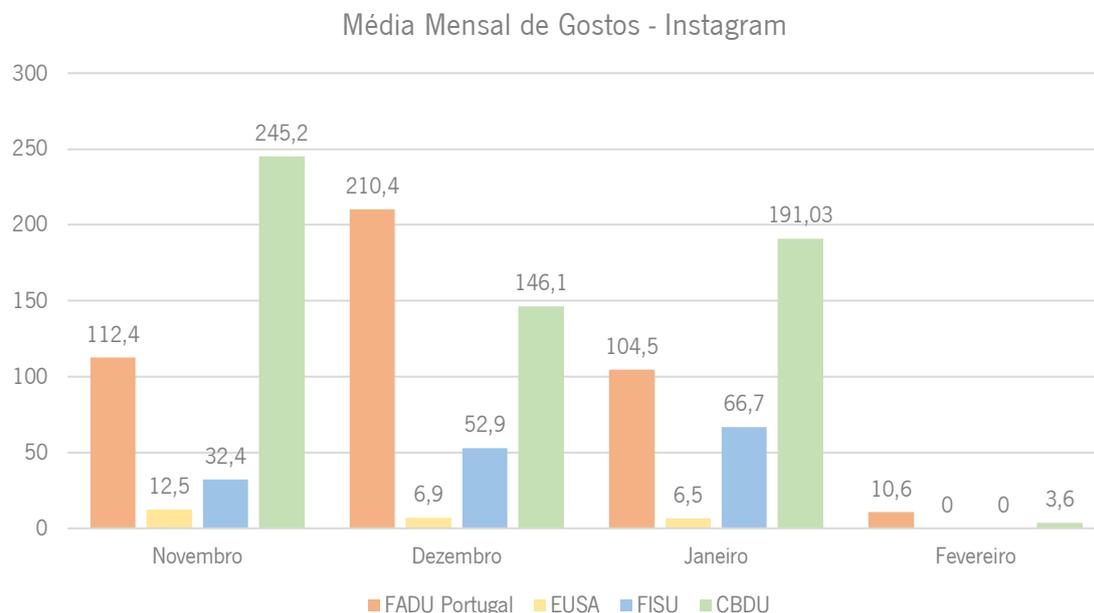


Figura 13 - Gráfico relativo à média mensal de gostos no Instagram

A CBDU é a página com a melhor média mensal de gostos em todos os meses, com 245,23 reações, valor referente ao mês de novembro de 2021. Assim, apesar da grande diferença em novembro, a FADU Portugal duplicou quase o número de gostos em dezembro, atingindo a média mais alta nesse mês e a segunda média mais elevada no geral, com 210,4 gostos. Em

janeiro de 2022, os números da CBDU voltaram a aumentar (191,03 gostos) e os valores da FADU Portugal caíram (104,5 gostos), com a federação brasileira a apresentar novamente a média de reações mais alta. Destaque também para a média mensal de gostos da FISU, que revelou uma subida constante em todos os meses (de 32,4 gostos em novembro de 2021 para 66,7 em janeiro de 2022).

Pelo contrário, a EUSA registou uma descida contínua (de 12,5 gostos em novembro de 2021 para 6,5 gostos em janeiro de 2022), com os valores mais baixo em condições normais da análise. Porém, a maior subida e descida dizem respeito à FADU Portugal. Relativamente à subida, entre novembro e dezembro de 2021, a FADU Portugal aumentou 98,05 gostos na média mensal de reações, sendo o crescimento com mais destaque e proporção (de 112,4 para 210,42 gostos). Quanto à descida, esta decorreu logo no mês seguinte, isto é, entre dezembro de 2021 e janeiro de 2022, com um decréscimo de 105,9 gostos (de 210,42 para 104,52 gostos). Neste seguimento, os motivos que podem estar relacionados com esta subida é o volume de atividades/competições, bem como a época festiva (Natal e Ano Novo) no mês de dezembro. Em contrapartida, devido à época de exames nas instituições de ensino superior e ao confinamento obrigatório de uma semana exigido pelo Governo para evitar a propagação de COVID-19 após as festividades, o mês de janeiro de 2022 teve menos atividade do que o normal, daí a recaída. Nos dois primeiros dias do mês de fevereiro (dias contabilizados para a análise), apenas a FADU Portugal e CBDU realizaram uma publicação. A FADU Portugal partilhou um *Reels* sobre o resumo do CNU Atletismo Pista Coberto, umas das competições com mais participantes, que teve 297 gostos. Já a CBDU atingiu os 100 gostos com a publicação acerca da inscrição para a Academia de Líderes da FISU.

Formato das publicações - Instagram (FADU Portugal)

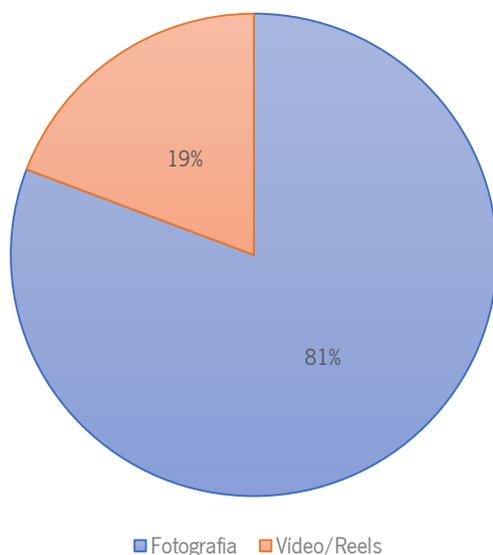


Figura 14 - Gráfico relativo à percentagem do formato das publicações no Instagram da FADU Portugal

Em conjunto com a análise de publicações, gostos, comentários e partilhas nas redes sociais em estudo, observou-se também o formato das publicações, isto é, o formato escolhido na realização do *post*. Assim, é possível examinar que a fotografia é o formato mais utilizado por todas as organizações nas duas plataformas digitais, exceto no Instagram da FISU (onde os vídeos/*Reels* estão em maior quantidade). Contudo, apesar da predominância do conteúdo fotográfico na partilha de publicações, existem algumas diferenças entre os números apresentados no Instagram e Facebook. Isto pode estar ligado à adaptação da estratégia de comunicação para as diferentes plataformas e tipos de público. No Instagram, como presente na figura 14, a FADU Portugal realizou 42 publicações com fotografias (81%) e apenas 10 com vídeos/*Reels* (19%). Porém, no Facebook, a figura 15 mostra um aumento do formato fotográfico (53 publicações – 88%) e uma diminuição dos conteúdos de vídeo (7 publicações, 12%). Ainda que o número de publicações tenha sido ligeiramente maior no Facebook (mais 8 publicações), estes resultados traduzem uma maior aposta em conteúdos de vídeo no Instagram, podendo estar relacionado com a “explosão” da recente funcionalidade *Reels*.

Formato das publicações - Facebook (FADU Portugal)

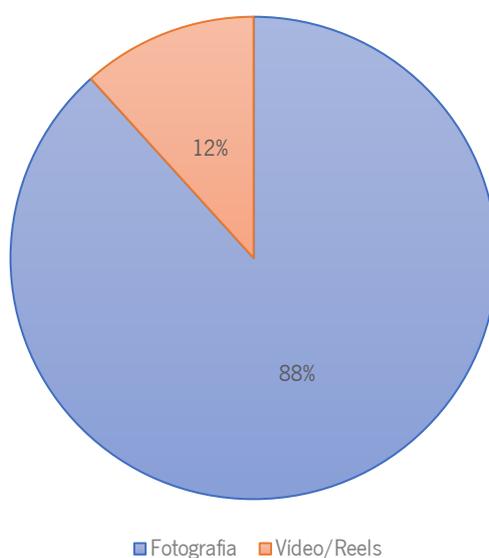


Figura 15 - Gráfico relativo à percentagem do formato das publicações no Facebook da FADU Portugal

Formato das publicações - Instagram e Facebook (EUSA)

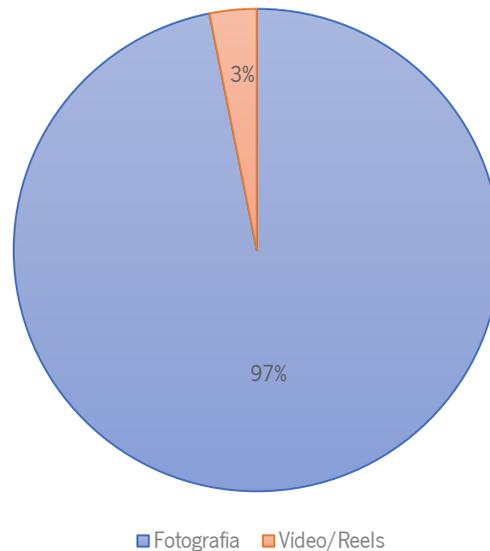


Figura 16 - Gráfico relativo à percentagem do formato das publicações no Instagram e Facebook da EUSA

Os resultados sobre o formato das publicações do Facebook e Instagram da EUSA são curiosos, uma vez que apresentam a mesma percentagem nas duas plataformas, como indica a figura 16. Porém, embora possuam os mesmos resultados em termos percentis, a EUSA revela números muito diferentes nas duas redes sociais. No caso do Instagram, de 32 publicações no total, a organização europeia apenas partilhou um conteúdo de vídeo (3%), sendo os restantes fotográficos (31 publicações com fotografias, que corresponde a 97%). Quanto ao Facebook, as publicações com fotografias voltaram a estar em destaque (94 publicações, que representa 97%). Foram apenas divulgados 3 conteúdos de vídeo (3%) num total de 97 publicações. Assim, verifica-se que os resultados são os mesmos no Instagram e Facebook da EUSA quando se trata de percentagem, mas demonstram-se muito diferentes em números concretos do estudo.

Formato das publicações - Instagram (FISU)

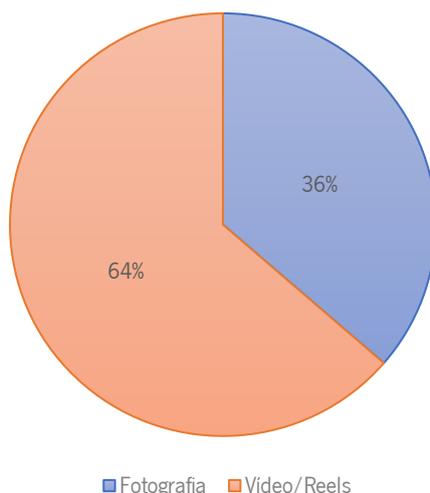


Figura 17 - Gráfico relativo à percentagem do formato das publicações no Instagram da FISU

A FISU é a página com maior percentagem no Instagram e Facebook em relação ao formato de vídeo nas publicações. Neste sentido, tal como exhibe a figura 17, os *posts* com vídeos estão em maioria na rede social Instagram (14 publicações, que representa 64%). Desta forma, a FISU realizou apenas 8 publicações com o formato de fotografia, correspondendo a 36%. Ao longo da análise, entre as plataformas Instagram e Facebook das quatro páginas em estudo, apenas o Instagram da FISU possui mais publicações com vídeos do que fotografias. No Facebook da FISU, tal como refere a figura 18, os números alteram-se novamente, onde os conteúdos com fotografias voltam a estar em evidência (12 publicações com fotografias, representando 63%). Em contrapartida, ainda que seja a organização com mais vídeos partilhados no Facebook comparativamente às outras três páginas (7 vídeos), este número não foi o suficiente para ser o formato mais utilizado, correspondendo a 37%.

Formato das publicações - Facebook (FISU)

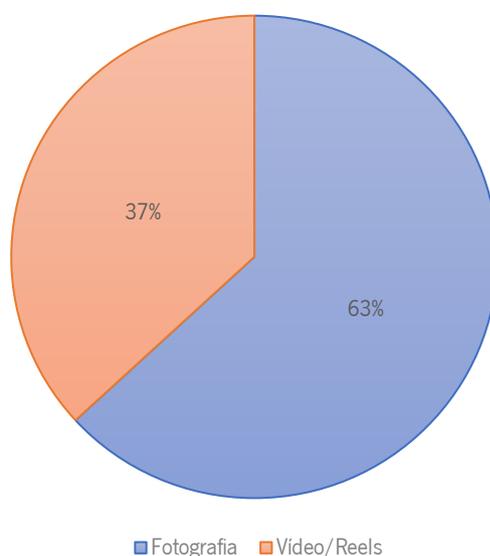


Figura 18 - Gráfico relativo à percentagem do formato das publicações no Facebook da FISU

Formato das publicações - Instagram (CBDU)

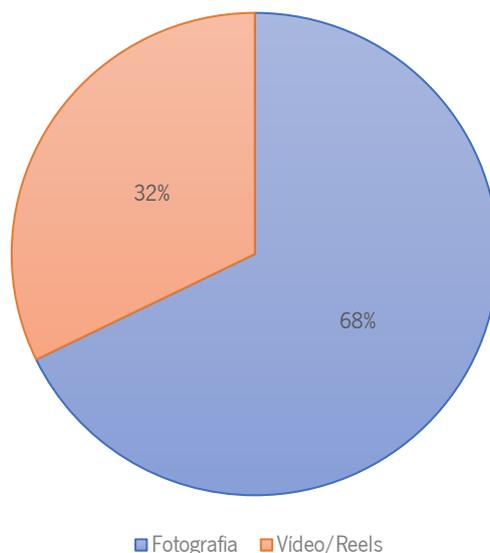


Figura 19 - Gráfico relativo à percentagem do formato das publicações no Instagram da CBDU

Por último, de 59 publicações, a CBDU efetuou 40 *posts* com formato de fotografia no Instagram, o que simboliza 68% (figura 19). Dessa forma, a CBDU partilhou 19 publicações com vídeos (32%), sendo a organização com o maior número de conteúdos videográficos na respetiva rede social. Ainda assim, este resultado apresenta dados interessantes em termos comparativos, visto que a FISU atingiu os 64% no Instagram com a partilha de apenas 14 vídeos. No Facebook, a análise foi fácil de fazer. Como indica a figura 20, a CBDU não partilhou qualquer conteúdo com o formato de vídeo, isto é, todas as publicações utilizaram meramente fotografias (47 publicações, equivalendo a 100%). O facto da CBDU não partilhar conteúdos de vídeo no Facebook pode estar relacionado com a estratégia de comunicação adotada para aquela rede social em específico. Ou seja, a CBDU adaptou os conteúdos a publicar a esta rede social mais institucional.

Formato das publicações - Facebook (CBDU)

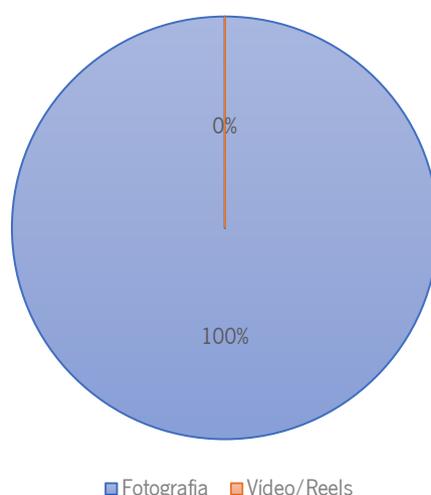


Figura 20 - Gráfico relativo à percentagem do formato das publicações no Facebook da CBDU

O Instagram é uma plataforma social de comunicação direta e que promove cada vez mais a interação com outros utilizadores, a partir das funcionalidades, como as reações a uma *story* ou da facilidade em meter gosto numa publicação – dois cliques em cima de uma fotografia inserem automaticamente gosto na publicação. Este “domínio” do Instagram sobre o Facebook pode estar relacionado com algumas tendências. Neste sentido, as diversas gerações (Z, Millennials, X e Baby Boomers) apresentam bastantes diferenças quanto ao uso de redes sociais. Assim, apesar do consumo do Facebook por parte de todas as gerações (ainda que com utilizações meramente informativas em certos casos), destaca-se a utilização do Instagram pela Geração Z (nascidos entre 1995 e 2012, que segundo um estudo da Milenar⁸, preferem o Instagram ao Facebook, considerando este último “ultrapassado”). Dessa maneira, o Instagram é a rede social mais utilizada pela Geração Z (rede mais utilizada por 91% dos inquiridos no estudo). Já o Facebook, surge como a terceira rede social mais utilizada (48%), atrás do Instagram e do WhatsApp.

Ao longo da análise, há resultados que se mostram bastante interessantes de comparar quando se observam as quatro organizações no mesmo plano. Dando o exemplo da EUSA, que é a Associação Europeia do Desporto Universitário, presumia-se que esta tivesse mais impacto e visibilidade que a FADU Portugal, pelo facto de ser organização nacional. Contudo, devido às estratégias de comunicação implementadas, a FADU Portugal consegue alcançar quase o dobro das pessoas da EUSA, devido ao facto de não possuir um plano de comunicação. O mesmo não se pode aplicar à FISU. Ainda que os resultados da FADU Portugal se aproximem, em certos casos, aos resultados da FISU, é importante salientar que esta abrange diversas páginas referentes aos Campeonatos Mundiais Universitários realizados, sendo que a gestão dessas mesmas redes sociais está a cargo das comissões organizadoras locais.

Há cada vez mais pessoas nas redes sociais. As pessoas prestam atenção aos conteúdos que surgem no *feed* e à maneira como esse conteúdo surge. Daí que as redes sociais possam ser utilizadas como ferramentas para aumentar a visibilidade de uma organização. Hoje, existem profissionais que trabalham única e exclusivamente nas redes sociais, seja na criação de conteúdo, seja na avaliação de métricas para alcançar ainda mais utilizadores/seguidores. Aquilo que é lazer ou entretenimento para muitos, é também trabalho árduo e sério para outros. As redes sociais não são uma moda. Elas são como a moda, isto é, não acabam, sempre com novas atualizações que cativem mais utilizadores. O mundo digital continua a crescer, numa estrada onde (ainda) não se vê o fim. As redes sociais são a “cara” e a imagem da organização.

⁸ Milenar. (2021). A Geração Z, Estudo das Tendências Digitais. https://milenarmedia.pt/Geracao_Z.pdf

5. Considerações finais

Seja qual for a organização, é perceptível o impacto, a influência e os efeitos positivos das redes sociais junto do público em geral, quando utilizadas com critério. Ainda assim, há que ter em consideração os objetivos e os diferentes públicos das redes sociais. Apesar do Facebook possuir mais seguidores nas quatro páginas analisadas do que no Instagram, observa-se que a interação e o impacto no Facebook ficam aquém das expectativas. Isto porque as páginas no Instagram, na maior parte dos casos, conseguem atingir um número elevado de utilizadores, quer nos gostos das publicações, quer nos comentários. Além disso, verifica-se que as publicações com mais destaque, bem como a média mensal de gostos em ambas as plataformas apresentam uma enorme discrepância entre o Instagram e o Facebook. Quanto à média mensal de publicações, esta é semelhante nas duas plataformas, visto que a replicação de conteúdos nas duas redes sociais é uma “estratégia” muito utilizada pelas organizações. A fotografia é o formato mais utilizado nas duas plataformas sociais. Contudo, assiste-se a um aumento das publicações realizadas com vídeos no Instagram, muito devido à recente funcionalidade *Reels*.

A análise dos resultados das publicações nas redes sociais é um fator preponderante para avaliar se uma determinada estratégia de comunicação está a surtir um impacto positivo ou negativo. Neste sentido, recomenda-se que todas as organizações elaborem uma análise regular destes resultados e produzam relatórios detalhados e específicos sobre os vários aspetos das publicações nas plataformas sociais, de forma que os *posts* estejam alinhados com os interesses do público. Isto leva também à importância da realização de um *debriefing*, que tem por base potencializar a aprendizagem por meio da experiência. Neste sentido, o *debriefing* é essencial para identificar onde ocorreu a falha e entender os motivos da falha ter acontecido. Assim, é possível encontrar alternativas para melhorar os resultados.

Quanto ao estágio curricular realizado na FADU Portugal, considero que foi uma experiência enriquecedora e desafiante, pois levou-me a sair da zona de conforto a todos os níveis. Apesar de todas as dificuldades, acredito que fui proativo na busca de soluções e também a desenvolver conhecimentos mais abrangentes sobre as determinadas áreas de atuação da FADU Portugal. No entanto, lamento não ter sido possível utilizar na análise todos os *insights* disponíveis pelo Facebook e pelo Instagram da FADU Portugal, isto é, os dados estatísticos disponibilizados por estas plataformas, que contribuiriam para uma análise mais profunda e completa. Contudo, ainda que com alguns constrangimentos, a análise desempenhou um papel relevante, permitindo responder à pergunta de partida.

No caso da FADU Portugal, considero que estão num bom caminho nesta área e têm aproveitado os eventos com mais visibilidade (eventos internacionais) para reforçarem a organização no digital, algo que não ocorre em outras organizações. A FADU Portugal está a ter um desempenho muito satisfatório quanto à gestão e aproveitamento das redes sociais para atingir uma maior visibilidade. Porém, apesar de ainda haver alguns aspetos a melhorar, considero que a FADU Portugal deve ter um importante papel na análise da sua presença online, não contabilizando/observando apenas os gostos que se tem nas publicações.

Em suma, as redes sociais podem contribuir para uma maior interação com as organizações desportivas. Tal como referido anteriormente, as redes sociais são, atualmente, o principal 'representante' de uma organização no mundo online e digital, atingindo pessoas de todo o mundo. Existem cada vez mais plataformas sociais e, por sua vez, cada vez mais utilizadores. Logo, torna-se relevante que organizações usufruam e aproveitem as redes sociais, de modo a desenvolver a interação com o seu público-alvo e *stakeholders*. Independente da área de abrangência e da quantidade de pessoas com que interage – sejam dezenas, centenas ou milhares, entre outros – acredito que seja importante que uma organização local, regional, nacional e internacional esteja presente nas plataformas sociais. Contudo, com o intuito de reforçar a imagem e a interação com a organização, é necessário marcar presença de forma assídua e participativa socialmente, dispondo de uma estratégia de comunicação bem definida e segmentada para o seu público e potenciais interessados. Hoje, as redes sociais permitem interagir em tempo real e visualizar essas mesmas reações – positivas ou negativas - de forma imediata, seja através de gostos, comentários, partilhas ou até mesmo do número de seguidores (cancelamento ou aumento de seguidores). No entanto, estas plataformas sociais permitem ainda avaliar as interações e os resultados, com o objetivo de analisar detalhadamente a estratégia de comunicação – os conteúdos que tiveram sucesso ou não – e implementar uma nova estratégia baseada nestas métricas. Assim, a avaliação e análise destas métricas (a longo prazo) permitem também contribuir para uma maior e melhor interação com as organizações desportivas. As redes sociais navegam a grande velocidade, fornecendo formas inimagináveis de criar proximidade com o público. Estas permitem uma rápida e fácil disseminação de informação e interação, sendo uma ferramenta de comunicação imprescindível para as organizações, em certas áreas de atuação.

Este relatório engloba diversos conhecimentos adquiridos através da análise e discussão de dados, da revisão de literatura e da reflexão sobre a experiência de estágio, evidenciando o contributo das redes sociais para a visibilidade das organizações desportivas.

Referências

Achen, R. M. (2016). The Influence of Facebook Engagement on Relationship Quality and Consumer Behavior in the National Basketball Association. *Journal of Relationship Marketing*, 15(4), 247–268. <https://doi.org/10.1080/15332667.2016.1209054>

Al-Badi, A. H., & Al-Qayoudhi, W. S. (2014). The Adoption Of Social Networks In Business: Study Of Users And Potential Users In Oman. *International Business & Economics Research Journal (IBER)*, 13(2), 401-418. <https://doi.org/10.19030/iber.v13i2.8457>

Appel, G., Grewal, L., Hadi, R. et al. (2020). The future of social media in marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 48, 79-95. <https://doi.org/10.1007/s11747-019-00695-1>

Araújo, R. (2011). Internet e Educação: A Compressão Espaço-Temporal e o Civismo. São Paulo. *E-Legis - Revista Eletrônica Do Programa De Pós-Graduação Da Câmara Dos Deputados*, 7(7), 59-72. Retirado de <https://doi.org/10.51206/e-legis.v7i7.89>

Argenti, P. A. & Barnes, C. M. (2011). *Sobrevivendo na selva da Internet: como fazer uma comunicação poderosa na Web e proteger a reputação de sua empresa*. São Paulo: Gente.

Baer, J. (2016). *Hug your Haters: How to Embrace Complaints and Keep Your Customers*. New York: Penguin Random House. Retirado de <https://books.google.pt/books?id=yxXVCQAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=pt-%20PT#v=onepage&q&f=false>

Baleizão, A. (2013). *Comunicação no desporto: estratégia de relações públicas para a divulgação da natação sincronizada em Portugal*. Trabalho de projeto. Escola Superior de Comunicação Social, Instituto Politécnico de Lisboa, Lisboa, Portugal. Retirado de <http://hdl.handle.net/10400.21/3391>

Ballouli, K. (2012). It's a Whole New Ballgame: How Social Media is Changing Sports. *Sport Management Review*, 15(3), 381–382. Retirado de <https://doi.org/10.1016/j.smr.2012.02.008>

Barichello, E. M. (2014). Mídia e cultura nas organizações da contemporaneidade: processo de mediação como matriz de práticas sociais. In M. Marchiori (Ed.), *Contexto Organizacional Mediado* (pp. 37-43). Rio de Janeiro: Difusão.

Bayer, J. B., Triêu, P., & Ellison, N. B. (2020). Social Media Elements, Ecologies, and Effects. *Annual Review of Psychology*, 71, 471–497. <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-010419-050944>

Billings, A. C., Butterworth, M. L., & Turman, P. D. (2017). *Communication and sport: Surveying the field*. Thousand Oaks: SAGE Publications Inc. Retirado de https://books.google.pt/books?id=Q-iVDgAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=pt-PT&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Boehmer, J. & Lacy, S. (2014). Sport News on Facebook: The Relationship Between Interactivity and Readers' Browsing Behavior. *International Journal of Sport Communication*, 7(1), 1–15. Retirado de <https://doi.org/10.1123/ijsc.2013-0112>

Boyd, D., & Ellison, N. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholars. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230. Retirado de <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>

Camargo, V. (2001). Comunicação Esportiva: Fluxos Convergentes entre as Ciências da Comunicação e o Esporte. *Motrivivência – Revista de Educação Física, Esporte, Lazer e Mídia*, 17. Retirado de <https://periodicos.ufsc.br/index.php/motrivivencia/article/view/5936>

Castells, M. & Cardoso, G. (2005). *The Network Society: From Knowledge To Policy*. Washington, DC: Johns Hopkins Center for Transatlantic Relations. Retirado de https://www.researchgate.net/publication/301788885_The_Network_Society_From_Knowledge_to_Policy

Centro Nacional de Cibersegurança. (2021). Boas práticas nas redes sociais. Retirado de <https://www.cnccs.gov.pt/pt/boas-praticas-nas-redes-sociais/#dados>

Chizzotti, A. (2018). *Pesquisa em Ciências Humanas e Sociais*. São Paulo: Cortez Editora.

Cintra, A. (2022, 27 de julho) Descubra a frequência com que sua marca deve postar em cada rede social. Post Digital. [Post em blogue]. Retirado de <https://www.postdigital.cc/blog/artigo/descubra-a-frequencia-com-que-sua-marca-deve-postar-em-cada-rede-social>

Corrêa, M & Rozados, H. (2017). A netnografia como método de pesquisa em Ciência da Informação. *Encontros Bibli*, 22, 1-18. <https://doi.org/10.5007/1518-2924.2017v22n49p1>

Coursaris, C. K., Van Osch, W., Balogh, B. A. (2016). Do Facebook Likes Lead to Shares or Sales? Exploring the Empirical Links between Social Media Content, Brand Equity, Purchase Intention, and Engagement. *49th Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS)*, 3546-3555. <https://doi.org/10.1109/HICSS.2016.444>

Coutinho, C. & Chaves, J. (2002). O estudo de caso na investigação em Tecnologia Educativa em Portugal. *Revista Portuguesa de Educação*, 15(1), 221-243. Retirado de <https://hdl.handle.net/1822/492>

Coutinho, C. P. (2014). *Metodologia de Investigação em Ciências Sociais e Humanas: Teoria e Prática*. Coimbra: Edições Almedina.

Dixon, S. (2022, 26 de julho). Most popular social networks worldwide as of January 2022, ranked by number of monthly active users [Post em blogue]. Statista. Retirado de <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>

Dolan, R., Conduit, J., Frethey-Bentham, C., Fahy, J. & Goodman, S. (2019). Social media engagement behavior: A framework for engaging customers through social media content. *European Journal of Marketing*, 53(10), 2213–2243. Retirado de <https://doi.org/10.1108/EJM-03-2017-0182>

Ellison, N. & Boyd, D. (2013). Sociality Through Social Network Sites. In W. Dutton (Ed.), *The Oxford Handbook of Internet Studies* (pp. 151-172). Oxford: Oxford University Press.
<https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199589074.013.0008>

Felix, R., Rauschnabel, P. A. & Hinsch, C. (2017). Elements of strategic social media marketing: A holistic framework. *Journal of Business Research*, 70, 118-126.
<https://doi.org/10.1016/j.ibusres.2016.05.001>

Fjeld, K. & Molesworth, M. (2006). PR practitioners' experiences of, and attitudes towards, the internet's contribution to external crisis communication. *Corporate Communications: An International Journal*, 11(4), 391-405. <https://doi.org/10.1108/13563280610713860>

Fincher, D. (Realizador). (2010). *The Social Network* [Filme]. Estados Unidos da América: Columbia Pictures.

Fiske, J. (2002). *A Introdução ao Estudo da Comunicação*. Porto: Edições Asa.

Gerring, J. (2004). What Is a Case Study and What Is It Good for?. *American Political Science Review*, 98(2), 341-354. <https://doi.org/10.1017/S0003055404001182>

Gonçalves, M. & Alturas, B. (2017). Utilização das redes sociais online para promoção de serviços: o caso dos ginásios em Portugal. In A. Rocha, B. Alturas, C. J. Costa, L. P. Reis & M P. Cota (Eds.), *12th Iberian Conference on Information Systems and Technologies, CISTI 2017* (pp. 1797-1802). Lisboa: IEEE. Retirado de <https://doi.org/10.23919/CISTI.2017.7975778>

Guba, E. G. & Lincoln, Y. S. (1994). Competing paradigms in qualitative research. In N. K. Denzin & Y.S. Lincoln (Eds). *Handbook of qualitative research* (pp. 105-117). Thousand Oaks: Sage Publications, Inc.

Hambrick, M. E. & Kang, S. J. (2015). Pin It: Exploring How Professional Sports Organizations Use Pinterest as a Communications and Relationship-Marketing Tool. *Communication & Sport*, 3(4), 434–457. Retirado de <https://doi.org/10.1177/2167479513518044>

Hopwood, M., Kitchin, P. & Skinner, J. (2010). *Sport Public Relations and Communication*. Oxford: Butterworth-Heinemann Publications. Retirado de https://books.google.pt/books?id=ZJ6Bovd6OmAC&printsec=frontcover&hl=pt-PT&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Kaplan, A. & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>

Kozinets, R. V. (2010). *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*. Londres: Sage Publications, Inc.

Lévy, P. (2001) *O que é o virtual?*. Coimbra: Quarteto.

Liga Portugal. (2022). Mais Futebol, Menos Ódio – Um lema de todos. Retirado de <https://www.ligaportugal.pt/pt/epocas/20222023/noticias/institucional/mais-futebol-menos-odio-um-lema-de-todos?bck=L3B0L2hvbWwYWdlLw>

Lopes, M. (2018). *As instituições culturais e os social media: uma análise da presença da Fundação Serralves nas redes sociais*. Relatório de Estágio, Universidade do Minho, Braga, Portugal. Retirado de <https://hdl.handle.net/1822/59398>

Marktest. (2022). Os Portugueses e as Redes Sociais 2022. Retirado de <https://www.marktest.com/wap/a/grp/p~96.aspx>

Marques, V. (2016). *Redes Sociais 360: Como Comunicar Online*. Portugal: Actual Editora.

Milenar. (2021). A Geração Z, Estudo das Tendências Digitais. Retirado de https://milenarmedia.pt/Geracao_Z.pdf

Moriconi, M. & Almeida, J. (2021). Nuevas tecnologías y apuestas deportivas online: terreno fértil para fraudes y crímenes. *Sociologia, Problemas e Práticas*, 96, 93-116. Retirado de <https://doi.org/10.7458/SPP20219619794>

NapoleonCat. (2022). Social media users in Portugal. Retirado de <https://napoleoncat.com/stats/social-media-users-in-portugal/2022/05/>

Pedersen, P. M., Miloch, K., & Laucella, P. (2007). *Strategic sport communication*. Champaign: Human Kinetics Publishers. Retirado de https://books.google.pt/books?id=DJOm9pVzaqAC&printsec=frontcover&hl=pt-PT&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Pereira, A. (2015). *O Papel das Redes Sociais no desempenho das PME: Região de Trás-os-Montes e Alto Douro*. Dissertação de Mestrado, Universidade da Beira Interior, Covilhã, Portugal. Retirado de <http://hdl.handle.net/10400.6/6042>

Pires de Sá, F. (2018). Pesquisando co-viewing em redes sociais e aplicativos de mensagem instantânea: ética e desafios. *Comunicação e Sociedade*, 33, 391-408. [https://doi.org/10.17231/comsoc.33\(2018\).2923](https://doi.org/10.17231/comsoc.33(2018).2923)

Pronschinske, M., Groza, M., & Walker, M. (2012). Attracting Facebook 'Fans': The Importance of Authenticity and Engagement as a Social Networking Strategy for Professional Sport Teams. *Sport Marketing Quarterly*, 21(4), 221-231. Retirado de https://www.researchgate.net/publication/285494574_Attracting_Facebook_'fans'_The_importance_of_authenticity_and_engagement_as_a_social_networking_strategy_for_professional_sport_teams

Recuero, R. (2009). *Redes sociais na internet*. Porto Alegre: Sulina.

Remelgado, A. (2014) *Estratégias de Comunicação em Museus: Instrumentos de Gestão em Instituições Museológicas*. Tese de Doutoramento, Faculdade de Letras da Universidade do Porto, Porto, Portugal. Retirado de <https://repositorio-aberto.up.pt/handle/10216/109315>

Salpico, C. (2018). *A presença do jornalismo desportivo nas redes sociais*. Dissertação de Mestrado, Escola Superior de Educação e Ciências Sociais, Instituto Politécnico de Portalegre, Portalegre, Portugal. Retirado de <http://hdl.handle.net/10400.26/28402>

Santaliestra, R. (2007). *A formação de redes sociais eletrônicas e o papel estruturante do software livre de código aberto: o caso da Fundação Telefônica*. Dissertação de Mestrado, Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, Brasil. Retirado de <http://hdl.handle.net/10438/5500>

Santos, R. (2021). *A COVID-19 no Desporto: Estratégias de Comunicação dos Clubes Portugueses no Facebook durante a Pandemia*. Dissertação de Mestrado, Universidade Europeia, Lisboa, Portugal. Retirado de <http://hdl.handle.net/10400.26/39410>

Serbanica, D., & Constantinescu, M. (2016). Using Public Relations in Sports. *Romanian Journal of Marketing*, 11(2), 30-35. Retirado de https://www.researchgate.net/publication/305044397_Using_public_relations_in_sports

Serra, P. (2006). *Internet e interactividade*. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação. Universidade da Beira Interior. Retirado de <http://www.bocc.ubi.pt/~boccmirror/pag/serra-paulo-internet-interactividade.pdf>

Silva, R. C. (2011). *Marketing da Informação em redes sociais: Facebook*. Universidade Federal da Paraíba, Paraíba, Brasil. Retirado de <https://repositorio.ufpb.br/jspui/handle/123456789/2477>

Smith, A. (2013). *Introduction to Sport Marketing*. London: Routledge.

Smith, A. & Stewart, B. (2015). *Introduction to Sport Marketing*. London: Routledge

Soares, A. M., Pinho, J. C. & Nobre, H. (2012). From Social to Marketing Interactions: The Role of Social Networks. *Journal of Transnational Management*, 17(2), 45-62. <https://doi.org/10.1080/15475778.2012.650085>

Stavros, C., Meng, M. D., Westberg, K., & Farrelly, F. (2014). Understanding fan motivation for interacting on social media. *Sport Management Review*, 17(4), 455–469. Retirado de <https://doi.org/10.1016/j.smr.2013.11.004>

Stoldt, C., Dittmore, S. & Branvold, S. (2012). *Sport Public Relations: Managing Stakeholder Communication*. Champaign: Human Kinetics Publishers. Retirado de https://books.google.pt/books?id=1O96DwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=pt-PT&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Teixeira, F. (2020). *Gestão dos Novos Media: a utilização das Redes Sociais como meio de consumo de conteúdos desportivos em Portugal*. Dissertação de Mestrado, Iscte - Instituto Universitário de Lisboa, Lisboa, Portugal. Retirado de <http://hdl.handle.net/10071/21437>

Tsai, W. & Men, L. (2017). Consumer engagement with brands on social network sites: A cross-cultural comparison of China and the USA. *Journal of Marketing Communications*, 23(1), 2–21. Retirado de <https://doi.org/10.1080/13527266.2014.942678>

Welink Agencies. (2022). Como comunicar de forma eficaz nas redes sociais?. [Post em blogue]. Retirado de <https://www.welinkagencies.pt/blog/comunicar-redes-sociais>

Yin, R. K. (2005). *Estudo de Caso. Planeamento e Métodos*. Porto Alegre: Bookman.

Anexos

Anexo 1 – Asana (Plataforma de Comunicação Interna)

The screenshot shows the Asana project dashboard for 'Gabinete de Comunicação e Imagem'. The interface includes a top navigation bar with options like 'Visão geral', 'Lista', 'Quadro', 'Cronograma', 'Calendário', and 'Mais...'. The main area is divided into four columns representing different project areas: 'Museu do Desporto Univer...', 'Campanha 'Não leves a vio...', 'Reportagens', and 'FISU WUC Cross Country'. Each column contains a list of tasks with their status (e.g., 'Apresentação de sugestões e debate de ideias'), due dates (e.g., '2 dez de 2021'), and progress indicators. A central 'Reportagens' column features a photo of a group of people and several article titles with their respective dates and completion status.

Anexo 2 – Implementação do Kahoot “Descobre a mentira”

The screenshot displays a Kahoot! quiz interface. At the top, the name 'Ricardo Rodrigues' is shown in a white box. On the left, a green circle contains the number '230'. On the right, a green circle contains '0' and the word 'respostas' below it. The background is a dark purple and blue abstract design. At the bottom, there are four colored buttons with text: a red button with '▲ Nunca traí uma namorada', a blue button with '◆ Tenho uma casa em Ponte de Lima', a yellow button with '● Já fui atleta universitário', and a green button with '■ Já comi 7 Cheeseburgers numa só refeição'. A 'Pular' button is visible in the top right corner.

Anexo 3 – Apresentação de ideias para o Museu do Desporto Universitário

ONDE?

Casa do Estudante-Atleta
Av. Santa Joana 67
3810-164, Aveiro



Museu do Desporto Universitário

INSPIRAÇÕES

MUSEU COSME DAMIÃO

SL Benfica

MUSEU FC PORTO

FC Porto

MUSEU SPORTING

Sporting CP



Museu do Desporto Universitário

O QUE TEMOS?



EVOLUÇÃO DOS TROFÉUS

Taças e medalhas dos Campeonatos Nacionais Universitários

EVOLUÇÃO DA IMAGEM

Os logótipos existentes na história da FADU

MEDALHEIRO NACIONAL E INTERNACIONAL

Troféus e medalhas alcançadas nos Jogos Europeus e Mundiais Universitários, Universiadas, entre outros

Museu do Desporto Universitário

O QUE TEMOS?



HISTORIAL DE PRESIDENTES

Os vários Presidentes da FADU ao longo da sua existência (criação de mural ou painel interativo)

CAMISOLAS DAS SELEÇÕES UNIVERSITÁRIAS

As camisolas oficiais das diversas Seleções Universitárias (diferentes modalidades)

OFERTAS DE ORGANIZAÇÕES E ATLETAS

Camisolas assinadas e lembranças oferecidas por clubes, pela EUSA e FISU

Museu do Desporto Universitário



IDEIAS

CRONOLOGIA FADU

Em painel touchscreen, que permita interagir com os utilizadores, rentabilizando espaço no Museu do Desporto Universitário.

DISPOSIÇÃO DAS CAMISOLAS

Criar alguma interatividade com a disposição das camisolas e equipamentos utilizados pelas Seleções Universitárias ao longo das várias presenças em competições internacionais

PARTICIPAÇÃO INTERNACIONAL

Mapa do mundo (também em painel touchscreen), com os locais onde já decorreram as competições internacionais em que a FADU participou. "Clicava-se" no país e abria com a história sobre a...

Museu do Desporto Universitário

EXEMPLOS

CRONOLOGIA FADU E VITRINES DO MUSEU



Museu do Desporto Universitário

EXEMPLOS

CRONOLOGIA FADU E VITRINES DO MUSEU



Museu do Desporto Universitário

EXEMPLOS

CRONOLOGIA FADU E VITRINES DO MUSEU



Museu do Desporto Universitário

EXEMPLOS

DISPOSIÇÃO DAS CAMISOLAS



EXEMPLOS

DISPOSIÇÃO DAS CAMISOLAS



EXEMPLOS

PINTURA OU ENFEITAR O ESPAÇO



IDEIAS

'32 ANOS FADU'

Documentário sobre os 32 anos da FADU a passar em loop no espaço do auditório.

TOTEM COM ECRÃ DE ASK & ANSWER

De forma a criar ainda mais interatividade com os visitantes, criar um totem com perguntas padrão sobre os acerca da FADU para os utilizadores responderem, permitindo ficando na memória do Museu, através da classificação de acordo com n.º de respostas certas. Os totems podem ser utilizados com os restantes painéis touchscreen



OUTRAS IDEIAS

VISITA VIRTUAL

Vista virtual ao Museu do Desporto Universitário, presente no website da FADU, com o intuito de possibilitar a visita através de outras plataformas.

REALIDADE VIRTUAL

Ainda com o propósito de dinamizar e tornar o museu tecnológico, utilizar os dispositivos de realidade virtual para que os visitantes possam experienciar o verdadeiro espírito do desporto universitário, num canto, com relva sintética



Anexo 4 – Catalogação dos Materiais para o Museu do Desporto Universitário

Catalogação - Museu do Desporto Universitário			
Material	Estado	Observações	Local
Diploma CDP - Seleção Nacional Universitária de Andebol Masculina	Bom	Um bocado dobrado	Aveiro
Cartaz CNU's '16 Individuais	Mau	O cartaz está escrito	Aveiro
Mala' Universidade 2013	Bom	Mala sem nada lá dentro	Aveiro
Caixa para medalha 'bodeaux' para três medalhas	Bom	Sem as três medalhas	Aveiro
Cachecol 'Lisboa Capital Europeia do Desporto 2021'	Bom	Precisa de ser lavado	Aveiro
Galardão da Federação de Campismo e Montanhismo de Portugal - 25.º aniversário da FADU Portugal	Bom	(nada)	Aveiro
Homenagem da CDP na XIII Gala do Desporto 'Campeões do Mundo e da Europa' 2008	Mau	O galardão está partido no canto e a caixa está danificada	Aveiro

Anexo 5 – Apresentação para melhorar a estratégia de comunicação da FADU

Portugal

GABINETE DE COMUNICAÇÃO E IMAGEM

- faduCast;
- Redes sociais;
- Website;
- Newsletter.



faduCast

INSPIRAÇÕES

- 'Made in UMinho';
- 'Sport Beleza';
- 'ADN de Leão';
- 'Azul Porto';
- 'Desafio AAUMinho'.



faduCast

OBJETIVO

- A faduCast pretende estabelecer conversas informais com estudantes-atletas, dirigentes e técnicos dos clubes FADU;
- A conversa seria gravada presencialmente com um telemóvel ou por Zoom e teria num máximo 10/20 minutos (depende da localização do entrevistado)
- A ideia passa por falar sobre histórias engraçadas e algumas das curiosidades dos entrevistados, incluindo um desafio no final;
- A faduCast estaria disponível no Spotify e no SoundCloud;
- A moderação da conversa ficará ao cargo da responsável do Gabinete de Comunicação e Imagem da FADU Portugal, Leticia Neto, ou pelo estagiário.

NEWSLETTER

INSPIRAÇÕES

- EUSA;
- FISU;
- SC Braga;
- Portugal (FPF).



NEWSLETTER

OBJETIVO

- Atingir maior visibilidade, através de um novo canal de comunicação com os clubes FADU (E-mail Marketing);
- Dar uma 'segunda vida' aos conteúdos do website e das redes sociais;
- Similar à newsletter criada pela EUSA e da FISU;
- Criar desafios/jogos na newsletter (sopas de letras, entre outros) para incentivar à abertura e participação dos clubes;
- A newsletter seria mensal e criada no Mailchimp.

NEWSLETTER

EXEMPLO

- Fotografias;
- Vídeos;
- Hiperligações;
- Publicações IG e FB;
- Desafios.



REDES SOCIAIS

IDEIAS PARA MELHORAR A ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO DA FADU PORTUGAL:

- Reels (Instagram);
- Lives (Webinars ou conversa/debate sobre alguma tema desportivo) - Instagram e Facebook);
- Vox Pop (pegando na ideia daquilo que se fez nos EUG 2018 - Instagram e Facebook):
 - 'O Viegas explicita!'
 - 'O Viegas explicita! - Video 2'
 - 'O Viegas explicita! - Video 3'
- Vídeos ou fotografias c/ declarações dos melhores momentos dos módulos da Academia FADU (Facebook).

REDES SOCIAIS

REELS

- Produzir 1/2 reels dos diversos CNU para publicar no Instagram, com músicas mais usadas no Reels e no TikTok (trend)

LIVES

- Diretos sobre alguns temas relacionados com o desporto universitário, com diversos convidados, através do OBS.



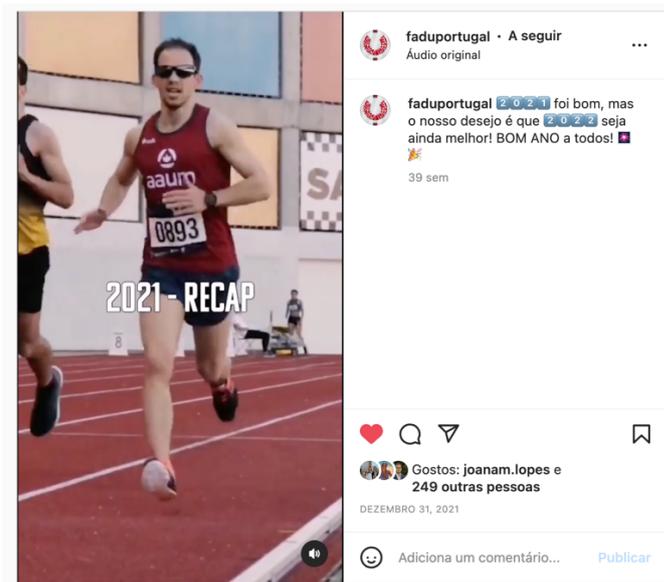
WEBSITE

SUGESTÕES

- O website apresenta bastantes sub-categorias desatualizadas;
- O design pode ser atualizado (sem ter em conta o mobile first - adaptação para telemóvel - visto que já há uma app);
- Deve haver uma reformulação das sub-categorias (ver o que interesse manter no website e o que pode ser retirado).



Anexo 6 – Reels para o Instagram “Recap 2021”



Anexo 7 - Cronologia interativa do FISU Championship Cross Country



Anexo 8 – Juxtapose da pista para o FISU Championship Cross Country



Anexo 9 – Reportagem sobre a Taça UA

Taça UA atingiu a maioria, mas continua indecisa no curso: ganha o melhor!

Com 18 anos, a Taça UA, organizada pela Associação Académica da Universidade de Aveiro (AAUAv), é uma das maiores competições universitárias intercursos do País. Ao longo de todo o ano letivo, cerca de 1500 estudantes participam no torneio em representação do seu núcleo, com a ambição de levantar o troféu no final da competição. Vibrante, a Taça UA move gerações e marca o percurso académico dos estudantes da Universidade de Aveiro (UA). Ao todo são 37 núcleos a participar em mais de 15 modalidades.

De um mero torneio onde participavam grupos de amigos a uma competição que junta hoje mais de 1500 estudantes. Como é que tudo isto começou? As equipas eram cada vez menos e os torneios davam o pontapé-de-saída quase com os campeões definidos de antemão. Surgiu então a necessidade de meter mãos ao trabalho e aumentar a competitividade entre as equipas. ‘Houve uma remodelação, através de um desafio lançado aos núcleos e cursos da AAUAv. A partir daí, começou verdadeiramente a Taça UA. Anteriormente, chamavam-se torneios internos’, começou por contar Luís Pinto, uma das caras da organização.

Com três grandes objetivos, a competição organizada pela AAUAv pretende dar a hipótese aos estudantes de praticar qualquer desporto durante a vida académica, promover a criação de um espírito de equipa dentro dos núcleos e ainda implementar hábitos de vida saudável. No entanto, os ‘olheiros’ procuram também novos talentos para representarem a UA nas provas organizadas pela FADU, servindo também como forma de seleção para a participação nos Campeonatos Nacionais Universitários. Mas então o que é que é preciso para conquistar o troféu? O truque é tentar ganhar o maior número de modalidades possíveis, uma vez que a competição tem por base um sistema de pontos. Mediante a classificação na modalidade, é atribuída uma pontuação e vence quem tiver a maior pontuação no final da competição de todas modalidades, incentivando os núcleos a participar em todas.

O torneio é levado a cabo por uma comissão organizadora, que é composta por um elemento do departamento de apoio aos núcleos, pelo staff, departamento desportivo e presidência da

Associação Académica. 'Todas as questões de organização, quadro competitivo, árbitros, contacto com as equipas, sou eu que trato. Por isso, tenho de saber muito sobre a Taça UA', contou.

Tal como nos campeonatos profissionais, tem também uma janela de transferências. 'É idêntico ao que acontece no mercado normal. Abrimos uma época de inscrições no mês de janeiro para as equipas inscreverem os estudantes de Erasmus e também aqueles que só chegam no segundo semestre', explica. As equipas tendem a reforçar-se com mais um ou dois jogadores.

Há modalidades em que o número de equipas inscritas é bastante elevado, por isso optou-se por uma segunda divisão em algumas competições, de forma a aumentar a competitividade e angariar mais interessados no torneio. Contudo, mesmo estando numa divisão abaixo, isso não significa que a equipa não possa levantar o troféu no final da competição, uma vez que os primeiros classificados se apuram para o *playoff*. 'Já aconteceu uma equipa da segunda divisão ganhar a Taça UA no voleibol. Naquele ano, entraram bastantes pessoas que jogavam ao nível federado e não só ganharam a segunda divisão, como também venceram o *playoff* que apura o campeão. Foi muito engraçado e só provou que o modelo da competição está bem definido', conta o monitor de desporto da AAUAv. Existem também núcleos que fazem equipas B para dar a oportunidade de todos os alunos competirem e vivenciarem a competição.

As experiências de quem entra em campo pelo seu curso

Cláudia Almeida e Pedro Vieira são um bom exemplo de casos distintos quando o assunto é ganhar na Taça UA. De um lado, uma estudante-atleta de voleibol e futsal do núcleo de estudantes de Engenharia Eletrónica e Telecomunicações (EET), que conta o número de derrotas na competição pelos dedos de uma mão. Do outro, um aluno de Ciências do Mar, que compete nas modalidades de voleibol, basquetebol, futebol 7 e futsal.

A falta de participantes é um problema no curso de Pedro. Porém, desistir não faz parte do vocabulário. 'Estamos a fazer esforços para envolver mais participantes nas modalidades. Mesmo com muitas dificuldades, tentamos transmitir o espírito que se vive no curso e damos sempre o nosso melhor, seja qual for o resultado. Quando entramos num jogo queremos sempre o melhor

resultado possível, mas tentamos sempre divertir-nos e meter toda a gente a jogar e participar’, disse o jovem de 21 anos.

Contudo, a Taça UA não é só diversão para EET. ‘Esta crescente resistência que se tem verificado em relação aos nossos adversários só vem desafiar e mostrar que mesmo quando as probabilidades estão contra nós, conseguimos dar a volta porque temos o que é preciso. Temos garra e resiliência’, acrescenta. Cláudia realiza jogos de preparação e treina três vezes por semana: duas com o futsal, onde num dos treinos partilha a quadra com a equipa masculina, e uma com o voleibol. Para ela, o segredo está no querer e na confiança em todas as equipas. ‘Temos equipas muito fervorosas e com muito carácter, que se movem para elevar o nome e o estatuto do curso, para que este seja lembrado mais tarde’, afirma. Ainda assim, as derrotas não são menosprezadas no seu curso. Segundo a futura engenheira, as atletas vêm com maiores ensinamentos, novos objetivos e novas perspetivas de jogo. Com o pavilhão quase sempre cheio, a tensão e o nervosismo apertam antes da entrada em campo. Apesar de toda a experiência, por vezes não é fácil manter por perto a maré das vitórias. ‘Sinto que agora, mais do que nunca, devemos manter-nos fiéis, honrar e respeitar todo o trabalho e esforço que temos colocado para ganhar a Taça UA. Confiar nas capacidades individuais umas das outras, o que por vezes é difícil acontecer. Facilita muito o fluxo, a agilidade da equipa e a responsabilidade que cada uma carrega em si’, confessou.

O projeto de árbitros da Taça UA não está fora de jogo

João Augusto tem 27 anos e é um dos veteranos do torneio. Foi atleta, treinador e dirigente do núcleo de Engenharia Física. Agora veste-se de amarelo e é um dos árbitros mais conhecidos nas redondezas. Gusto, como toda a gente o chama, foi convidado para assumir o apito em 2016. O jovem não virou a cara ao convite e hoje é um dos árbitros mais experientes das modalidades de futsal e futebol. ‘Se não fosse a Taça UA, nunca iria pensar em prosseguir a minha carreira de arbitragem na Associação de Futebol de Aveiro’, começou por dizer. ‘O projeto de árbitro da Taça UA é uma boa forma de lançamento para os alunos que querem, não só aprender mais sobre a modalidade e visualizar o jogo como árbitros, mas também para ganhar algum dinheiro, que costuma ser a motivação inicial para muitos’. Este projeto tem sido uma porta para as provas federadas. ‘Por uma questão de custos, logística, oportunidade e tempo livre, começamos a criar

juntamente com o apoio das associações desportivas da região, vários cursos de árbitros onde os núcleos são desafiados a inscrever os estudantes nas formações', conta Luís Pinto.

Nos últimos anos, o projeto tem ganho forma, embora continue a haver estudantes que fogem a sete pés das lides da arbitragem. Gusto decidiu dedicar-se a cem por cento à arbitragem depois de se lesionar com gravidade. 'A Taça UA proporcionou-me a oportunidade de refletir sobre se queria ser árbitro ou não. Acho que tomei uma ótima decisão ao fazer o curso. Consigo ajudar os atletas de cada curso a praticar desporto de forma competitiva e saudável', revelou. Apesar de estar fora das quatro linhas e do cansaço que é, por vezes, arbitrar tantos jogos seguidos, João Augusto continua a sentir a energia positiva do torneio, que faz com que ele se motive para conseguir atuar no seu melhor nível.

Para prevenir e combater situações que fujam ao espírito de *fairplay* que deve imperar, existe o Conselho Disciplinar da Taça UA, organismo criado para sancionar os maus comportamentos. 'Muitas pessoas não conhecem a modalidade que estão a jogar e não sabem o que podem ou não fazer. A maior parte dos participantes da Taça UA consegue ser compreensiva, mas com a emoção do jogo, torna-se mais complicado para alguns. Os casos de críticas abusivas ou situações agressivas são muito esporádicos', disse o árbitro de 27 anos. Jogos à porta fechada, suspensões, faltas de comparência, irregularidades no equipamento, acumulação de amarelos ou identificação do treinador são algumas multas que as equipas estão sujeitas se não cumprirem o regulamento da competição.

Os 'maestros' da tática dentro e fora de campo

Há quem cante e berre. Há quem leve bandeiras, cachecóis e tambores. E depois há o núcleo de Música, que leva os próprios instrumentos para tocar na bancada durante os jogos. Fora de campo também há competição entre os estudantes. 'Em sintonia e com várias vozes'. É assim que João Lucas, um dos 'magísteres' da claque de Música, descreve os cânticos que diferenciam a sua claque das restantes. 'Nas primeiras vezes que levamos os instrumentos toda a gente ficou surpresa e acharam muita piada. Depois foram-se habituando, mas tentamos sempre entrar num jogo de forma diferente, seja no modo como tocamos, como nos vestimos e até como interagimos com o público. A certa altura havia pessoas de outros núcleos que não estavam a jogar e iam à

Taça UA só para nos ver', lembra o músico de 22 anos. Sem grande disparidade entre os tons agudos e graves, como é costume haver nas músicas de apoio, pode-se dizer que os jogadores de Música são inspirados pelas vozes e sons dos instrumentos. Contudo, entre a Liga dos Campeões e a Taça UA... a decisão não é difícil. João Lucas considera que 'a verdadeira Liga dos Campeões é a feita por todos aqueles que vivem a Taça UA'.

Mas os maestros não estão apenas na bancada. Alguns estão no banco a controlar a equipa. Gonçalo Sá é estudante de Engenharia Mecânica e treinador de futebol nas horas vagas. Quando ainda sobra algum tempo, dá também uns toques na bola pela equipa de futsal do núcleo. No ano passado, fez a sua estreia enquanto treinador, admitindo que 'às vezes até dava vontade de entrar e jogar'. No entanto, o mister pensa sempre no melhor para a equipa e mantinha-se agarrado ao esquema tático. 'Na última edição, tínhamos uma equipa em que me sentia muito respeitado em situação de jogo. Penso que isso vem mais da maturidade dos atletas, do que propriamente algo que o treinador possa dizer, tendo em conta que somos todos, mais ou menos, da mesma idade. Peguei num grupo que não se conhecia e que se tornou num grupo de amigos, na verdadeira família de Mecânica', referiu.

EGI sem Miguel Monteiro não é a mesma coisa

O curso de Engenharia e Gestão Industrial (EGI) leva já sete conquistas da Taça UA. Por muito que os atletas das várias modalidades tenham o devido mérito, importa também realçar o trabalho de quem está a coordenar. Com 20 anos, Miguel Monteiro é um estudante-atleta que alcançou a medalha de bronze no lançamento do peso F40 dos Jogos Paralímpicos de Tóquio, que se realizaram neste verão. Muito envolvido no mundo do associativismo académico, o detentor de um recorde mundial desempenha a função de vice-presidente para as atividades académicas, culturais e desportivas da associação do curso. 'A minha principal função na Taça UA é garantir que está tudo a tempo e horas no local, fazer e trazer as fichas de jogo e todo o equipamento necessário. O resto deixo com os treinadores', relata. Além de atleta paralímpico e dirigente, o estudante de 20 anos acumula também a função de treinador da equipa de futsal feminino devido à experiência enquanto jogador que adquiriu em miúdo. EGI sem Miguel Monteiro não é a mesma coisa, mas ele divide os louros com outros. 'Temos tido boas pessoas a comandar o barco de desporto e saúde de EGI'. Quando não tem de orientar a equipa, Miguel aproveita a folga para se

juntar ao ‘inferno laranja’, a claque do curso, e ensina aos mais novos como é que se celebra na bancada.

A necessidade de incluir o desporto adaptado na Taça UA é um tema que divide o estudante-atleta. Ainda que defenda a sua inclusão no torneio, Miguel considera que haveria pouca competitividade, visto que há poucas pessoas nesta vertente. ‘Se a Taça UA alargasse para o desporto adaptado em si, como há muitas categorias e muitas deficiências, as pessoas iam competir sozinhas. Isso não acontece só aqui em Aveiro, acontece comigo em Portugal. Eu não tenho propriamente concorrência em Portugal, compito sempre sozinho ou até mesmo junto do desporto regular para ter o espírito de competição e ver em que nível estou’.

Temporada 21/22 já arrancou

A Taça UA já deu o pontapé-de-saída na presente temporada, com os coordenadores de alguns núcleos e a direção da AAUAv a abrir o torneio com um ‘jogo das estrelas’. Ao contrário dos outros anos, nesta edição não há segunda divisão, mas há os suspeitos do costume: Engenharia e Gestão Industrial e Engenharia Civil, sendo os cursos com mais títulos, partem com favoritismo. As saudades já eram muitas e é hora de tirar o pó ao cachecol, afinar as vozes, preparar o melhor esquema tático e ver quem leva o troféu desta décima oitava edição!

Anexo 10 – Exemplo de copy realizado para o FISU Championship Cross Country



Anexo 11 – Exemplo de colocação dos banners, bandeiras e medalhas no evento



Anexo 12 – Folha a preencher nas cerimónias de entrega de prémios



Entrega de Prémios

Nome	1º	2º	3º
	 	 	 
PROVA			
Nome			
Cargo			
Nome			
Cargo			
Nome			
Cargo			
Nome	1º	2º	3º
	 	 	 
PROVA			
Nome			
Cargo			
Nome			
Cargo			
Nome			
Cargo			

Anexo 13 – Análise ao Instagram da FADU Portugal, EUSA, FISU e CBDU

FADU Portugal

FADU Portugal				
Publicação	Data	Gostos	Comentários	Conceito
https://www.instagram.com/p/CWGm2Ino9eo/	10/11/2021	388 (2189 visualizações)	-	Lançamento do vídeo da nova época desportiva 2021/2022
https://www.instagram.com/p/CWIsOsvIDkj/	11/11/2021	324	2	Divulgação das datas dos CNU's de Badminton, Ténis de Mesa, Xadrez e Karting
https://www.instagram.com/p/CWLx47moHX5/	12/11/2021	208	1	Divulgação das datas dos CNU's de Natação Piscina Curta
https://www.instagram.com/p/CWTS5KFIKzH/	15/11/2021	220	1	Entrevista a Patrícia Sampaio – Judo

https://www.instagram.com/p/CWVop-foCS4/	16/11/2021	111	-	Divulgação das datas dos CNU's Kickboxing Light Kick
https://www.instagram.com/p/CWIN2y2I1Bx/	22/11/2021	317	-	Divulgação das datas da 1.ª JC Futsal Masculino
https://www.instagram.com/p/CWmCpJ7ocmm/	22/11/2021	253	-	Fotografias - CNU Badminton
https://www.instagram.com/p/CWnXxC_I17K/	23/11/2021	207	-	Divulgação das datas da 1.ª JC Andebol Masculino
https://www.instagram.com/p/CWoOGzGoEqK/	23/11/2021	278	1	Fotografias - CNU Xadrez
https://www.instagram.com/p/CWqqcrBogCv/	24/11/2021	149	-	Fotografias - CNU Ténis de Mesa
https://www.instagram.com/p/CWq4wv6ITmZ/	24/11/2021	109	1	Divulgação da Academia FADU
https://www.instagram.com/p/CWtE0Xyoll/	25/11/2021	275	-	Divulgação do local das Fases Finais dos CNU's 2021/2022

https://www.instagram.com/p/CWvHrqhISJM/	26/11/2021	195	-	Fotografias - Karting
https://www.instagram.com/p/CW3GBR3og0d/	29/11/2021	189	-	Divulgação das datas da 1.ª JC Basquetebol Feminino
https://www.instagram.com/p/CW5k5-hlcmd/	30/11/2021	148 (1126 visualizações)	-	Video - Resumo dos primeiros CNU's da época desportiva 2021/2022
https://www.instagram.com/p/CW8iPUMI3fS/	01/12/2021	466	4	Fotografias da 1.ª JC Futsal Masculino
https://www.instagram.com/p/CW_Hw9JoTil/	02/12/2021	263	1	Divulgação das datas da 1.ª JC Voleibol Masculino e Feminino
https://www.instagram.com/p/CXBVk5RoNrh/	03/12/2021	586	10	Reportagem Taça UA
https://www.instagram.com/p/CXB5iN3IRdU/	03/12/2021	200	1	Divulgação das datas da 1.ª JC Futebol 11 Masculino
https://www.instagram.com/p/CXl_ocjoK64/	06/12/2021	385	1	Fotografias - 1.ª JC Andebol Masculino

https://www.instagram.com/p/CXJoVAuoC8t/	06/12/2021	433	-	Lançamento da campanha "Não leves a violência na desportiva"
https://www.instagram.com/p/CXMEPSLIV5A/	07/12/2021	373	5	Fotografias - 1.ª JC Basquetebol Feminino
https://www.instagram.com/p/CXQvpRqlsv2/	09/12/2021	265	-	Fotografias - CNU Natação Piscina Curta
https://www.instagram.com/p/CXRuCblytS/	09/12/2021	266	3	Novos Recordes Nacionais Universitários - CNU Natação Piscina Curta
https://www.instagram.com/p/CXT3rA-lwva/	10/12/2021	178	-	Novos Recordes Nacionais Universitários - CNU Natação Piscina Curta
https://www.instagram.com/p/CXWVvCAoorV/	11/12/2021	499	-	Fotografias - 1.ª JC Voleibol Masculino e Feminino
https://www.instagram.com/p/CXYzJhMlfz/	12/12/2021	225	-	Fotografias - CNU Kickboxing Light Kick
https://www.instagram.com/reel/CXY8xsoi-x/	12/12/2021	103 (7465 visualizações)	3	Reels - CNU Kickboxing Light Kick

https://www.instagram.com/p/CXdoqLyliHu/	14/12/2021	438	1	Reportagem - Olímpicos
https://www.instagram.com/p/CXgE2WPIYn9/	15/12/2021	334	-	Fotografias - 1.ª JC Futebol 11 Masculino
https://www.instagram.com/p/CXI_cdPodg2/	17/12/2021	257	-	Divulgação das datas do CNU Atletismo Pista Coberta
https://www.instagram.com/p/CXyXf_6o21G/	22/12/2021	134 (990 visualizações)	-	Vídeo "O que é o Natal para ti?" - José Lopes
https://www.instagram.com/p/CX1GQQGqCIA/	23/12/2021	92 (731 visualizações)	-	Vídeo "O que é o Natal para ti?" - Ana Rodrigues
https://www.instagram.com/p/CX3sjp1KliQ/	24/12/2021	82 (741 visualizações)	-	Vídeo "O que é o Natal para ti?" - Lucas Bastos
https://www.instagram.com/p/CX4Fb4DoZu7/	24/12/2021	365	11	Publicação "Feliz Natal"
https://www.instagram.com/p/CX6QfJHKjxh/	25/12/2021	98 (870 visualizações)	2	Vídeo "O que é o Natal para ti?" - Francisca Mesquita

https://www.instagram.com/p/CYE7sdqI44B/	29/12/2021	231	1	Portugal recebe Campeonato Europeu Universitários de Andebol e Ténis em 2025
https://www.instagram.com/p/CYJVldAKsYH/	31/12/2021	250 (8577 visualizações)	-	2021 Recap - Reels
https://www.instagram.com/p/CYUK6rHo7x1/	04/01/2022	196	-	Divulgação das datas da 1.ª JC Basquetebol Masculino
https://www.instagram.com/p/CYWmG4yIuQ5/	05/01/2022	226	-	Divulgação das datas da 1.ª JC Futsal Feminino
https://www.instagram.com/p/CYXCAz9KXNj/	05/01/2022	69 (783 visualizações)	-	Vídeo - "O que dizem os estudantes-atletas sobre a campanha da FADU?"
https://www.instagram.com/p/CYY4K03o8N1/	06/01/2022	116	-	Divulgação das datas da 1.ª JC Rugby 7 Masculino
https://www.instagram.com/p/CYbmE76Iil/	07/01/2022	339	-	Entrega do Troféu Universitário de Clubes da época 2020/2021
https://www.instagram.com/p/CYIh44PINWM/	11/01/2022	228	-	Publicação alusiva ao Dia Internacional do Obrigado

https://www.instagram.com/p/CYrbUNxotF3/	13/01/2022	248	5	Reportagem - Francisco Frade e Margarida Varela - Universidade de Évora
https://www.instagram.com/p/CY1D_NMIN7n/	17/01/2022	351	3	Eleição de António Alves na direção do Conselho Nacional da Juventude pela FADU Portugal
https://www.instagram.com/p/CY3pk0Dloaz/	18/01/2022	301	2	Reportagem - Catarina Karas - Instituto Superior Técnico
https://www.instagram.com/p/CZM-7HBo-QT/	26/01/2022	295	2	Reportagem - Seleções Nacionais Universitárias de Basquetebol
https://www.instagram.com/p/CZO2Ytsp6E/	27/01/2022	137	1	Divulgação das datas do CNU Taekwondo
https://www.instagram.com/p/CZXEqbuoNI0/	30/01/2022	413	3	Fotografias - CNU Atletismo Pista Coberta
https://www.instagram.com/p/CZZwkEfltZ0/	31/01/2022	321	5	Novos Recordes Nacionais Universitário - CNU Atletismo Pista Coberta
https://www.instagram.com/p/CZcaLlkqo_X/	01/02/2022	297 (6767 visualizações)	-	Reels - Resumo do CNU Atletismo Pista Coberta

Destaques	Publicação	Total	Conceito
Publicação com mais gostos	https://www.instagram.com/p/CXBVk5RoNrh/	586 gostos	Reportagem - Taça UA
Publicação com mais comentários	https://www.instagram.com/p/CX4Fb4DoZu7/	11 comentários	Publicação "Feliz Natal"
Publicação com mais visualizações (vídeos)	https://www.instagram.com/p/CYJVldAKsYH/	8577 visualizações	2021 Recap - Reels

Publicações	Total
Publicações com fotografias	42
Publicações com vídeo	10

EUSA

EUSA				
Publicação	Data	Gostos	Comentários	Conceito
https://www.instagram.com/p/CV5TsExM6Yq/	5/11/2021	15	-	Friday Mood
https://www.instagram.com/p/CWA0jKgrB5Z/	8/11/2021	27	-	Monday Meme
https://www.instagram.com/p/CWIOcT4rpQD/	11/11/2021	27	-	Throwback - EUG Coimbra 2018 - Ténis
https://www.instagram.com/p/CWN09m8MHQ4/	13/11/2021	62	2	Publicação alusiva ao Dia Mundial da Gentileza
https://www.instagram.com/p/CWOXe8TgNIm/	13/11/2021	69	3	Aniversário - EUSA

https://www.instagram.com/p/CWS2HjKgUMc/	15/11/2021	16	-	Monday Motivation
https://www.instagram.com/p/CWVP-UhLE-Q/	16/11/2021	19	-	Publicação alusiva ao Dia da Tolerância
https://www.instagram.com/p/CWYVPvYMsD/	17/11/2021	13	-	Publicação alusiva ao Dia Internacional do Estudante
https://www.instagram.com/p/CWaahiVrRji/	18/11/2021	17	-	Throwback - EUC Zagreb 2019
https://www.instagram.com/p/CWkylgLRk5/	22/11/2021	9	-	Monday Meme
https://www.instagram.com/p/CWsWQ8trHRy/	25/11/2021	20	-	Publicação alusiva ao Dia Internacional da Eliminação da Violência contra as Mulheres
https://www.instagram.com/p/CWszWeZstQU/	25/11/2021	37	-	Throwback - EUSA Awards Ceremony 2019
https://www.instagram.com/p/CW0tEQiIP0b/	28/11/2021	27 gostos (338 visualizações)	-	Vídeo - Melhores momentos do Seminário PRODUCE

https://www.instagram.com/p/CW2re4_rVnt/	29/11/2021	16	-	Monday Meme
https://www.instagram.com/p/CW8LEMdM-p5/	1/12/2021	16	-	Artigo
https://www.instagram.com/p/CW-YMQArkcw/	02/12/2021	10	-	Throwback - EUG Croatia 2016 - Sport Climbing
https://www.instagram.com/p/CXBBEofLe4X/	03/12/2021	22	-	Publicação alusiva ao Dia Internacional das Pessoas com Deficiência
https://www.instagram.com/p/CXHNMnVLEW8/	05/12/2021	40	1	Publicação alusiva ao Dia Internacional do Voluntário da EUSA
https://www.instagram.com/p/CXlppgDrxih/	06/12/2021	15	-	Monday Mood
https://www.instagram.com/p/CXQWH-SLGW1/	09/12/2021	23	1	Throwback - EUC Braga 2011 - Taekwondo
https://www.instagram.com/p/CXaqd8arnw0/	13/12/2021	47	2	Monday Mood

https://www.instagram.com/p/CXIG-4HrDHe/	17/12/2021	32	-	Friday Mood
https://www.instagram.com/p/CX0-V7glnpl/	23/12/2021	11	-	Throwback - European Universities Golf Championship 2017 - Liberec - Golf
https://www.instagram.com/p/CYQ8obfrAyg/	03/01/2022	18	-	Desafios - Ano 2022
https://www.instagram.com/p/CYYj7skLdop/	6/1/2022	30	-	Throwback - EUG Coimbra 2018 - Badminton
https://www.instagram.com/p/CYixVqKLHTu/	10/1/2022	21	-	Monday Meme
https://www.instagram.com/p/CYqI_uGLmVw/	13/01/2022	23	-	Throwback - EUG Rijeka 2016 - Judo
https://www.instagram.com/p/CY0xWXmrK9a/	17/1/2022	21	-	Monday Motivation
https://www.instagram.com/p/CY8fxJJrrxo/	20/1/2022	36	-	Throwback - European Universities 3x3 Championship - 2017 - Split

https://www.instagram.com/p/CZGyor5r2OP/	24/1/2022	14	-	Monday Mood
https://www.instagram.com/p/CZO54vOL4O8/	27/1/2022	28	-	Throwback - European Universities Combat Championships 2019 - Zagreb
https://www.instagram.com/p/CZY8WsaLRX3/	31/1/2022	9	-	Publicação alusiva à modalidade de Xadrez - EUG 2022

Destaques	Publicação	Total	Conceito
Publicação com mais gostos	https://www.instagram.com/p/CWOXe8TgNIm/	69 gostos	Aniversário - EUSA
Publicação com mais comentários	https://www.instagram.com/p/CWOXe8TgNIm/	3 comentários	Aniversário - EUSA
Publicação com mais visualizações (vídeos)	https://www.instagram.com/p/CW0tEQilP0b/	338 visualizações	Vídeo - Melhores momentos do Seminário PRODUCE

Publicações	Total
Publicações com fotografias	31
Publicações com vídeo	1

FISU

FISU				
Publicação	Data	Gostos	Comentários	Conceito
https://www.instagram.com/p/CWAslOxl8LX/	8/11/2021	103	2	Fun Fact sobre o Snowboarding
https://www.instagram.com/p/CWDSV9qo2aK/	9/11/2021	146	2	Programa de Voluntariado Internacional da FISU

https://www.instagram.com/p/CWIUdNhomlr/	11/11/2021	237	8	Falta 1 mês para a 30. ^a Universíade de Inverno
https://www.instagram.com/p/CWQItx_IVW2/	14/11/2021	112	3	Faltam 100 dias para o FISU World University Championships and FISU University World Cups
https://www.instagram.com/p/CW3HCj3lab8/	29/11/2021	373	24	Cancelamento da 30. ^a Universíade de Inverno
https://www.instagram.com/p/CXGNbrTlqOJ/	5/12/2021	225	3	Publicação alusiva ao Dia Internacional do Voluntário
https://www.instagram.com/p/CXVxBtwor91/	11/12/2021	261 (9737 visualizações)	11	Reels - Hóquei no Gelo
https://www.instagram.com/p/CX0Y8I0hC5A/	23/12/2021	263 (5724 visualizações)	2	Reels - Hóquei no Gelo
https://www.instagram.com/p/CX0c2h9llne/	23/12/2021	88	1	Publicação alusiva à história da FISU
https://www.instagram.com/p/CX6IEKxBv3c/	25/12/2021	102 (2598 visualizações)	4	Reels - Hóquei no Gelo

https://www.instagram.com/p/CX8x6bgBHtH/	26/12/2021	130 (5341 visualizações)	2	Reels - Esqui Alpino Slalom
https://www.instagram.com/p/CX_SYdVIAOi/	27/12/2021	58 (444 visualizações)	1	Vídeo - 3 Fun Facts sobre o Hóquei no Gelo
https://www.instagram.com/p/CYBbCd_hUjP/	28/12/2021	146 (3155 visualizações)	5	Reels - Patinagem Artística
https://www.instagram.com/p/CYGeaQFoVO3/	30/12/2021	104	-	Publicação alusiva à história da FISU
https://www.instagram.com/p/CYGqinFhK6y/	30/12/2021	263 (6935 visualizações)	-	Reels - Hóquei no Gelo
https://www.instagram.com/p/CYMDGu7BJM2/	01/01/2022	291 (7673 visualizações)	3	Reels - Patinagem Artística
https://www.instagram.com/p/CYbLqUxBG6S/	07/01/2022	520 (26,6 mil visualizações)	11	Reels - Esqui Estile Livre (Freestyle)
https://www.instagram.com/p/CYlqkF2h8y7/	11/01/2022	355 (9458 visualizações)	8	Reels - Esqui Estile Livre (Freestyle)

https://www.instagram.com/p/CYtYzFuhRG6/	14/01/2022	225 (7185 visualizações)	1	Reels - Curling
https://www.instagram.com/p/CY4KPQsF3MB/	18/01/2022	158 (4458 visualizações)	1	Reels - Passagem da bandeira para a organização dos Jogos Mundias Universitários
https://www.instagram.com/p/CY6alBRBLqN/	19/01/2022	155 (6104 visualizações)	1	Reels - Speed Skating
https://www.instagram.com/p/CZRTXDslz1o/	28/01/2022	362 (14,1 mil visualizações)	1	Reels - Passagem da bandeira para a organização dos Jogos Mundias Universitários Torino 2025

Destaques	Publicação	Total	Conceito
Publicação com mais gostos	https://www.instagram.com/p/CYbLqUxBG6S/	520 gostos	Reels - Esqui Estile Livre (Freestyle)
Publicação com mais comentários	https://www.instagram.com/p/CW3HCj3lab8/	24 comentários	Cancelamento da Universidade de Inverno

Publicação com mais visualizações (vídeos)	https://www.instagram.com/p/CYbLqUxBG6S/	26,1 mil visualizações	Reels - Esqui Estile Livre (Freestyle)
---	---	------------------------	---

Publicações	Total
Publicações com fotografias	8
Publicações com vídeo	14

CBDU

CBDU				
Publicação	Data	Gostos	Comentários	Conceito
https://www.instagram.com/p/CV0WbUfrFeM/	3/11/2021	1065	6	Wednesday Mood
https://www.instagram.com/p/CV2-jB6sVja/	4/11/2021	480	22	Homenagem a Luciano Cabral, Presidente da CBDU
https://www.instagram.com/p/CV-ZcNFhRCe/	7/11/2021	242 (5539 visualizações)	1	Reels - Destaques da Semana
https://www.instagram.com/p/CWDzllsLCEF/	9/11/2021	263	6	82 anos da Federação Universitária Gaúcha de Desporto
https://www.instagram.com/p/CWD5KH_FetJ/	9/11/2021	238	-	Reportagem: "A história que ninguém conta" 1/6

https://www.instagram.com/p/CWJAHSTrSMa/	11/11/2021	194	3	Falta um mês para a Universiade de Inverno
https://www.instagram.com/p/CWLhdW8L9Wt/	12/11/2021	237	10	79 anos da Federação Acadêmica Pernambucana de Desporto
https://www.instagram.com/p/CWL_RoOJlQv/	12/11/2021	150 (4913 visualizações)	1	Reels - Publicação alusiva ao final de semana
https://www.instagram.com/p/CWQkcJGBPcJ/	14/11/2021	119 (3391 visualizações)	-	Reels - Destaques da Semana
https://www.instagram.com/p/CWTP5MIL3B9/	15/11/2021	116	8	23 anos da Federação Acadêmica do Desporto do Amapá
https://www.instagram.com/p/CWTRAhwF4Rt/	15/11/2021	134	-	Publicação alusiva ao Dia da Proclamação da República
https://www.instagram.com/p/CWV0tKhrMIV/	16/11/2021	123	2	71 anos da Federação Universitária de Desporto Capixaba
https://www.instagram.com/p/CWWW_aersTt/	16/11/2021	158	4	Reportagem: "A história que ninguém conta" 2/6

https://www.instagram.com/p/CWYbhqmlUrL/	17/11/2021	274	2	Publicação alusiva ao Dia Internacional do Estudante
https://www.instagram.com/p/CWapucRL0tY/	18/11/2021	597	23	Sondagem
https://www.instagram.com/p/CWbgnEJrVZP/	18/11/2021	457	5	Bruno Conde no Campeonato Mundial de Karaté
https://www.instagram.com/p/CWdjs4xtYq/	19/11/2021	205	21	Ana Carla Decottignies representa Brasil na Universíade de Inverno
https://www.instagram.com/p/CWgk6Q8Fdg1/	20/11/2021	71 (597 visualizações)	-	Reels alusivo à Consciência Negra no Desporto
https://www.instagram.com/p/CWoYjjoLfHd/	23/11/2021	155	4	Reportagem: "A história que ninguém conta" 3/6
https://www.instagram.com/p/CWqGbOcr7TV/	24/11/2021	476	96	Publicação "Que ídolos é que convidaria para a seia de natal?"
https://www.instagram.com/p/CWtA6JqFFjx/	25/11/2021	235	21	Arthur Casado representa Brasil na Universíade de Inverno

https://www.instagram.com/p/CWtil5cvuQ1/	25/11/2021	623	15	Throwback - JUBs Praia
https://www.instagram.com/p/CWvIR8XBJ0a/	26/11/2021	57 (3064 visualizações)	4	Reels - Meme "Mood para a Final da Libertadores"
https://www.instagram.com/p/CWx0FeMvPip/	27/11/2021	80 (2103 visualizações)	-	Reels - Destaques da Semana
https://www.instagram.com/p/CW3cK8oFM19/	29/11/2021	435	5	Cancelamento da Universíade de Inverno
https://www.instagram.com/p/CW5-tCsLQst/	30/11/2021	173	5	Publicação alusiva ao início do mês de dezembro
https://www.instagram.com/p/CW8c-aKB9Oz/	1/12/2021	151 (3235 visualizações)	12	Reels - Retrospectiva JUBs eSports
https://www.instagram.com/p/CXCIfX5JDd2/	3/12/2021	156	1	Reportagem: "A história que ninguém conta" 4/6
https://www.instagram.com/p/CXG9qsqhm9D/	5/12/2021	54 (2450 visualizações)	-	Reels - Destaques da Semana

https://www.instagram.com/p/CXJ27nHISla/	6/12/2021	632	27	Retrospectiva 2021 - CBDU
https://www.instagram.com/p/CXMbuj_11Dj/	7/12/2021	611	23	Meme
https://www.instagram.com/p/CXOJgZFLEmw/	8/12/2021	121 (3136 visualizações)	5	Reels - Retrospectiva JUBs Futebol
https://www.instagram.com/p/CXZenbDMaKx/	12/12/2021	102 (4363 visualizações)	-	Reels - Destaques da Semana
https://www.instagram.com/p/CXee2O9gg4_/	14/12/2021	248 (5557 visualizações)	5	Reels - Meme
https://www.instagram.com/p/CXggnVhP7yX/	15/12/2021	98	-	Publicação "Quem é você no Natal?"
https://www.instagram.com/p/CXhGviRJuvx/	15/12/2021	98 (3322 visualizações)	-	Reels - Retrospectiva JUBs Praia
https://www.instagram.com/p/CXlszS3sk-g/	17/12/2021	328	5	Participação nas Olimpíadas de Paris 2024

https://www.instagram.com/p/CXt5_6iBeHd/	20/12/2021	65	2	60 anos da Federação Académica de Desporto Piauiense
https://www.instagram.com/p/CXvqUnpgpPM/	21/12/2021	218 (2244 visualizações)	9	Reels alusivo ao Dia do Atleta
https://www.instagram.com/p/CXwn1Opvauu/	21/12/2021	570	16	Publicação de Luto no Desporto Nacional
https://www.instagram.com/p/CXy8DH-BqiR/	22/12/2021	108 (3035 visualizações)	-	Reels - Retrospectiva JUBs Futsal e Futebol 7
https://www.instagram.com/p/CX4NQNgt_il/	24/12/2021	136	2	Publicação alusiva ao Natal
https://www.instagram.com/p/CX_7pqHr2CT/	27/12/2021	135	5	70 anos da Federação Académica de Deporto Sergipe
https://www.instagram.com/p/CYFDdXtBJq2/	29/12/2021	585 (13.600 visualizações)	24	Reels - Retrospectiva JUBs 2021 Brasília
https://www.instagram.com/p/CYKOy3_OaOb/	31/12/2021	113	-	Publicação alusiva ao Ano Novo

https://www.instagram.com/p/CYWtQiLsa7e/	05/01/2022	393	21	Publicação alusiva ao Calendário de Competições 2022
https://www.instagram.com/p/CYbzU6Qv7ZF/	07/01/2022	164	5	Guia do Caloiro 2022
https://www.instagram.com/p/CYoU0NLo-Kg/	12/01/2022	100	109	Sopa de Letras
https://www.instagram.com/p/CYrLnBsPwWi/	13/01/2022	99	13	Throwback da 1.ª Competição Presencial de 2021
https://www.instagram.com/p/CYtiM8pl-8I/	14/01/2022	100	34	Programa Bolsa Atleta
https://www.instagram.com/p/CYufWmxBqX2/	14/01/2022	520 (3377 visualizações)	12	Paulo André - TV JUBs
https://www.instagram.com/p/CYwUba3I5jd/	15/01/2022	149	2	Publicação alusiva ao Dia Nacional do Jogo Limpo
https://www.instagram.com/p/CY4A1nJLA56/	18/01/2022	100	16	Publicação alusiva ao Dia Internacional do Riso

https://www.instagram.com/p/CY9MWeSpxfA/	20/01/2022	100	11	"Se as modalidades dos JUBs fossem obras de arte"
https://www.instagram.com/p/CZAG4v1hZFR/	21/01/2022	340 (8810 visualizações)	10	Reels - "O atleta de Aquário"
https://www.instagram.com/p/CZMgvNOhSCy/	26/01/2022	877 (15.400 visualizações)	41	Reels - Descubra qual é a primeira competição a começar
https://www.instagram.com/p/CZO7SgWB61k/	27/01/2022	2720 (61.200 visualizações)	166	Divulgação das datas e local dos JUBs Praia 2022
https://www.instagram.com/p/CZR5nOdp26V/	28/01/2022	260	-	5 dicas que todos os atletas devem seguir em 2022
https://www.instagram.com/p/CZcoNmaBcoM/	01/02/2022	100	5	Inscrições abertas para a Academia de Líderes da FISU

Destaques	Publicação	Total	Conceito
Publicação com mais gostos	https://www.instagram.com/p/CZO7SgWB61k/	2720 gostos	Divulgação das datas e local dos JUBs Praia 2022
Publicação com mais comentários	https://www.instagram.com/p/CZO7SgWB61k/	166 comentários	Divulgação das datas e local dos JUBs Praia 2022
Publicação com mais visualizações (vídeos)	https://www.instagram.com/p/CZO7SgWB61k/	61.200 mil visualizações	Divulgação das datas e local dos JUBs Praia 2022

Publicações	Total
Publicações com fotografias	40
Publicações com vídeo	19

Anexo 14 – Análise ao Facebook da FADU Portugal, EUSA, FISU e CBDU

FADU Portugal

FADU Portugal					
Publicação	Data	Gostos	Partilhas	Comentários	Conceito
https://www.facebook.com/watch/?v=445359080444635	10/11/2021	28 (413 visualizações)	6	-	Lançamento do vídeo da nova época desportiva 2021/2022
https://www.facebook.com/faduportugal/posts/pfbid0BPVZ2vxAS1Y58Maih6pBZhaBHUupuvJRxtRd9Lmytvo8CcYYvcfhFXcVpyfRKAYI	11/11/2021	18	8	-	Divulgação das datas dos CNU's de Badminton, Ténis de Mesa, Xadrez e Karting
https://www.facebook.com/faduportugal/posts/pfbid0227XGS8bnk24VCxu36YmdYi2UbEb3o556NjHf6yQvFWKiEeDqqfjAyNGxppXdRNV5I	12/11/2021	14	4	-	Divulgação das datas dos CNU's de Natação Piscina Curta
https://www.facebook.com/faduportugal/posts/pfbid0RvA8kiVtTfpEVsYmm9JaehmYKhEoNmY6YhtmYQcKVRBr1v8fZwPkXbMiArYUxXhI	15/11/2021	13	-	-	Entrevista a Patrícia Sampaio - Judo

https://www.facebook.com/faduportugal/photos/a.154071664607090/5184150138265859/	16/11/2021	9	5	-	Divulgação das datas dos CNU's Kickboxing Light Kick
https://www.facebook.com/faduportugal/posts/pfbid0YQx4qKvNvJXt9wmQLdestFkBy8bX8tjJi9FGqp7eUXM2DGVEcPoL7n69HikRqoP4I	22/11/2021	7	3	-	Divulgação das datas da 1.ª JC Futsal Masculino
https://www.facebook.com/faduportugal/posts/pfbid0daWjsFABSPsYvrg4M5xR1PgPyQ8EzbVEPGDxp9b9pdNrutJAYof8u9YSSyRvVK5bl	23/11/2021	24	4	-	Vencedores - CNU Badminton
https://www.facebook.com/faduportugal/posts/pfbid09oEBQKSS7VMpKu8vxD7g2HdDh2iRRobN2JVGMH7fDGfSkRTVyPmmPQydxgzJ2dgSI	23/11/2021	7	1	-	Fotografias - CNU Badminton
https://www.facebook.com/faduportugal/posts/pfbid0oRTtc2Z2nyLThUJLChr4absJZtEyBeoHN8xmuec6sQB5JJRyGhmaZCBbqRLYRRZI	23/11/2021	6	2	-	Divulgação das datas da 1.ª JC Andebol Masculino
https://www.facebook.com/faduportugal/posts/pfbid0EaQLxqxSK5X2M4Qz1vab1hAZV5j6oaWnJSz88VRowRenEnQKNaDDdPMRq7FqC22LI	23/11/2021	3	1	-	Resultados em direto - CNU Xadrez
https://www.facebook.com/faduportugal/posts/pfbid029cXNREaMhST4g7tUmPsuY2r2arwu37esEm9xuHcJMniUvpT4FQ2aTHFGfPBF7u3UI	23/11/2021	12	4	-	Vencedores - CNU Xadrez
https://www.facebook.com/faduportugal/posts/pfbid0Yazp3yMeL9PeEYPbGXQjTDPQQfvjbnagnuySnRcbkQLGm4CrMLp3D9cnG2rVtzcPI	24/11/2021	6	-	-	Fotografias - CNU Xadrez

https://www.facebook.com/faduportugal/posts/pfbid0ncgAiFeAYBXouNsDK61YAAjxFjEraiGSP6YCJHNFbMcY9RFBeyXeLyH6oi7QT3iCI	24/11/2021	14	2	-	Vencedores - CNU Ténis de Mesa Equipas
https://www.facebook.com/faduportugal/posts/pfbid02C9CA6BYafHwDA3J1S5RmoDMkiEmK9FiiC2scfhR11RUGi4K6xxCHKVbfiHLW3dTjI	24/11/2021	5	2	-	Divulgação da Academia FADU
https://www.facebook.com/faduportugal/posts/pfbid034zjrsgRi4rQHwTvNQnvspBVEXKXPn9CBWVqLhufuJz2QTHv64ueuX7u6XgbUJ4PrI	25/11/2021	6	1	-	Fotografias - CNU Ténis de Mesa Equipas
https://www.facebook.com/faduportugal/posts/pfbid02YJwdJxWcRdWr3NF6av3yRDPdLKSXw5qqDu3kcXYEBuCeYPeHVgXJqFPejLdvxj9LI	25/11/2021	8	1	-	Resultados em direto - CNU Karting
https://www.facebook.com/faduportugal/posts/pfbid02vbfPZwJsYBaG8R3ci8fwNM6ZHKGHRHWghzctXeHxwCRgKNd3eN2QF3xsvym9X2fgI	25/11/2021	30	21	-	Divulgação do local das Fases Finais dos CNU's 2021/2022
https://www.facebook.com/faduportugal/posts/pfbid0239w5xrCHYZHB65AoSyFegGqngk88ETkNMBdHF8NrJqcyo3UxNzheyy2dqBVcrwyTI	25/11/2021	20	3	1	Vencedores - CNU Karting
https://www.facebook.com/faduportugal/posts/pfbid0jQr3o7KyXVbo8RH1ZjrOrR7iXiJ6M56EUKM6jCY3ocjXTaxWGdt51Evea2snpAyBI	29/11/2021	3	3	-	Fotografias - CNU Karting
https://www.facebook.com/faduportugal/posts/pfbid0bpHxznNEKgMbGNWkwkxfjXPwUtT4xaUx1gW1TqPUtX3i33KSnrF9xNjnNn76gUufl	29/11/2021	7	1	-	Divulgação das datas da 1.ª JC Basquetebol Feminino

https://www.facebook.com/watch/?v=923514628272246	30/11/2021	15 (397 visualizações)	3	1	Vídeo - Resumo dos primeiros CNU's da época desportiva 2021/2022
https://www.facebook.com/faduportugal/posts/pfbid022ogcxcnra2z9xmf8HiqHCyRVksGi1xfsPTjJypCfr6zBCgbsqQAqzuiu2AjMz1QrI	02/12/2021	9	4	-	Divulgação das datas da 1.ª JC Voleibol Masculino e Feminino
https://www.facebook.com/faduportugal/posts/pfbid01HpJTRuZtxEo2vVtPEBauNENG5VY3Z6Nyu8dpzMvUGsg936EpvT3arnahYH6LyExI	03/12/2021	20	2	-	Reportagem Taça UA
https://www.facebook.com/faduportugal/posts/pfbid02SHMtxDc2iV4ryhEpgox1doKPGhfcWPooKXPxA2SikuMUm7vfVQg3tLsZLx9WXnml	03/12/2021	15	4	-	Divulgação das datas da 1.ª JC Futebol 11 Masculino
https://www.facebook.com/faduportugal/posts/pfbid0Ut58h83BJK5WJns6dbNSDpeBETJppjnQ53K5bRtHf1nXsWgqvqWYDU8XmwVRcEo4AI	06/12/2021	40	3	-	Lançamento da campanha "Não leves a violência na desportiva"
https://www.facebook.com/faduportugal/posts/pfbid02iEv8DpyzeYcdaKFTTr3Jcwm4rwUt5NTW6va84P2p8fWW11xWeYzN1RjL1Ai49YqE7I	08/12/2021	16	1	-	Fotografias - 1.ª JC Futsal Masculino
https://www.facebook.com/faduportugal/posts/pfbid02B3R1y4RJLG5HFEZB2h8rc69ANbcP43n2JqtvFVzCQtDJWLbXJD5VnNU5xjEiTYevI	08/12/2021	6	2	-	Fotografias - 1.ª JC Andebol Masculino
https://www.facebook.com/faduportugal/posts/pfbid0KE3Rfqtckv6Y6sBQu8FNknA2f2dBccnUXWxaYiJm8efuZg3UVhm8R3DYeCnqDVI	08/12/2021	9	-	-	Resultados em direto - CNU Natação Piscina Curta

https://www.facebook.com/faduportugal/posts/pfbid02RSSBTRUzokM2Cxt8MTMMcpgm9mZPc3DhBbmjP8Bhc6UaHEZkoDVjPyig9A9La51aI	09/12/2021	15	2	-	Vencedores - CNU Natação Piscina Curta
https://www.facebook.com/faduportugal/posts/pfbid02PU6HfEGxoYXvBQJsPjqdGCgW5jQZ9jQFKHbiJVdiVcPNjQ9DP266smH6NKjqoFJ1I	10/12/2021	14	3	-	Fotografias - CNU Natação Piscina Curta
https://www.facebook.com/faduportugal/posts/pfbid022FWgDZvTwAa8BcVt66pFgg1dekui4qWXGwjbnW5Yv1fNWAwcA95Ckg9bRuMJmM1tI	13/12/2021	14	3	-	Fotografias - 1.ª JC Voleibol Masculino e Feminino
https://www.facebook.com/faduportugal/posts/pfbid02wTa7WZDsoThQRUxtU7CkPZrZ6GzKJ7GdZRH6sCrVDpCVj7q1hbge2x6Hd7ALvhBV1I	13/12/2021	6	1	-	Fotografias - CNU Kickboxing Light Kick
https://www.facebook.com/faduportugal/posts/pfbid0bTm7bSqVx6JKYL35HLfnvZxD3ZeWNavs3mC7ZQFL6WSArufNn8wH7UpZYakd4SkqI	13/12/2021	4	-	-	Vencedores - CNU Kickboxing Light Kick
https://www.facebook.com/faduportugal/posts/pfbid0oNqgyvoLzRsg8bnwUNLowcaCAX12M8omBwdkkysxT8Vi6ssscE1Ezu3aF2pxdk6I	14/12/2021	17	1	-	Reportagem - Olímpicos
https://www.facebook.com/faduportugal/posts/pfbid0b2kaw317MKgrkxuDb5q49uYqJG9NiTJokbLNTk4QK59etQgNvkKUDCDDWe4BJtJfI	15/12/2021	6	3	-	Fotografias - 1.ª JC Futebol 11 Masculino
https://www.facebook.com/faduportugal/posts/pfbid02XqkSRjDq6gDbfKnEQgBpUwMSs9LLvEctdYuZ1MLbNzFv23E1Ax58gk7eVeAzN8dRI	15/12/2021	11	1	-	Arranque - 1.ª JC Futebol 11 Masculino

https://www.facebook.com/faduportugal/posts/pfbid0zuyRruhadegcJ33WyZ5cBwtP6BHoETWSPz6adTC3BozqnmPiGaJhsS2NgWM3aQbSI	17/12/2021	22	15	2	Divulgação das datas do CNU Atletismo Pista Coberta
https://www.facebook.com/watch/?v=234149082187430	22/12/2021	5 (94 visualizações)	-	-	Vídeo "O que é o Natal para ti?" - José Lopes
https://www.facebook.com/watch/?v=671892974187881	23/12/2021	4 (109 visualizações)	-	-	Vídeo "O que é o Natal para ti?" - Ana Rodrigues
https://www.facebook.com/watch/?v=1139189919949916	24/12/2021	4 (63 visualizações)	-	-	Vídeo "O que é o Natal para ti?" - Lucas Bastos
https://www.facebook.com/faduportugal/posts/pfbid02oAiiTsmJ2f5YGJsAevHMHVdRTpGE9ju2SHjbg6NZjbdH3q267xmA7hrFENyb3iyMl	24/12/2021	4	1	-	Publicação "Feliz Natal"
https://www.facebook.com/watch/?v=4722552511164149	25/12/2021	5 (142 visualizações)	-	-	Vídeo "O que é o Natal para ti?" - Francisca Mesquita
https://www.facebook.com/faduportugal/posts/pfbid06WSLD2H4QnWPifa3Q1eNu5wzBdxftR4kGHAQvf2sfhKz6YYPenjLbw4ZYh8NKyjZl	27/12/2021	103	-	13	Filipa Godinho e Manuel Veloso nomeados para as comissões da EUSA
https://www.facebook.com/faduportugal/posts/pfbid02Ce2P9go5kWmYjYQWmDdonVMKeJmKad7pQGKxnkE1BaAem7XivFCsQBfdhvSm6Hool	29/12/2021	34	3	-	Portugal recebe Campeonatos Europeus Universitários de Andebol e Ténis 2025

https://www.facebook.com/faduportugal/posts/pfbid02v19nbt6AwXitqNhYa6vPauMVXGfpnaEPvsLhcF2U3deVPNF8npj1w7VzSqqFuEI	04/01/2022	12	8	-	Divulgação das datas da 1.ª JC Basquetebol Masculino
https://www.facebook.com/faduportugal/posts/pfbid02JLbzLQ1ymBxbDg5WJ82q5ma1rfafxp8NGqp1bvUbmKBjQvpbZtDW1FaqMsAFa7jdl	05/01/2022	12	5	-	Divulgação das datas da 1.ª JC Futsal Feminino
https://www.facebook.com/watch/?v=1081597775908963	05/01/2022	5 (192 visualizações)	1	-	Vídeo - "O que dizem os estudantes-atletas sobre a campanha da FADU?"
https://www.facebook.com/faduportugal/posts/pfbid02GgiYoDikpDJaS31PCSu1PiWC2HNRPV2y5MAjD95jeM7BKXSwEhgUhye7XxTjXWc8l	06/01/2022	6	1	-	Divulgação das datas da 1.ª JC Rugby 7 Masculino
https://www.facebook.com/faduportugal/posts/pfbid0UhhPKsLb6sx7JnRvbCkFJDqnxHpWTxJTumDvSosPtkJRA9jdZnh2MBmBKuvkbYDVI	07/01/2022	23	4	-	Entrega do Troféu Universitário de Clubes da época 2020/2021
https://www.facebook.com/faduportugal/posts/pfbid0QH45AqMKGvDTtWx4xJ3TpolWPpJooHxUmQ3EW5BXyKxJMhfyLjkLijjwHRLe8EI	11/01/2022	16	3	-	Publicação alusiva ao Dia Internacional do Obrigado
https://www.facebook.com/faduportugal/posts/pfbid07ist7k5hD1WVrihw5ZH6dNrXhHBF2DukDYLYfvetDbw9b3MZM1BbEv2MeJxtJpgel	13/01/2022	13	11	-	Reportagem - Francisco Frade e Margarida Varela - Universidade de Évora
https://www.facebook.com/faduportugal/posts/pfbid02woSxcgDxc92pwZfpAyPQyCaZjbF3zGEqqWUtwD43wRGWLbRFBMUVDKVJLuURkQM6l	17/01/2022	27	1	-	Eleição – CNJ

https://www.facebook.com/faduportugal/posts/pfbid02CR8yR1Nn3KYNPeaSzuKbc4GGc3mLZePVAwYzAfz24E9ws797wrAWeWXfw19gamD7I	18/01/2022	22	1	-	Reportagem - Catarina Karas - Instituto Superior Técnico
https://www.facebook.com/faduportugal/posts/pfbid02hoUG2c8WLYZsJtYR2MzAiL4AkPsG2uJf2CPxy7bst5VdHNIzdnhjANoPtWPA6v5VI	26/01/2022	48	12	-	Reportagem - Seleções Nacionais Universitárias de Basquetebol
https://www.facebook.com/faduportugal/posts/pfbid0Tk7HUIBJZdXzH2K3CvLuRMMpczwDmiw9E8Vw1YQ6uBPTgETzQrLCFE1cgPGVEfdI	27/01/2022	20	17	-	Divulgação das datas do CNU Taekwondo
https://www.facebook.com/faduportugal/posts/pfbid031ge2XLR94chfkpVrVi92YD8bTb4vUmySJ8AmMbeNXmYsK66Jp54NdJEaHtT8oHLJl	29/01/2022	22	7	5	Direto - CNU Atletismo Pista Coberta
https://www.facebook.com/faduportugal/posts/pfbid02UKkBM9NpuhCqT88NHpYmVs3toZW5sp9zXLccUwSLbeQYtMzEQEXWYzUYgKZ9qinsl	29/01/2022	42	4	3	Vencedores - CNU Atletismo Pista Coberta
https://www.facebook.com/faduportugal/posts/pfbid0384Xv5n8oT53ZUkoXe2q2wLqFeo8XrNrVErmodefsTMQx2okgycEgFznbxyg9ksnsl	31/01/2022	35	3	-	Fotografias - CNU Atletismo Pista Coberta - Parte 1
https://www.facebook.com/faduportugal/posts/pfbid0zenxDW9okSwD6GRhbQWiZngrbTwD91FTNTdk1nvpNPdXrAbAxCJGQpDtyzBQFSAI	31/01/2022	12	3	-	Fotografias - CNU Atletismo Pista Coberta - Parte 2
https://www.facebook.com/faduportugal/posts/pfbid0EzeWWSsJa7w2kLW6Gor6NHqd7e4ieCMYDxTpZdQyU8R9jsJZqDwXCEkLdr1xi46fl	31/01/2022	17	1	3	Fotografias - CNU Atletismo Pista Coberta - Parte 3

Destaques	Publicação	Total	Conceito
Publicação com mais gostos	https://www.facebook.com/faduportugal/posts/pfbid02Ce2P9go5kWmYjYQWmDdonVMKeJmKad7pQGKxnkE1BaAem7XivFCsQBfdhvSm6Hool	103 gostos	Filipa Godinho e Manuel Veloso nomeados para as comissões da EUSA
Publicação com mais comentários	https://www.facebook.com/faduportugal/posts/pfbid02Ce2P9go5kWmYjYQWmDdonVMKeJmKad7pQGKxnkE1BaAem7XivFCsQBfdhvSm6Hool	13 comentários	Filipa Godinho e Manuel Veloso nomeados para as comissões da EUSA
Publicação com mais partilhas	https://www.facebook.com/faduportugal/posts/pfbid02vbfPZwJsYBaG8R3ci8fwNM6ZHkGHRHWghzctXeHxwCRgKNd3eN2QF3xsvym9X2fgl	21 partilhas	Divulgação do local das Fases Finais dos CNU's 2021/2022

Publicações	Total
Publicações com fotografias	53
Publicações com vídeo	7

EUSA

EUSA					
Publicação	Data	Gostos	Partilhas	Comentários	Conceito
https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid02VBsYcwAHBtcjcS2F1ZtwLw2J5W2n7eVdaK9wF4sZcGfNWq8QXSmeqCKaKVoUDfHqI	4/11/2021	16	4	3	Recrutamento de Voluntários - EUSA Games
https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid0AsNjNqF6WkxSZLhKsXegt8BFSvuFC6RuGKhXcGKvF3SWTcfxymzo2RU22uuz3brLI	5/11/2021	8	-	-	Friday Feeling
https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid0g7ctWEnbx6G8X4hhHnbVHGf869V3b8Z8a2mjqRUcoc3EN6k45bgTiNJyT7qXbsidl	5/11/2021	6	-	-	Lançamento de um inquérito sobre Voluntariado no âmbito do projeto Erasmus Plus
https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid0km9fGRUPAg2FQWhJhpi9kvY9UtrEaBjSxK8SQC7myQA8b5rMD1gyg1aZUMUxnYaZl	8/11/2021	7	-	-	Monday Meme
https://www.facebook.com/watch/?v=320747899888121	8/11/2021	1 (27 visualizações)	-	-	Projeto Green Sports (Desporto e Sustentabilidade)

https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid02C9jq1CKTJYXR09x7fC7n7Dq8MNFxLxCnnjcMzPa7zEqSth62bKrkhah2MPgJDitZDI	9/11/2021	15	-	-	25.º aniversário da Federação Turca de Desporto Universitário
https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid02k1Tvg8gNPTdGxBASb1ZTYaT2xKhrYS8sCdFpB5MJgX9GWYtSARMKQaCE4MPWGfszI	9/11/2021	9	-	-	PROGRES.project
https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid02PiqQLbAY8d8mz45dBMtstH2DRbAG9tdNeiHozFmk3ti3CAmUEdgW9RmA9tQV5VebI	11/11/2021	7	-	-	Throwback - EUG Coimbra 2018 - Ténis
https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid025KJjRWdZKdm2epGzt1M5kKBbs8b1tyPEDUgEc2s74boD7QjMmyotZ6UtNfbsimFkl	12/11/2021	17	-	-	Reuniões dos projetos ErasmusPlus, Uni4S e PRODUCE
https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid02RKmo74SkBBainTmkKvQLyUaFDCKEhsaR7EtY4gu4CJLgst7EGdh992wnmcq4jn3pl	12/11/2021	43	-	2	Acordo assinado entre a EUSA e a International Federation of Muaythai Associations
https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid0Pztb5c1a34NuBf6mKnsMmw6RbCrj8khPvi7QDrY6zAYqY5VXVM1JBtNRqLEw9KK8I	12/11/2021	13	-	-	#OnThisDay
https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid0731uPmbxMTPRUgdFgHhGgK5eEExmV85eENkjLxSxVS1XrKEo6NG3WbWJdm1HSUD5I	13/11/2021	5	-	-	Publicação alusiva ao Dia Mundial da Gentileza
https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid0PwwZk8deyHgUMinDTtULz2sPuMs5XjrPnJLEv4fC9g1s86BPDOnB2FPnMaQF8oMcl	13/11/2021	8	-	-	Comemorações - FASU Africa

https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid033bvb36ZauvuzXbEZh3MG1s4FHXLwg4BSNLPgL3SL3txrwQSYtrEcCAu1zhbAx3bnl	13/11/2021	48	6	-	Aniversário - EUSA
https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid07Li4qqWYb7ozZdTV4i2Dvvp7mroUrF3WqN6n7j7YdCHesaVX2ugf3WhbMRgbFQHQl	14/11/2021	30	1	-	Assinatura de acordo para a promoção de eventos desportivos universitários na Polónia
https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid0sXKivCj4wc48j1zXHojOC25YTPWt2McT86XBvGTq3pBoct9Z5RfNXUZRMU3U1aKKl	15/11/2021	31	7	-	Reunião do Comité Executivo da EUSA
https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid02QRgPWPSFLmSSLnmpT6CbXLGdi6qKDKhAEGW7mSS3XQPfMgYEf26aFgBUNLEVaboXI	15/11/2021	5	-	-	Monday Motivation
https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid0BeN1w8qLqsRUShpzBnRCdkaUJgKZDdQmS8dszKvS8dd6PVo8kYcdAiFG1Fm5Jog1l	16/11/2021	4	-	-	Publicação alusiva ao Dia da Tolerância
https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid02wGS2TtEs7KLD98yVgeXZ7zpb1Ngp8qd8nT2AZZLCofj4YpTvDayEBTt4cwgFARtql	16/11/2021	33	2	-	Receção dos voluntários do Corpo Europeu de Solidariedade
https://www.facebook.com/events/437706287734153/	17/11/2021	1	-	-	Seminário - PRODUCE (Evento)
https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid02B452GGwwuNSQH YrKFUcep5mHqFwP71Ezo3rkXLXiMJBBeNVWtVBRn4xngmyLQLh29l	17/11/2021	11	1	-	Publicação alusiva ao Dia Internacional do Estudante

https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid0oSSscchuJs4cJRM3uCuE5Ze1AixYVW9Xu2P7PS4La4qg9AyNa5GzUqh9wEwVCPdki	17/11/2021	33	-	-	Homenagem a Marian Dymalski
https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid0WvQPkUXJZ4BePxQNhTRLucCLZLK87VjXzEQmP329DMccjfHj3HeWypVuu2ZHPeYI	18/11/2021	4	-	-	Throwback - EUC Zagreb 2019
https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid02pQaauZju4LcrSBzx46PMKW37eUujhZdriqiEMr1XK3A6MYzBq6RC746AthnqBgqAl	22/11/2021	5	-	-	Monday Meme
https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid08HK8owEkwFywPXtffuyvNtxvZ6i21PzcBh6V4KxYjsSdhxfmvNV5uDzV5jMQKiil	24/11/2021	19	2	-	Visita da delegação da EUSA a Salerno
https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid0CQhfvBcjrRjwTnVPjQfErS111Q3VHAA9QC2KbHDXfREY7iWujqQyk9KqDe1VjXzfl	24/11/2021	20	2	-	Visita do Embaixador da Albânia na Eslovénia aos escritórios da EUSA
https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid02ktFKgNda5anPsb2qgZFCWLtgYvWTR4bP3ZXkHtdRqCAYJV9hAwAy1DL7BDEzxVYZI	24/11/2021	4	1	-	Presença na Assembleia Geral da FISU América
https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid0toodzRTN66YSVuWf6cjjv1Dr7jvAKJyr3ptq9yg89uCuCzSkjSMBf23YMDT3MX76I	25/11/2021	5	1	-	Publicação alusiva ao Dia Internacional da Eliminação da Violência contra as Mulheres
https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid0awHsnuGNwBXvT8Ssmmmi3Qg4j8Ph5vebfjawESrZSDqpAKJRMPPapsUhi8fe1cNMI	25/11/2021	24	-	-	Throwback - EUSA Awards Ceremony 2019

https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid02wz3MK6nzpHduvzvYfJNLc6Yaq4k96oprij8583J1rQyKiR56PKhRUUmDpf3Fj1ppsl	25/11/2021	7	-	-	Promoção da Universidade de Inverno
https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid025FhjE4N6XQ6EFacyTMzkwLkNTMkU6AtsU9HD6V3x1vs3tVcXePtQ7WxVAPMTNcEZI	27/11/2021	28	2	-	Seminário - PRODUCE
https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid02Nb6DtapDFjzwmGjdUE9L9KBhLo6994FcCXzfYbsSatdnSHvCimgrSayYjEeX5aEQI	28/11/2021	3	-	-	Fotografias - Seminário PRODUCE
https://www.facebook.com/watch/?v=919725585641647	28/11/2021	8 (66 visualizações)	-	-	Vídeo - Melhores momentos do Seminário PRODUCE
https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid0KNfPurP5xf4aPVHheaTK3mR2ZEymS3wBLB8PVQKaoWFOijAoKfCT4i7741HksU2zl	29/11/2021	3	-	-	Monday Meme
https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid0sAaEBhKtYxCBskBZWCuEShZcjCSR5QGyDbKzbM7z5LuEuzYwDAvpy3hhHqEsxzzFI	29/11/2021	14	-	-	Cancelamento - Universidade de Inverno
https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid02rfXGtZfgB2qQNQgbsG8fgLBhJbirmsoTCUmjVzhCDhxAUNYVvi24JEfARnceqxKI	30/11/2021	8	6	-	Promoção de uma conferência do projeto #ErasmusPlusRainbow
https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid02vsprDw1WwFDacD66fDntvAo9NX6iv6GrWqQdK2Vy7WaRjnmRFx6pbBHEnNq6MHQVI	30/11/2021	10	-	-	Reconhecimento da EUSA como um dos parceiros mais ativos da #EuropeanWeekofSport

https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid02Mr4Z4jT1UdbjZEy8y2bkkRn5VuYdKKVE2t24e6SxDEKkhgrAqPWkJFZ3tFsGrwnkl	30/11/2021	15	-	-	Visita de delegação da EUSA a Lodz, Polónia
https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid023LXW6WQRbzpVxuvkPKJE3kGfYKuRbRPmHFx2kLXm1c9STG4AsP72Q12nkrS8wRyyI	1/12/2021	6	-	-	Publicação alusiva ao Dia Mundial das AIDS
https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid02aXoy276fuEjexVweMLwnqNvSmZsvoJYZMKvdpkxpwhVQvUeabBwVeS9Dd39Mgn5BI	1/12/2021	4	-	-	Artigo
https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid0DfKvvC9y8H6yn7nP_LHRm3wkJqjRXUVB97YAKa9Q1Nmr5cBMX5yhKic8WV93UKSiDI	02/12/2021	10	-	-	Throwback - EUG Croatia 2016 - Sport Climbing
https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid02VgV6v2uERWD11r_oJ58fpFBvkVsoVvL3XJxPiHiYwRBYqVLZjTvgZnhdWqH7VijHbl	02/12/2021	2	-	-	Reunião sobre o projeto Erasmus+ na área desportiva por parte da União Europeia
https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid0aXGMaKDxhECSZBnDXmRuNvu4Ch69bnHPkbyh7h4vmJM2rgrUVJeU9v983v4au65hl	03/12/2021	7	2	-	Publicação alusiva ao Dia Internacional das Pessoas com Deficiência
https://www.facebook.com/events/1079755049458275/	03/12/2021	-	-	-	Conferência RYSE (Evento)
https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid0sXyjDRFiWZ5EUrngPEh4KjPiuzB9zd3XN7ty5B8eKHW9Yzjmdxm4ieaEAYRkjryLI	03/12/2021	4	-	-	Conferência RYSE - Convite

https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid0vzbTBmUMkeFTWbPUQ3X2jj212JGTfgsZhhWPBKNgBKZ9VnPDwGL41Mg7VJnUWNsXI	03/12/2021	6	-	-	PROGRES.project
https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid0FhiASeeZe1guMJ8r2kkE6rBK1LaqJmRqS1EVythcB7N8XnwksCaFJ6XuztfZiCBGI	03/12/2021	3	-	-	V Conferência Internacional da Sustentabilidade e Legado no Desporto: Desafios e Perspectivas
https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid0rnQPUZ7e6R7TsscTPP2yCJBgn5ZssmXd4wgCU8PpsNBPK6Hmdq19RAkqfRvboaXel	05/12/2021	34	5	1	Publicação alusiva ao Dia Internacional do Voluntário da EUSA
https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid02ZpRJwJ463zRovKXiZeztUSfwmdwS4nngnJLDSKTc6FieGV7A1VWvFHVWqFDvyLjZI	06/12/2021	4	-	-	Monday Meme
https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid0X4Y7yp2CM8e8o3yMXs7bjUSXBcLkrNqYA6RQ8XMzCV2GYgpjwBMDCbBp3WYghDHPI	07/12/2021	6	2	-	Conferência RYSE
https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid02hYHopSDqJ91kR6UCQPD6NrBvFvjYUD25ejYrRV9MGJMdj4yzFAiQJxBzi11UjXMI	07/12/2021	12	-	-	Reunião da EUSA com as associações-membro - EUSA Games 2022
https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid02kqWy7JmCsNyUdwcZjp175MfShGwoUTNDfRhvzDRExejCbexU4F2GRe7sUZe7Ztcl	08/12/2021	21	-	-	Memorando de entendimento entre a EUSA e a EAS - The Dual Career Network
https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid02FsDCiJ3tpC9dUWFJ12vHEH1LbEQj5iMfXtMTPkKsGBYxRwg2bXEFYqcRaohwJNhXI	09/12/2021	10	-	-	Throwback - EUC Braga 2011 - Taekwondo

https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid0FvNvrACRL4y3akQaNjfCcXiyYBGYb6KuBeYsJwRN3akkAWmCnQCcNL2qBCEXAmP5I	09/12/2021	5	1	-	Conferência AFE
https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid0LtUY82pzD1vbX8938X54brYnzyZ5QYf7Wyrib34RqvmqPCjjZuRnicqCkcmGHg9al	09/12/2021	7	-	-	Reunião entre a EUSA e a União Europeia de Taekwondo
https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid0gf5ABqnoAFKqLhDtS59PM4nHNvdQADStqBb2R3LgCnCcLb2BtYxv8gK5a79fuTegl	13/12/2021	7	-	-	Monday Mood
https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid0PbQjn2k2SB2GvzwFd2k9yrCYv7waU5KC5sfjaKntEhmJbiRCRTBhWL6D3LsNMQETI	15/12/2021	19	-	-	Abertura do Registo - EUSA Games
https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid02vmpUAnVuseih1tXcBfELy4z7sEF2K1aAAejRx4XC3RN7PWbME6jEoCpWV5bb8xMAI	16/12/2021	15	-	-	Comité Executivo - FISU
https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid0uzHB1Vg4BMxdXijQ67jqhvyTgWsR66aoWXKqhkNmFiYbC3UXibBB28YMtCs1yAPWI	17/12/2021	9	1	-	Participação da EUSA na Conferência de Prevenção de Violência no desporto
https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid06zWDb7F918gHSEcEFaNMda46tCU2XUzYkj7GqhLKEM4FJHnAxJujDh2xtUwWCMESI	17/12/2021	2	-	-	Friday Mood
https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid0rFw9g1YX5YcaS4W9Ew4WirATX6reKZpR8y7sxexJyE2YMnPeA4f4LZtPADkBDn4EI	21/12/2021	5	-	-	Conferência AFE

https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid02oVqB1gCkew7faqotpxjU8XWzL1J8LUh7pP2EdxERzm3TVKzowdmHnx3JDxePUixul	22/12/2021	10	2	-	Comité Executivo - EUSA
https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid0s8AsmEir8JZ5mNfcU72KutF4tWmtYE1nudoHtRbYPRHxQWMMzyeMehYsUENapXpNI	22/12/2021	12	1	-	Conferência sobre o assédio e o abuso no desporto - Erasmus+
https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid027gNAH6TpGM47YeCCdSvzNSWxGiqWvM1soRmii345TMqDWT2r2FFtLes41E9Ld5QFI	23/12/2021	4	-	-	Throwback - European Universities Golf Championship 2017 - Liberec - Golf
https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid02EyZ7DCRPrhngytQYpFzyWrHhksXyqf16YxXnwERJyiLpnRQgpGduMavzGmZ5rs1xl	23/12/2021	24	1	-	Reunião entre a EUSA e a VolFair - Be(ach) Volunteer, Be(ach) Fair
https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid0cMdrRiLSvftuZJp7gifzx4gGToswyfutCpzydGr4K2xdpgGSwz3mRiS6qkPqgEyYI	23/12/2021	9	1	-	Publicação alusiva à obrigatoriedade de vacinação para todos os participantes dos EUSA Games 2022
https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid0aRuypPF1Ch3SwhBVbLK6VZ1YYs1Q6qZ3e1pmRfKqrxrXHdAyfRNSmG6jDZZKwSkSI	23/12/2021	5	1	-	Propostas da Comissão Europeia para o programa Erasmus+ e para o Corpo Europeu de Solidariedade
https://www.facebook.com/watch/?v=279054440864125	24/12/2021	14 (223 visualizações)	1	-	Publicação de "Boas festas!"
https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid0xixkDyJb6jKR6NLdWDR8T36rWgw1cyjUjBFJ5nFLAJ8J15Fr7cGqeuH81n7PFPFI	01/01/2022	9	1	-	Mensagem do Presidente da EUSA

https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid02wpedpuXUpFqGydszMeL4SNPbgDxqmQn54DeHYFqzsxiPajKsM8dG8MoWuuAdB9ejl	03/01/2022	7	-	-	Desafios - Ano 2022
https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid034amg97VVZ2No3T6kcRBZbunG2Kv3p52sgxSxCKuDrhFiqdSDoBtd91zbtwHDpixl	6/1/2022	8	-	-	Throwback - EUG Coimbra 2018 - Badminton
https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid08p7QCKiJaK86cNrw1HL9HpxgSLEYnuz8CtcWjhBTdycLfQRv7A4ofV5haAAK3we7l	6/1/2022	10	-	-	Seminário de licitação para os EUSA Games 2026
https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid033LXSdHWGAxCuBfkBi5v4SNF1XHy4aMgNqtxTQtrJvvJWStVVMjgRiEfLtQW1J9HAi	10/1/2022	3	-	-	Monday Meme
https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid02JwDuFQdSDVxzv1pjQny6Qqxx32DWrzjb46rLtWWcUTxcwArCS8svTEG1YoPXcRql	13/01/2022	5	1	-	Throwback - EUG Rijeka 2016 - Judo
https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid02ZjBGZZpuVS3DqazXkGAsXkvqZ3tnAkbDmMUVkiPHeb8L9LqyhDez9K7AfzD3Bw1xl	17/1/2022	3	-	-	Monday Motivation
https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid02BsU2xzs2yZK3h5ULX4aNsaDgc2DNYpX3ZSiawzzHqJMBqmjph9HiisSKMehQQyVGI	17/1/2022	6	-	-	Reunião do projeto Green Sports Hub Europe
https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid029behMcYAGnoX2siAszqURJZEYj5vbpPChcfjdcjzsmwoRRdRAdHrsgUwf6NvcypFI	18/1/2022	9	-	-	Academia de Líderes Voluntários da FISU

https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid0nyUMVnvgkVfyfGyDtKqkRTKfgeo4EfiJ2RRw63hXc12VnkrE3xfQUVJpnzLM9x5I	19/1/2022	3	-	-	Incentivo à participação no projeto #ErasmusPlus MLEA
https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid0ny9MMBfM48pJuWXMTmNkWerpe5uyK4uJdpBqoRkGWGEcRuEw2AFcYDGpkWtYyYUal	19/1/2022	2	-	-	PROGRES.projet
https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid0rnQQunkjw4TmrCoDQE8vtxK7vPdLKZtEw4e6RE6K7gY1N4nAhT5kyHcTmhLxc7Bbl	20/1/2022	8	5	-	Registos para os EUSA Games
https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid0Bq4k1mA9z4F6SDMEejinp2Z7wujeCL2k7YznfB6NoagLHxNY9zDZ21unNB7ah6Fdl	20/1/2022	12	1	-	Throwback - European Universities 3x3 Championship - 2017 - Split
https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid02kcJXnnSUY6imiS1TQ1TKKSrVUjW5pzCAJUR3CxPaTqfjGSmZy381vF76Cwa8gNKcl	24/1/2022	1	-	-	Monday Mood
https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid02snB7WYUFmbSqZ5C76dZMkmM2EFSaFL6jANKXVVDhrPrHeQggsqMsKTBxvzbofYTwl	24/1/2022	14	1	-	Publicação alusiva ao Dia Internacional da Educação
https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid0FsYEttaHC2HTR4NWsCx5pf461LJ2rxP6KTiwm8jEA9mWBBU3aaaGCXeqUPLQMcs4I	25/1/2022	5	-	-	Reunião do projeto #ErasmusPlus
https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid02YZMjqi8ryJHDUYNj6kbhMUaaibKsUdiVL4E7vDKK6gBpg4cQ3m8ezaq6F16GTwtUl	25/1/2022	22	7	-	Reunião do projeto #ErasmusPlus

https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid02hedC2Bzm8yWgEE11FQKcdTxGrf63JcKZy6bTS5XfXArBgTeci8AzPeNjLHmhfEsmI	26/1/2022	7	-	-	Nomeações para Secretário Geral de evento da FISU
https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid0nBpe3qomwXJVqthx8KYJiujCDCuacmnWFQNUAifcErwMJZ74xvwa6XfHxc8umErMI	27/1/2022	9	1	-	Throwback - European Universities Combat Championships 2019 - Zagreb
https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid02TwaKcmXUcPiUBvgwtMbmP4RUZ02Q3CEDYjbAZPgQot9i36AfrTGoFFwDc49PhJMml	27/1/2022	-	-	-	Open University Cup Powerlifting 2022 - Convite
https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid0YBJHyzaYsb4YckE8VhpZRcvfdNQvJZqSJwCmwSofspLaSZ8gToGRq6SYZxWqzxBFI	28/1/2022	14	3	-	#OnThisDay
https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid0bnYbSJejdMSvhjf8Ef92zNQ5xdRjnbcfvteqbE7NZRE7QmdedoBwA9ZGpDQuacESI	28/1/2022	11	1	-	EUSA Rowing Championship 2022
https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid02QEsJcKiZSCXk6u8BFJcird7fRS5AWVD0LMT7r85zcDCokJy5SKbdCCxdVdTCYBgHQI	30/1/2022	12	-	-	#OnThisDay
https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid021MXdSLJqsTWeiFtmqFBsBYeURxWxH6CwNxxboD9BhGbrahA9EPLGgYnfNMfvmtqNI	31/1/2022	8	-	1	Publicação alusiva à modalidade de Xadrez - EUG 2022
https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid031YLdRwVGWSDrnMdmRaoz9mPQostBqoggHiWp3AunsG7ensCBNDMtG6hZX1BmYAx3I	31/1/2022	7	1	-	Reunião dos parceiros do projeto #ErasmusPlus

https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid0z2Y2ZTDjNLAW4teY9cmg2gzFpfo45qnvuGvsbkb6Cs78ehT5eDdWvgRXCdGi5kl	31/1/2022	14	-	-	Publicação alusiva ao Ano Europeu da Juventude (2022)
https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid061H6zumEXyBxULUzCP6iKoR37mSVCYPFYaTtvCiMd8UGLdEvSJ2PwFY5PQTcGZM9l	31/1/2022	7	-	-	Preparação - EUSA Games 2022
https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid02Jo9CMeRDMg6PK9jq4ySihD54LCv2BHxjsNyGnkvth8YG47LX6sJCQTfZheMdLroGl	1/2/2022	25	1	-	Apresentação dos membros da EUSA
https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid06KdGkCCULhhW4TAVDU4wzhR7ees7gc2XBgsdDWcCHfdYqgU7D8C1bHm7NJRvaefhl	1/2/2022	4	-	-	Projeto Erasmus+ Desporto

Destaques	Publicação	Total	Conceito
Publicação com mais gostos	https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid033bvb36ZauvuzXbEZh3MG1s4FHXLwg4BSNLPgL3SL3txrwQSYtrEcCAu1zhhAx3bnl	48 gostos	Aniversário - EUSA
Publicação com mais comentários	https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid02VBsYcwAHBtcjcS2F1ZtwLw2J5W2n7eVdaK9wF4sZcGfNWq8QXSmeqCKaKVoUDfHql	3 comentários	Recrutamento de Voluntários - EUSA Games
Publicação com mais partilhas	https://www.facebook.com/eusaunisport/posts/pfbid0sXKivCj4wc48j1zXHojoc25YTPWt2McT86XBvGTq3pBoct9Z5RfNXUZRMU3U1aKKl	7 partilhas	Reunião do Comité Executivo da EUSA

Publicações	Total
Publicações com fotografias	94
Publicações com vídeo	3

FISU

FISU					
Publicação	Data	Gostos	Partilhas	Comentários	Conceito
https://www.facebook.com/FISU/posts/pfbid02eVG7j9SGFGnCATLrEmeaKApuvsTfJRGsTmi4aE9H1QBN7dVRJ1UJ3As9tywps8gl	8/11/2021	15	1	1	Fun Fact sobre o Snowboarding

https://www.facebook.com/FISU/posts/pfbid0r4FPiKndjzU3Kch95L5Z41Z6Cua66v5cbou7XGSwYa3Y5pQcUdZiCc8xHkuP4SRyl	9/11/2021	32	24	1	Programa de Voluntariado Internacional da FISU
https://www.facebook.com/FISU/posts/pfbid02UeCdcAHdxmP5UJ7kws7a1eGeEafR3Eou6tbE1EXEwVbs8LndJWWrnnJMPoahmx8el	11/11/2021	54	26	3	Falta 1 mês para a 30.ª Universiade de Inverno
https://www.facebook.com/FISU/posts/pfbid02N4nex77547r6vDzAB3gb3Kq9sN5qEnkXPcS8jmecXcHtpHq8z852K7Nw6rMppcdl	14/11/2021	21	3	1	Faltam 100 dias para o FISU World University Championships and FISU University World Cups
https://www.facebook.com/FISU/posts/pfbid034yDBWzrs4wr8rDPeD4ixHncSSmLFzoe4Y8MxIdAdAwjiorwJSebWPN5zmdwBZxEul	15/11/2021	15	3	-	Publicação alusiva à Universiade de Inverno
https://www.facebook.com/watch/?v=2149134071902050	18/11/2021	16 (308 visualizações)	1	-	Vídeo - FISU Legends
https://www.facebook.com/FISU/posts/pfbid0KiYeajk4vQLaA9JMQ6NMsdSCytsGJHSVZDTk75zioNpbaQqLHJKFxFkGcWNS1tZGI	29/11/2021	135	117	9	Cancelamento da 30.ª Universiade de Inverno
https://www.facebook.com/watch/?v=4499640530143347	5/12/2021	29 (444 visualizações)	7	-	Vídeo - Publicação alusiva ao Dia Internacional do Voluntário
https://www.facebook.com/FISU/posts/pfbid027imVGKRkr593asUmdHfMPGfZrPcTG5snv2DAmLLbZWWtUPpATH6KiF3mhNoz7kC9	17/12/2021	5	1	-	Inscrições para a Webinar do Programa de

					Embaixadores da FISU
https://www.facebook.com/watch/?v=313517120637556	19/12/2021	17 (299 visualizações)	1	-	Vídeo - Apresentação de Lucerna - Universidade de Inverno
https://www.facebook.com/watch/?v=439342377805350	20/12/2021	6 (122 visualizações)	-	-	Vídeo - 3 Fun Facts about Curling
https://www.facebook.com/watch/?v=660637345112894	22/12/2021	13 (241 visualizações)	2	-	Vídeo - Universidade de Inverno
https://www.facebook.com/FISU/posts/pfbid0sjEB5XdbyQv9DErRkhZTbAN7c9o1pZRnPd9GCVU4JfEqdSffbJgBBskokGAWvJggj	23/12/2021	8	1	-	Publicação alusiva à história da FISU
https://www.facebook.com/watch/?v=463056525319793	23/12/2021	20 (197 visualizações)	1	-	Vídeo - Mensagem de Boas Festas
https://www.facebook.com/watch/?v=417577933444035	27/12/2021	10 (153 visualizações)	-	-	Vídeo - 3 Fun Facts sobre o Hóquei no Gelo
https://www.facebook.com/FISU/posts/pfbid02H3o3gLPFzRatSPfJVoAqwj1CxmLjY7AaB8br9v9mAfikt5MNFLbANF1Xq913yAZWI	30/12/2021	17	1	-	Publicação alusiva à história da FISU
https://www.facebook.com/FISU/posts/pfbid02rHF6oDhenWFy34BSfn9wFP8KASW3v1GKc62sNrkaC4bZzLv4ZGyuu7NtaUUEUyNXI	12/01/2022	23	1	-	

					FISU Students Ambassadors - Webinar
https://www.facebook.com/FISU/posts/pfbid022SDTAfXUkpkj39UTCtLuDsoEQkqztVRELCBCssdS8RUo7JtDnspETMC3a8j8PbCnl	18/01/2022	13	1	-	Passagem da bandeira para a organização dos Jogos Mundias Universitários Torino 2025
https://www.facebook.com/FISU/posts/pfbid02iyQ88faKnPYdBicJk8V1zJHXw3qwath3QBak4KgR31dfbHm2gctyd5G54qkmJzHgl	27/01/2022	10	1	1	Road to FISU World University Games Winter 2025

Destaques	Publicação	Total	Conceito
Publicação com mais gostos	https://www.facebook.com/FISU/posts/pfbid0KiYeajk4vQLaA9JMQ6NMs_dSCytsGJHSVZDTk75zioNpbaQqLHJKFxFxKgBcWNS1tZGI	135 gostos	Cancelamento da Universiade de Inverno
Publicação com mais comentários	https://www.facebook.com/FISU/posts/pfbid0KiYeajk4vQLaA9JMQ6NMs_dSCytsGJHSVZDTk75zioNpbaQqLHJKFxFxKgBcWNS1tZGI	9 comentários	Cancelamento da Universiade de Inverno
Publicação com mais partilhas	https://www.facebook.com/FISU/posts/pfbid0KiYeajk4vQLaA9JMQ6NMs_dSCytsGJHSVZDTk75zioNpbaQqLHJKFxFxKgBcWNS1tZGI	117 partilhas	Cancelamento da Universiade de Inverno

Publicações	Total
Publicações com fotografias	12
Publicações com vídeo	7

CBDU

CBDU					
Publicação	Data	Gostos	Partilhas	Comentários	Conceito
https://www.facebook.com/CBDU.brasil/posts/pfbid0L1oT4kzTc19E7XKSFGQQVXZHHRGfnNLsQHmFxtkwekFfQWoiUb9wkD5kBCHmeSfel	03/11/2021	5	-	-	Números - Jogos Universitários Brasileiros (JUBs) 2021
	09/11/2021	5	1	-	

https://www.facebook.com/CBDU.brasil/posts/pfbid0j73bqJwp3PD7619XGn7hQeJvgnA6aA9ntSbjA2anetTEJ5gKf2Q3FGTA8kMTNrLYI					82 anos da Federação Universitária Gaúcha de Desporto
https://www.facebook.com/CBDU.brasil/posts/pfbid05eRGtCcHDT5pB298ZXNZT8QzRfzhVjMLQmG1xu8HofnCUvikdLehcCzdHyQNxKc8I	09/11/2021	3	-	-	Reportagem "A história que ninguém conta" 1/6
https://www.facebook.com/CBDU.brasil/posts/pfbid0wWQtNHPHDBHSNLu9Qq3Q5e6txeJZA9xygihvXuqv8zNRw7LAjahz7MZUBX4B9uJbl	11/11/2021	7	-	-	Falta um mês para a Universiade de Inverno
https://www.facebook.com/CBDU.brasil/posts/pfbid02V2GANLPDLK6Hi5dVLNV5BMc3aTWzmnHCCUeN95ZRo95NdkmM8oBCsvjEKdaipt4tl	12/11/2021	4	-	-	Publicação alusiva ao Esqui Cross-Country (Universiade de Inverno)
https://www.facebook.com/CBDU.brasil/posts/pfbid022RtRapd48XWXwFYBQGid9Q99EBpYMqknpp8joUbD6HmA8mPjARvG8b2N8znyLE6Jl	12/11/2021	1	-	-	79 anos da Federação Acadêmica Pernambucana de Desporto
https://www.facebook.com/CBDU.brasil/posts/pfbid0gHSxxUiKWD2J9U7NCKLqweGQDNzimctp2vSzk8W1acpASWKMTpsH85htdcQXjx3yl	15/11/2021	7	-	5	23 anos da Federação Acadêmica do Desporto do Amapá
https://www.facebook.com/CBDU.brasil/posts/pfbid02Qb59s3yy2M8J1v2xacLF2aYkEDZtj3yrswVuAEuvZ291v7gRf7x5RvqHwSLjTBjil	16/11/2021	4	1	1	71 anos da Federação Universitária de Desporto Capixaba
https://www.facebook.com/CBDU.brasil/posts/pfbid0MyALR8QXFX5kY1h1PMqa3jTZc3Kxti5o6DBUkMN8KT5UbPIR7akW4NTSvV5bYigsI	16/11/2021	4	-	-	Reportagem "A história que ninguém conta" 2/6
	17/11/2021	2	-	-	

https://www.facebook.com/CBDU.brasil/posts/pfbid021LexNiGeSbhU8M6LyRyzJVy6W2PK1aVpL7hXg75q5Mahuh1EYsftWG3DqFRpHUEel					Publicação alusiva ao Dia Internacional do Estudante
https://www.facebook.com/CBDU.brasil/posts/pfbid0MNKjJUeR6rQBNrvKmgKTfrMjj2FobmCS8X6EEoEqShGcy9fgLNQa4keCN3eDx1GPI	18/11/2021	12	-	-	Bruno Conde no Campeonato Mundial de Karaté
https://www.facebook.com/CBDU.brasil/posts/pfbid0XP6xVVxz1ZdJNTu4y9iN8X63JWYtsrxiAUPBa11rp6hj5UEbGSneVuwc5uVq34Hzl	19/11/2021	3	-	-	Ana Carla Decottignies representa Brasil na Universiade de Inverno
https://www.facebook.com/CBDU.brasil/posts/pfbid06UuerBiDQtz1iZJ7N6KFkbqhe4VPpYeiHZAj8TvhmpG6dqitG3ePMZL75YpZfuAl	22/11/2021	3	-	-	Publicação alusiva ao Esqui Alpino (Universiade de Inverno)
https://www.facebook.com/CBDU.brasil/posts/pfbid0tqzKeUYrf3GBPJCtvYf8TE5gFyoCuUYst15XXTyFszW9c1Vg9RDUBiVK2ViWrmJFI	23/11/2021	8	2	-	Reportagem "A história que ninguém conta" 3/6
https://www.facebook.com/CBDU.brasil/posts/pfbid0JSq5BwJCGovjrWbYoEx2dejWcyxds3B8fhywNdUiWidjt7PT334sCoU7nwQ6hZH7l	24/11/2021	6	-	-	Participação brasileira no Campeonato Mundial Militar de Wrestling
https://www.facebook.com/CBDU.brasil/posts/pfbid02RjoKKeVAR3hsUEAV8s3DofKtJ2mTBJPkYpoDLqDmJkYLal3crYuLiFmKQ9Gf9X8EI	25/11/2021	5	1	-	Arthur Casado representa Brasil na Universiade de Inverno
https://www.facebook.com/CBDU.brasil/posts/pfbid031PVarkzd9ZSHtoYqBasWedWfoqTk3eZrw4HXVRv5uhPYCrdt1ajFG4VkxcU7Jgtil	26/11/2021	8	-	-	Eleições da Federação Matogrossense de Desporto Universitário
	29/11/2021	4	-	-	

https://www.facebook.com/CBDU.brasil/posts/pfbid0baKAZc7yegLs2P4X6qsPpgKTVeHfEegg2qSxGfGpRGBRRCXJB7QJwH4G9hU2ETiHl					Publicação alusiva à Patinagem Artística (Universiade de Inverno)
https://www.facebook.com/CBDU.brasil/posts/pfbid02BZfb1CUsVTkwkN5XRRZC4hXm5qUnUd7vExECwMrqS2zkEAabpkcgz3F36JNAPvrsI	29/11/2021	4	2	-	Cancelamento - Universiade de Inverno
https://www.facebook.com/CBDU.brasil/posts/pfbid0U5Yo42AHeiwQh1vRwJC5YaUccpPN2VJgkjR6cKjKTKQEkNWRAeDU7WgMgHn6RftjI	1/12/2021	14	1	-	Retrospectiva 2021 - JUBs eSports
https://www.facebook.com/CBDU.brasil/posts/pfbid0aV5hMVmZxxsCfKajGJvH8c4SX4UnCGMmufkJFzEdn8djDh7cf5taC6EDSUEKjKxzI	03/12/2021	4	-	-	Reportagem "A história que ninguém conta" 4/6
https://www.facebook.com/CBDU.brasil/posts/pfbid0YjWsunE4k2tyDaMP8ziMputZ7Pu8k5TK6Fh7x36B5JP54dTT5ByZPk8yMpDoNhL1I	06/12/2021	10	-	2	Retrospectiva 2021 - CBDU
https://www.facebook.com/CBDU.brasil/posts/pfbid0chBhPE5CwcF9gS6FSEFAcTaM5xmpWgfpMse8zxQ7jUGzffPkhE3m5UfYpJvrdGYCI	07/12/2021	9	-	-	Meme
https://www.facebook.com/CBDU.brasil/posts/pfbid0FYKSxTP3dxL9J9oYtEY9sECtYEXvLSm1Lk8YQbSc9p9nx2DCJPXeHBfCztLwLDL4I	08/12/2021	1	-	-	Retrospectiva 2021 - JUBs Futebol
https://www.facebook.com/CBDU.brasil/posts/pfbid02TNV5ebUs9nr9x8AxTQ73AWt4vAZyssN2jADXZz2JBSTQMPQFAfhHzMuChBBVwQ9YI	15/12/2021	7	-	2	Retrospectiva 2021 - JUBs Praia
	17/12/2021	6	-	-	

https://www.facebook.com/CBDU.brasil/posts/pfbid02qCtJejPSXY9Yt9TuB8VALob3HiMR7DZV8Ar4RfaXK3zUiY8VsdzJpWPYnFLuymVxl					CNE aprova aplicação de recursos da Lei das Loterias pela CBDU
https://www.facebook.com/CBDU.brasil/posts/pfbid034gwQv33YaevM26JMSwoThsdr3pfoXvgz99woypwkErWPXwSjLhNeo52brV137Phtl	17/12/2021	17	1	1	Participação nas Olimpíadas de Paris 2024
https://www.facebook.com/CBDU.brasil/posts/pfbid0sKJzF9LxfJYKiz31NLrNa97rxN9u26Bn5bkhkNi3df2JnrzmDzMVUnynCsuNCz67l	20/12/2021	1	-	-	60 anos da Federação Acadêmica de Desporto Piauiense
https://www.facebook.com/CBDU.brasil/posts/pfbid02A1nYxQLMShMD24MFAFV6C3rM8y13dJgKXGRbNFvyWqebNDfsSemgWLYAGBWUqsS4l	21/12/2021	10	-	-	Publicação alusiva ao Dia do Atleta
https://www.facebook.com/CBDU.brasil/posts/pfbid02LHxrFXnwa54Jq1Ycmva9AfGQ6NQ2ZkoZegKE5HboddWn2ni5rmhoBe5Lrro3QKJbl	24/12/2021	6	-	-	Publicação alusiva ao Natal
https://www.facebook.com/CBDU.brasil/posts/pfbid0Bc4yTeLyWSRBFaNUW8KzPJTctzaQKYMf5Ry8p6yYHq18m1QvMp543yGUAemK8rFRI	27/12/2021	2	-	2	70 anos da Federação Acadêmica de Deporto Sergipe
https://www.facebook.com/CBDU.brasil/posts/pfbid02hf31LQyScWaAcBxG5d34UjdHaoP2hcnuoN9Rm2Sqs5SNj2G8vt949UqWWgB9qDtul	31/12/2021	4	-	1	Publicação alusiva ao Ano Novo
https://www.facebook.com/CBDU.brasil/posts/pfbid044aDwkspTUHKOc6iR2GpM38vUMqmEgF1mLNVz28fhMU4udcmeouJkEF9PAS3bPTRl	05/01/2022	11	-	-	"Bem-vindo, 2022!"
	05/01/2022	7	1	-	

https://www.facebook.com/CBDU.brasil/posts/pfbid0pmDqAKvZnxReTfy2AwhPD1ZLz4qHHUkaWDyoQ2MkSKjTYCJA1TF2ayp4USFxfj3V8I					Publicação alusiva ao Calendário de Competições 2022
https://www.facebook.com/CBDU.brasil/posts/pfbid0jYGmptee1zsBcv1yoV2X6DGTv3xJhtwGrL4tSfz7A3sYBt3BuJon3uhrHr4fwy7I	07/01/2022	1	-	-	Guia do Caloiro 2022
https://www.facebook.com/CBDU.brasil/posts/pfbid02yasQhNKRvxhEdRzSoXQ3AQtf6pbfVuNB6Z5G1u12wWtumYWuA1neStixgszenS4TAI	10/01/2022	10	-	-	Seleção de Voluntários para a Universiade de Chengdu
https://www.facebook.com/CBDU.brasil/posts/pfbid02WecsgCqPc6DQW Dh6PEWKG37aobNA2GfQ9NP4nFc1DghJBTvtvZVy8974bERVeviNI	12/01/2022	2	-	-	Sopa de Letras
https://www.facebook.com/CBDU.brasil/posts/pfbid02det59N66ygpqUnmcTyYDsQpzN93jW5moTf1aZSy7xHCWLjG1wEooqY7bcPt5sKPDl	12/01/2022	2	-	-	Site da Federação Universitária Mineira de Desporto
https://www.facebook.com/CBDU.brasil/posts/pfbid0Y5HwN5i3esQktvj6nYdnZj9bk4rB3TLEACHpmxkZp7X8iy2AphdzRkGn4YSc3YnGI	14/1/2022	4	-	-	Programa Bolsa Atleta
https://www.facebook.com/CBDU.brasil/posts/pfbid0jeVr5gJuQqZQLLf67BjLZc8irbzH36LAHJnwUmxwT2MGK1KTTHTYPKXFtz6tofXnCI	15/1/2022	4	-	-	Publicação alusiva ao Dia Nacional do Jogo Limpo
https://www.facebook.com/CBDU.brasil/posts/pfbid0jJBfSkHituaH1DsnG9u2z1fexDvNXRmjmUw13grUv4i5JbNbPMeRWESJaa8JrVGI	18/01/2022	9	1	1	Publicação alusiva à cerimónia da passagem da tocha e entrega das bandeiras por parte da FISU
	20/01/2022	7	2	-	

https://www.facebook.com/CBDU.brasil/posts/pfbid02u3M1zL9FmxjoP6QL1UF4vxiyd477q5AvDDrfQdmGDegA8YUHvCsnvAc7ndhVuml					"Se as modalidades dos JUBs fossem obras de arte"
https://www.facebook.com/CBDU.brasil/posts/pfbid02NT1VZaxtZ8ATK4aFR5KXGRZmtohxg26tqSfik1zvReXZS6oJhBEqjobJYqzrrBTYI	20/01/2022	8	-	-	CBDU e CBTri realizam reunião deliberativa para o Mundial Universitário de Triatlo
https://www.facebook.com/CBDU.brasil/posts/pfbid02e5taNYHPjdhcA2hv9TeGqf9gFPSDB47b9xjdvcJwDvrmd2NJgdb9A3bJgCqe1z5pl	24/01/2022	13	1	1	Calendário de Competições 2022
https://www.facebook.com/CBDU.brasil/posts/pfbid0pyzuWob6a96DdAAQ2D63AajGVxAviXN3tbHg8EcYhNSwAmeg9g4bxS5R4L8P1EQ3I	26/01/2022	8	1	-	Inscrições abertas para a Academia de Líderes da FISU
https://www.facebook.com/CBDU.brasil/posts/pfbid03RfHzVR6WTirYuLr2zUAQe7NDo1qvev66W5DATFjSYCRjeVVRfJdakakfLKB4RHqI	27/01/2022	10	4	-	Divulgação das datas e local dos JUBs Praia 2022
https://www.facebook.com/CBDU.brasil/posts/pfbid02BFKRFv3dgcxK8D65ddhyxvowNMrym4E3ggMMrmT2i9jF6eQ9TJ3RGQp4MPXUdvpjI	01/02/2022	4	-	-	Reforço das Inscrições - Academia de Líderes da FISU

Destaques	Publicação	Total	Conceito
Publicação com mais gostos	https://www.facebook.com/CBDU.brasil/posts/pfbid034qwQv33YaevM26JMSwoThsdr3pfoXvgz99woypwkErWPXwSjLhNeo52brV137Phtl	17 gostos	Participação nos Jogos Olímpicos de Paris 2024
Publicação com mais comentários	https://www.facebook.com/CBDU.brasil/posts/pfbid0gHSxxUiKWD2J9U7NCKLqweGQDNzimctp2vSzk8W1acpASWKMTpsH85htdcQXjx3yl	5 comentários	23 anos da Federação Académica do Desporto do Amapá
Publicação com mais partilhas	https://www.facebook.com/CBDU.brasil/posts/pfbid03RfHzVR6WTirYuLr2zUAQe7NDo1qvev66W5DATFjSYCRjeVVRFJdakakfLKB4RHqj	4 partilhas	Divulgação das datas e local dos JUBs Praia 2022

Publicações	Total
Publicações com fotografias	47
Publicações com vídeo	-

Anexo 15 – Análise Geral (Seguidores/Gostos, Publicações, Comentários e Partilhas)

Gostos/ Seguidores	FADU Portugal	EUSA	FISU	CBDU
Facebook	32.555 gostos	13.168 gostos	80.617 gostos	68.881 gostos
Instagram	10.900 seguidores	4931 seguidores	36.500 seguidores	52.800 seguidores

N.º total de publicações	FADU Portugal	EUSA	FISU	CBDU
Facebook	60 publicações	97 publicações	19 publicações	47 publicações
Instagram	52 publicações	32 publicações	22 publicações	59 publicações

N.º total de gostos	FADU Portugal	EUSA	FISU	CBDU
Facebook	970 gostos	1049 gostos	459 gostos	286 gostos
Instagram	13431 gostos	790 gostos	4677 gostos	17 908 gostos

N.º total de comentários	FADU Portugal	EUSA	FISU	CBDU
Facebook	28 comentários	7 comentários	16 comentários	16 comentários
Instagram	70 comentários	9 comentários	94 comentários	845 comentários

N.º total de partilhas	FADU Portugal	EUSA	FISU	CBDU
Facebook	206 partilhas	76 partilhas	192 partilhas	19 partilhas

Anexo 16 – Média Mensal de Gostos e de Publicações no Instagram

FADU Portugal

FADU Portugal	Novembro	Dezembro	Janeiro	Fevereiro
Média Mensal de Publicações	15:30= 0,5	23:31= 0,74	13:31= 0,42	1:28= 0,04
Média Mensal de Gostos	3371:30= 112,37	6523:31= 210,42	3240:31= 104,52	297:28= 10,61

EUSA

EUSA	Novembro	Dezembro	Janeiro
Média Mensal de Publicações	14:30= 0,47	9:31= 0,29	9:31= 0,29
Média Mensal de Gostos	374:30= 12,47	216:31= 6,97	200:31= 6,45

FISU

FISU	Novembro	Dezembro	Janeiro
Média Mensal de Publicações	5:30= 0,17	10:31= 0,32	7:31= 0,23
Média Mensal de Gostos	971:30= 32,37	1640:31= 52,90	2066:31= 66,65

CBDU

CBDU	Novembro	Dezembro	Janeiro	Fevereiro
Média Mensal de Publicações	26:30= 0,87	19:31= 0,61	13:31= 0,42	1:28= 0,04
Média Mensal de Gostos	7357:30= 245,23	4529:31= 146,1	5922:31= 191,03	100:28= 3,57

Anexo 17 – Média Mensal de Gostos e de Publicações no Facebook

FADU Portugal

FADU Portugal	Novembro	Dezembro	Janeiro
Média Mensal de Publicações	21:30= 0,7	23:31= 0,74	16:31= 0,52
Média Mensal de Gostos	255:30= 8,5	383:31= 12,35	332:32= 10,71

EUSA

EUSA	Novembro	Dezembro	Janeiro	Fevereiro
Média Mensal de Publicações	38:30= 1,27	30:31= 0,97	27:31= 0,87	2:28= 0,07
Média Mensal de Gostos	528:30= 17,6	276:31= 8,90	216:31= 6,97	29:28= 1,04

FISU

FISU	Novembro	Dezembro	Janeiro
Média Mensal de Publicações	7:30= 0,23	9:31= 0,29	3:31= 0,1
Média Mensal de Gostos	288:30= 9,6	125:31= 4,03	46:31= 1,48

CBDU

CBDU	Novembro	Dezembro	Janeiro	Fevereiro
Média Mensal de Publicações	19:30= 0,63	13:31= 0,42	14:31= 0,45	1:28= 0,04
Média Mensal de Gostos	95:30= 3,17	91:31= 2,94	96:31= 3,1	4:28= 0,14