

# RELATÓRIO ANUAL DE GESTÃO 2011 DA ASCOM – ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL.

## 1. Introdução

O presente Relatório Anual de Gestão da Assessoria de Comunicação Institucional, referente a 2011, tem por premissa apresentar as realizações da Assessoria de Comunicação Institucional da UFPA levando em consideração a mudança de gestor, ou seja, de janeiro a agosto a coordenação geral esteve a cargo da jornalista Ana Danin, e atualmente está sob a responsabilidade do prof. Luiz Cezar Silva dos Santos, quem assina este relatório. Em virtude da mudança de coordenação e levando em consideração a continuidade de alguns processos, a nova gestão buscou pautar suas ações pela implantação de novas rotinas administrativas, práticas profissionais e gestão inovadora.

### 1.1. Principais Realizações da Gestão no Exercício

- Realização da pesquisa “Levantamento Estatístico a Respeito dos Meios de Comunicação e Mídias da UFPA”, em junho, pelo Laboratório de Sistema de Informação e Georreferenciamento (LASIG);
- criação do novo organograma de funcionamento da AsCom;
- elaboração e aprovação do estatuto da AsCom;
- implantação da Capes Web TV no campus de Belém;
- Aquisição de materiais e equipamentos fotográficos;
- Aquisição de equipamentos de informática;
- Aquisição de equipamentos jornalísticos (celulares, gravadores e netbook);
- Aumento do número de bolsistas.

Com relação às realizações dos núcleos:

**Núcleo de Divulgação Científica** – Em 2011, o Jornal *Beira do Rio* publicou 11 edições, entrevistou 130 pessoas (pesquisadores da UFPA, pesquisadores externos, alunos de graduação e pós-graduação, técnico-administrativos) para produzir 90 reportagens e 11 entrevistas no formato *ping-pong*. A versão *On-Line* recebeu 1.613 votos para 12 enquetes publicadas ao longo do ano e 428 comentários para as reportagens disponíveis no *site*. Esse material gerou 78 chamadas na Central de Atendimento da Ascom.

As edições de janeiro, abril e outubro geraram maior demanda dos meios de comunicação. Desde 2009, a edição de janeiro traz matérias que pautam a cidade de Belém e seu aniversário. Pesquisas que dizem respeito sobre a cidade são pautas preferenciais. Em abril, a reportagem *Um novo olhar sobre a matemática*, assinada pelo bolsista Paulo Henrique Gadelha, divulga o projeto do professor João Batista do Nascimento, da Faculdade de Matemática do Instituto de Ciências Exatas e Naturais (ICEN), o qual propõe uma abordagem lúdica da disciplina temida pela

maioria dos alunos. Este texto é o responsável pela grande demanda. Na versão *On-Line* do jornal *Beira do Rio*, é possível verificar que o texto obteve 4.350 acessos e gerou 50 comentários de leitores, entre eles, muitos professores interessados em utilizar a metodologia. Já em outubro, reportagens sobre Círio, violência e mercado imobiliário, avanço de pesquisas sobre câncer na tireoide tiveram grande repercussão. O *Beirinha*, a edição anual voltada para crianças, também chamou atenção pelas pesquisas divulgadas e pelo produto em si. No mês de novembro, publicamos entrevista e enquete sobre o assunto que estava gerando calorosas discussões na capital e no interior: o plebiscito sobre a divisão do Estado em Pará, Carajás e Tapajós. O professor Roberto Corrêa, da Faculdade de Ciências Sociais do Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, foi entrevistado por diversos meios de comunicação, até em matéria veiculada em rede nacional, às vésperas da votação. A enquete sobre o assunto foi a que mais obteve respostas: 425.

Com relação a eventos, há dois anos, o jornal *Beira do Rio* está presente na Semana de Ciência e Tecnologia por meio do Protocolo das Universidades. Durante o evento, a edição de outubro é distribuída aos participantes. Em 2011, Clara Pandolfo foi homenageada pelo evento e a edição de outubro trouxe reportagem sobre a trajetória da química que também foi professora da UFPA.

**Núcleo de Informação e Imprensa** – Ao longo de 2011, registramos 136 atendimentos à imprensa realizados por e-mail e outros 671 atendimentos por telefone ou presenciais acompanhadas pela Central de Imprensa da Ascom/UFPA. Sendo que a Central esteve em funcionamento de 7 de junho a 31 de dezembro de 2011 e os dados apresentados se referem a este período. Não há registro sobre atendimentos no período anterior.

O número médio de atendimentos por dia é de cinco pedidos em cada dia útil, sendo que a taxa de resolução dos pedidos é de 92,85% (Dos 671 pedidos, 623 foram resolvidos a contento). Os principais motivos de cancelamentos ou insucesso na resolução das solicitações são: Indisponibilidade dos professores no dia e horário pedido, impossibilidade de remarcação por parte dos jornalistas, desistência por parte dos jornalistas e não-localização de especialista na Universidade.

Em 2011, registramos 3.718 reportagens, notícias e notas divulgadas nos veículos impressos, *on line* e eletrônicos. Porém, como apenas o serviço do Clipping impresso é contínuo, este número possivelmente deve estar subestimado em relação ao Universo das informações sobre a Universidade divulgadas ao longo do ano. Assim, foram 2.504 notícias nas mídias impressas, 932 nas *on line*, 172 nas radiofônicas e 110 nas televisionadas. Destacamos ainda que a taxa de notícias provocadas, ou seja, que foram divulgadas por veículos externos a partir da própria Ascom é de 54,32%. Já a taxa de notícias positivas ou neutras sobre a UFPA é de 93,07%.

**Núcleo de Web e Redes Sociais** – Ao longo de 2011 foram publicadas no Portal da UFPA 964 matérias, entre os meses de janeiro e dezembro, sendo 53 em janeiro, 61 em fevereiro, 72 em março, 52 em abril, 80 em maio, 82 em junho, 40 em julho, 83 em agosto, 106 em setembro, 95 em outubro, 121 em novembro e 119 em

dezembro. Ressalte-se que, nos meses de outubro, novembro e dezembro, assim que foi instituído o Núcleo de Web e Redes Sociais da Assessoria de Comunicação da UFPA, a produção e publicação de matérias aumentou consideravelmente.

Com relação as matérias publicadas por pró-reitoria; ao todo, foram 62 matérias publicadas referentes à Progep, 98 referentes à Proex, 45 referentes à Prointer, 16 referentes à Proad, 31 referentes à Proplan, 55 referentes à Proeg, 45 referentes à Propesp, 52 sobre o Ceps e o Processo Seletivo da UFPA e 15 diretamente referentes ao reitor.

Em 2011, o Portal Multicampi teve um total de 69 matérias publicadas. Com a nova reestruturação da AsCom a partir do início das atividades do Núcleo de Web e Redes Sociais, momento no qual o Portal Multicampi passou a ter administração direta de uma jornalista, a qual assumiu a função de editora especificamente deste Portal, passando a gerenciar com mais dinamismo o seu conteúdo produzindo nos meses de outubro, novembro e dezembro 46 matérias, o dobro de matérias publicadas nos outros nove meses do ano. Com relação as matérias publicadas por Campi do interior, foram, ao todo, 12 matérias publicadas sobre assuntos diversos, 7 referentes ao Campus de Abaetetuba, 5 referentes ao Campus de Altamira, 12 referentes ao Campus de Bragança, 3 referentes ao Campus de Cametá, 1 referente ao Campus de Capanema, 9 referentes ao Campus de Castanhal, 11 referente ao Campus de Marabá, 2 referente ao Campus de Breves e 1 referente ao Campus de Tucuruí.

Em 2011, o perfil @UFPA\_Oficial tornou-se mais ativo na rede mundial de computadores, atualizado com a divulgação de notícias do Portal da Universidade, reportagens do Jornal Beira do Rio, informações sobre eventos e cursos, além dos diálogos e prestação de serviço com e para o público no que consiste ao Processo Seletivo 2012, o que foi decisivo para o aumento significativo do número de seguidores. O total de tweets publicados em 2011 foi de 3.079 e os tweets mais retuitados (RT's – número de vezes que nossa mensagem foi repetida por outros usuários ) em novembro foram: 1) Informações sobre o Processo Seletivo no dia da prova; 2) A Concessão de Doutor Honoris Causa para o professor Vicente Salles; 3) Informações sobre o processo seletivo. No mês de dezembro a mensagem que mais recebeu *retweets* foi a nota de esclarecimento sobre o resultado do vestibular da Universidade.

Por meio do perfil @UFPA\_Oficial criamos campanhas que entraram para os TrendsTopics de Belém (assuntos mais comentados no twitter); aumentar a interação com os usuários e solucionar problemas e dúvidas de usuários. Também foram realizadas promoções com o sorteio de livros e revistas científicas produzidas na ou pela UFPA pelo twitter, o que teve bastante aceitação do público e colaborou para o aumento de seguidores de nosso perfil que passou de 15.452 em agosto para 18.760 em dezembro.

A imagem da UFPA no twitter pode ser verificada pela quantidade de reclamações, elogios ou menções ao nome da Instituição. Dividimos a imagem em pontos positivos sobre a instituição e pontos negativos e começamos a contabilizar

as menções por sua natureza e o tipo de assunto entre novembro e dezembro de 2011, quando tivemos, ao todo, 1.762 menções ao @UFPA\_Oficial. Nesse intervalo de tempo, verificamos que 586 pessoas falaram sobre o Processo Seletivo 2012 da UFPA no twitter, na maioria das vezes, para tirar dúvidas sobre o vestibular. Vale ressaltar também que, devido ao PS 2012, perfis prestigiados nacionalmente no twitter citaram a UFPA, como os perfis do Portal Universia e o Globo Universidades. A natureza das menções ficou assim distribuída: 239 positivas, 219 negativas e 1.238 neutras.

No final de 2011, iniciamos a experiência de coberturas online via redes sociais nos perfis da UFPA no Twitter, em três momentos distintos, ou seja, no dia da Prova do OS 2012, na entrega do prêmio doutor Honoris Causa ao professor Vicente Salles e no dia da divulgação do Listão do PS 2012.

Com relação *Fanpage* UFPA/Oficial no Facebook, criada em dezembro de 2011, postamos sobre os mais diversos assuntos; e publicamos informações sobre notícias do Portal; edições do jornal Beira do Rio; Agenda da Universidade; Informações sobre o Recadastramento; divulgação sobre a pesquisa sobre a criminalidade no Campus; divulgação do edital de residência médica; informações sobre o Processo Seletivo 2012; comunicado sobre as páginas falsas da UFPA no Facebook e postagens de fotos da comunidade acadêmica e de coberturas de eventos promovidas pelas pró-reitorias.

Com a *Fanpage*, as pessoas têm interagido cada vez mais com a página da UFPA e em menos de um mês conseguiu 1.411 fãs. As últimas postagens sobre o Processo Seletivo divulgaram bastante a imagem da Instituição nas Redes Sociais. Hoje, 1.001 pessoas já citaram a *Fanpage* da UFPA no Facebook, sendo que o número de pessoas alcançadas por nossas postagens, no mês de dezembro, alcançou a marca de 9.582 pessoas.

As redes sociais estão ajudando a UFPA a dialogar com o público e apresentar uma imagem positiva da Instituição a um, cada vez maior, número de pessoas, bem como a ser um canal alternativo de divulgação de notícias e realização de coberturas em primeira mão. O diálogo por estas mídias também nos favorece perceber quais os principais setores da Instituição que precisam da máxima atenção administrativa no que consiste à solução de problemas, conforme as menções negativas com relação à UFPA com relação às reclamações direcionadas ao CEPS e aos procedimentos relativos ao PS 2012.

Observação: No anexo 1 quadro geral com as realizações dos Núcleos da AsCom.

## **1.2. Principais Dificuldades para a Realização dos Objetivos da AsCom**

Um dos principais problemas da AsCom diz respeito a infra-estrutura com relação ao espaço físico hoje ocupado pela Assessoria. Foi prometida a reforma da AsCom para o primeiro semestre de 2012. Com relação aos problemas de

equipamentos de informática, telefonia e mobiliário, na medida do possível todos os pedidos feitos a PROAD tem sido atendido.

Quanto às pautas solicitações de última hora, as realizadas fora do campus da UFPA ou depois das 17 horas, são problemas que merecem atenção redobrada em virtude da falta de pessoal, o horário dos bolsistas e repórteres é a te as 18 horas, bem como a falta de veículo próprio da AsCom para a locomoção da equipe de reportagem.

O horário de estágio dos bolsistas é outra questão que merece cuidado, em virtude de o curso de Comunicação só funcionar pelo turno da manhã, sendo assim, os bolsistas trabalham apenas pela parte da tarde; isto acarreta problemas da falta de flexibilidade de horário e de espaço físico.

A questão da telefonia fixa e móvel na AsCom é outro problema, só existe uma linha telefônica que faz ligações interurbanas e para celular; principalmente com a aquisição de 2 (dois) smarthphones para o Núcleo de Web e Redes Sociais. Sobre o assunto está sendo formalizada ao setor competente a solução deste problema.

Contudo, apesar de todas as dificuldades burocráticas inerentes ao serviço público a atual gestão vem conseguindo ampliar o espaço institucional ocupado pela AsCom nos diversos setores da Universidade.

### **1.3. Planos e Projetos para o próximo Exercício**

Reconhecendo que a comunicação institucional é uma das áreas estratégicas para o atingimento da missão e visão institucionais, propostas no PDI 2011-2015, a AsCom tem como objetivos estratégicos na área de comunicação, o de Intensificar a comunicação institucional e melhorar a gestão da informação e do conhecimento no âmbito da Universidade. Para tanto, serão desenvolvidos três grandes programas de comunicação institucional conforme demonstrado abaixo:

**Programa UFPA.net** – Tem como foco a melhoria dos serviços e veículos de comunicação da Universidade que estão relacionados ao ambiente da internet e das novas mídias. Para tanto serão realizadas a reformulação do Portal da UFPA e do Portal Multicampi; a implantação efetiva do Núcleo de Redes Sociais; a publicação do Guia de Pesquisadores da UFPA; dos Catálogos de Graduação e de Pós-Graduação da UFPA; e a realização do Censo dos Projetos de Pesquisa e de Extensão.

**Programa Comunica UFPA** – Visa à melhoria do fluxo de comunicação dentro da UFPA. Para tanto serão implementados a aprovação do Regimento da AsCom; a criação da Rede de Assessorias de Comunicação da UFPA; a ampliação da Ronda Institucional e Acadêmica; a implantação de Canais de Interatividade; e, a criação da Agência UFPA de Notícias.

**Programa de Marketing** – Objetiva a divulgação, avaliação contínua e melhoria da imagem institucional, com campanhas e ações de interesse da Universidade e de suas Unidades Acadêmicas e Administrativas. Para tanto serão

realizados Projeto de Vídeos Institucionais; a criação da Biblioteca de Mídias da UFPA; ações de marketing, publicidade e propaganda e Branding Institucional.

**Núcleo de Divulgação Científica** – Considerando o fato de que cerca de 11% dos alunos não conhecem o Jornal e de que alunos e professores preferem a versão impressa, talvez seja tempo de ampliarmos a tiragem do *Beira do Rio* – mantida nos 4 mil exemplares nos últimos três anos – e colocarmos em prática um plano de distribuição mais efetivo para atender aos alunos da graduação. Outro ponto é trazer a dimensão de universidade multicampi para o *Beira do Rio* com a criação de uma página fixa voltada para pesquisa dos todos os *campi*. Trabalho que deve ser realizado em parceria com o Núcleo de Web e Redes Sociais. Retomar o Boletim Beira do Rio, produzido em parceria com a Rádio Web UFPA. Por outro lado estabelecer, em parceria com as instituições que fazem parte do Protocolo de Universidades, estratégias mais efetivas de participação na Semana de Ciência e Tecnologia. Por fim, promover a participação de membros da equipe da NDC em eventos científicos, possibilitando a capacitação de bolsistas e jornalistas.

**Núcleo de Imprensa e Informação:** Propostas Apresentadas para ampliação e melhoria dos serviços de **Atendimento à imprensa:** recepção dos pedidos de entrevistas e informações mediando as “respostas” institucionais à comunidade externa, especificamente por meio da imprensa. Seria basicamente um conjunto de ações passivas, no sentido de que a negociação não parte da Ascom. Solicitações de entrevista, pedidos de informações, negociação de autorizações para a realização de imagens e gravações dentro dos espaços da Universidade, orientações para as fontes sobre como lidar com cada atendimento, entre outros.

**Planejamento e divulgação de informações, eventos e projetos da UFPA:** A Ascom passará a atuar de forma proativa na divulgação de informações institucionais buscando e negociando espaços na mídia segundo os interesses da Universidade.

**Clipping Institucional e avaliação da Imagem institucional:** Aglomerando os três tipos de clipping, a Ascom poderá produzir relatórios semestrais sobre a divulgação de informações e cobertura de temas a respeito da Universidade.

**Comunicação interna:** O Capes Web TV, se junta ao Informativo Eletrônico Acontece e ao Plantão Divulga para divulgar informações dentro da Instituição de forma mais dinâmica e atrativa.

**Atualização do Mailing Institucional:** A Ascom precisa atualizar a listagem de mailing de imprensa utilizado para o envio de sugestões de pauta, e as modalidades de envio de informações, especialmente tendo em vista os contatos referentes ao Vestibular da Instituição. Esta atualização envolve cinco fases: Estudo e cadastro de colunistas e programas de entrevista; Estudo da programação de emissoras de TV e Rádio e análise dos jornais impressos locais; Visita às redações em busca de contatos e em sugestões de aprimoramento; e busca de contatos de outras instituições parceiras locais e nacionais (Museu Goeldi, Sedect, MEC, etc).

**A Biblioteca de Mídias da UFPA:** Levando em consideração o alto investimento e as limitações inerentes a realização do Clipping Eletrônico por uma empresa terceirizada, a Ascom propôs o projeto de

Biblioteca de Mídias da UFPA, que além do serviço de clipping passará a oferecer informações para projetos de pesquisa e extensão da UFPA.

**Linhas Telefônicas** – Ampliação do número de linhas telefônicas fixas com liberação de ligações para celulares e interurbanos; em virtude da necessidade diária de contato com técnico-administrativos, professores, diretores, pró-reitores bem como com os demais *campi* do interior. Aquisição de pacotes de dados para web a ser utilizado pelo Núcleo de Web e Redes Sociais para ações no twitter, facebook e Orkut oficiais da UFPA.

**Rede de Assessorias de Comunicação da UFPA** – Atualmente nas unidades acadêmicas e administrativas da UFPA existe uma rede de comunicação descentralizada, ou seja, assessorias de comunicação distintas, atuando isoladamente na produção de notícias para suas respectivas unidades. Para modificar este panorama a Ascom pretende, nos próximos cinco anos, estabelecer parcerias institucionalizadas com os diversos setores e projetos que mantêm assessorias de comunicação ou de imprensa, deste modo uniformizando os procedimentos e facilitando os fluxos de informação dentro da instituição.

## **2. Caracterização da AsCom**

A Assessoria de Comunicação Institucional (Ascom) é uma assessoria especial ligada ao gabinete do Reitor e que tem como missão coordenar o processo de criação, implantação e desenvolvimento da política de comunicação institucional, bem como desenvolver estratégias de divulgação das ações institucionais para o público interno e externo da UFPA.

A Ascom é responsável pelo gerenciamento do Portal da UFPA; do informativo eletrônico Acontece; do plantão Divulga; do jornal científico Beira do Rio; do portal Multicampi; do site da ASCOM; dos quatro frontlignths localizados dentro do campus e, recentemente, do Projeto Capes Web TV, com monitores instalados na Biblioteca Central, no hall da Reitoria e nos restaurantes universitários do básico e do profissional.

A AsCom é formada pela Coordenação Geral, responsável por coordenar todas as atribuições da Assessoria de Comunicação Institucional. Contatos: (91) 3201-8034 e [coordenascom@ufpa.br](mailto:coordenascom@ufpa.br). Pela Secretaria da AsCom – responsável por secretariar as atividades administrativas da Assessoria junto aos demais órgãos da Universidade. Contatos: (91) 3201-7577 e [secretariaascom@ufpa.br](mailto:secretariaascom@ufpa.br). E pelo Núcleo de Divulgação Científica – responsável pela divulgação da comunidade científica da Universidade através do Jornal Beira do Rio. Contatos: (91) 3201-8036 e [cientificoascom@ufpa.br](mailto:cientificoascom@ufpa.br). Pelo Núcleo de Web e Redes Sociais – responsável pela divulgação online de notícias por meio dos sites e perfis institucionais na web (Portal da UFPA, Portal Multicampi, Twitter e Facebook. Contatos: (91) 3201-8035 e [webascom@ufpa.br](mailto:webascom@ufpa.br). Pelo Núcleo de Imprensa e Informação – responsável pelo atendimento aos veículos de comunicação, gestão de ferramentas de comunicação

interna, realização do serviço de clipping, de análise da imagem institucional e da veiculação do Informativo Eletrônico Acontece, do Plantão Divulga e do Projeto Capes Web TV. Contatos: 3201-8039 e [ascomufpa@ufpa.br](mailto:ascomufpa@ufpa.br). Pelo Núcleo de Marketing e Propaganda – responsável por planejar estratégias e ações de marketing e propaganda para a universidade; organizar estrategicamente os veículos e as mídias internas da Universidade; e assessorar as unidades da universidade na elaboração de planos e ações de marketing e propaganda. Contatos: (91) 3201-8034 e [marketingascom@ufpa.br](mailto:marketingascom@ufpa.br)

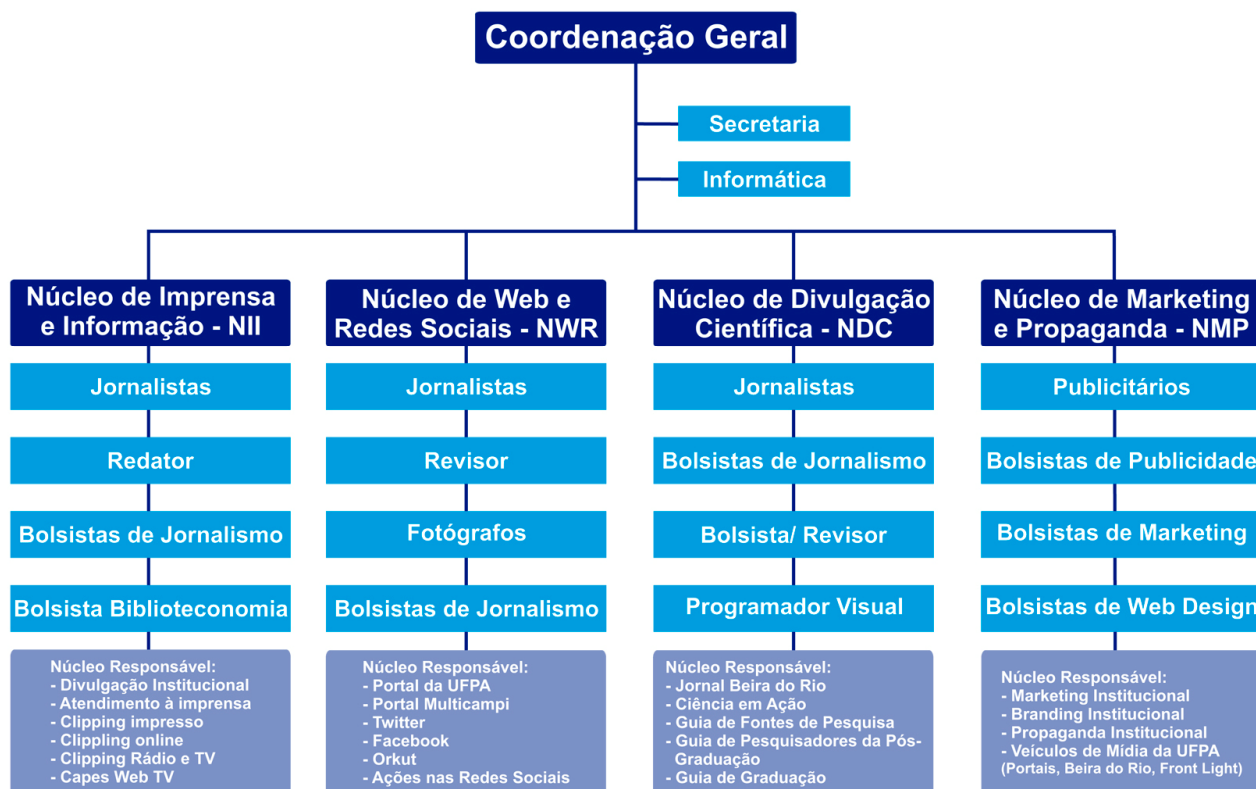
## **2.1. Identificação**

2.1.1. Nome Completo: Assessoria de Comunicação Institucional

2.1.2. Sigla da Unidade: AsCom

## **2.2. Organograma**

### **ORGANOGRAMA DA ASCOM/UFPA ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL**



## **2.3. Relação Nominal e e-mail dos Dirigentes da Unidade**

– Coordenador Geral: Luiz Cezar Silva dos Santos

– E-mail: [coordenascom@ufpa.br](mailto:coordenascom@ufpa.br) e [lzcezar@ufpa.br](mailto:lzcezar@ufpa.br)



### **3. Administração Geral**

#### **3.1. Organização e Funcionamento**

O novo modelo de organizacional da Assessoria de Comunicação Institucional está em fase de implantação a partir da aprovação pela Reitoria do Regimento da AsCom, documento que apresenta as atividades a serem executadas pela AsCom, tais como: coordenar o processo de criação, implantação e desenvolvimento da política de comunicação institucional da UFPA; assessorar o reitor e os gestores no desenvolvimento do planejamento da comunicação interna e externa da universidade; desenvolver estratégias de divulgação das ações institucionais para o público interno e externo, através de propostas, planos, programas, projetos e ações; desenvolver métodos de acompanhamento e controle da comunicação institucional da universidade; acompanhar a execução das propostas, planos, programas, projetos e ações de comunicação executados no âmbito da Universidade; e, organizar e atualizar o acervo e o banco de dados de comunicação da Universidade;

A coordenação da AsCom caberá a um docente ou profissional de nível superior especializado ou com comprovada experiência na área, a quem compete coordenar e orientar as atividades da Assessoria de Comunicação Institucional; solicitar à reitoria os recursos necessários ao cumprimento das atividades da assessoria; e responder, junto ao reitor, pelas atividades da AsCom. Para consecução de suas finalidades, a ASCOM constituir-se-á dos seguintes órgãos: o Núcleo de Imprensa e Informação; o Núcleo de Web e Redes Sociais; o Núcleo de Divulgação Científica; o Núcleo de Marketing e Propaganda; e a Secretaria.

Para o planejamento e execução das tarefas, cada núcleo terá um coordenador, função exercida por técnico-administrativo ou docente, e a eles compete: coordenar todas as atividades do seu núcleo, procurando integrar-se aos trabalhos da Coordenação Geral; e apresentar, quando solicitado, relatórios de atividades de seu núcleo. De maneira geral ao Núcleo de Imprensa e Informação (NII) compete: coordenar as atividades de divulgação institucional para as mídias externas, de forma reativa e proativa; observar e avaliar a imagem institucional nas mídias externas; realizar e organizar o serviço de clipping eletrônico e impresso da Universidade; e realizar as ações de atendimento à imprensa decorrente das demandas dos veículos (jornais, revistas, rádios e TV's) e das emissoras locais, nacionais e internacionais. Ao Núcleo de Web e Redes Sociais (NWR) compete: coordenar a estruturação, atualização e manutenção do Portal da UFPA e colaborar com sites das unidades institucionais, em parceria com o Centro de Tecnologia da Informação e Comunicação (CTIC) da UFPA; apoiar a construção e atualização jornalística dos sites das unidades e sub-unidades em parceria com estas; coordenar o fluxo de informações em conjunto com os demais núcleos da AsCom; coordenar as atividades concernentes às redes sociais da Universidade; e planejar e executar ações estratégicas institucionais relacionadas às mídias e redes sociais. Ao Núcleo de Divulgação Científica (NDC) compete: coordenar os mecanismos de divulgação

da produção científica da Instituição; coordenar a elaboração e atualização do Guia de Fontes de Pesquisa da UFPA; e produzir, editar e distribuir o Jornal Beira do Rio. Ao Núcleo de Marketing e Propaganda (NMP) compete: planejar estratégias e ações de marketing e propaganda para a universidade; organizar estrategicamente os veículos e as mídias internas da Universidade; e assessorar as unidades da universidade na elaboração de planos e ações de marketing e propaganda.

### **3.2. Recursos Humanos**

Para a realização de cursos e treinamentos será levado em consideração no próximo exercício as necessidades e perspectivas da Assessoria de Comunicação Institucional contidas no seu Regimento Geral. Essa decisão visa garantir que os técnico-administrativos lotados na AsCom possuam habilidades e conhecimentos necessários a realização das tarefas concernentes aos serviços prestados pela Assessoria. Desse modo, será desenvolvida uma política de cursos e treinamentos voltados para o desenvolvimento profissional das pessoas que fazem a AsCom. Bem como, serão propostos critérios para a avaliação de desempenho com vistas ao cumprimento de objetivos, a satisfação dos públicos usuários/beneficiários, e a contribuição do profissional aos resultados buscados pela Assessoria levando-se em conta a política de comunicação institucional proposta pela AsCom e orientada pelo PDI, a missão e visão estratégicas de futuro da Universidade.

### **3.3. Corpo Técnico-Administrativo**

No final do ano conseguimos a contratação de 4 (quatro) novos bolsistas para atender as necessidades dos núcleos de Imprensa e Informação e de Divulgação Científica; sendo 2 (dois) do curso de Jornalismo, 1 (um) do curso de Publicidade e 1 (um) do curso de Biblioteconomia. Também tivemos a realização de concurso público para o provimento de uma vaga para o cargo de Jornalista; o servidor aprovado assumirá suas funções em janeiro de 2012.

Com relação ao Núcleo de Divulgação Científica o mesmo inicia 2012 com a seguinte estrutura: 01 editor (jornalista/servidor); 01 diagramador (programador visual/servidor); 01 webdesigner (Bacharel em Ciência da Computação/bolsista), três repórteres exclusivos (bolsistas de jornalismo). Fotografia e revisão continuam sendo compartilhadas com o Portal, agora NWR. Já o Núcleo de Imprensa e Informação – NII, coordenado por uma jornalista/servidora com a seguinte estrutura no atendimento a imprensa: 01 jornalista, 02 bolsistas de jornalismo, na Divulgação Institucional 01 bolsista de jornalismo, na questão do clipping e Imagem Institucional 01 bolsista de biblioteconomia, na Comunicação Interna 01 redator e 01 bolsista de jornalismo. Com relação ao Núcleo de Web e Redes Sociais – NWRI, coordenado por uma jornalista/servidora com a seguinte estrutura no portal: 01 jornalista, 03 bolsistas de jornalismo, no portal Multicampi 01 jornalista e 01 bolsista de jornalismo, nas Redes Sociais 01 bolsista de jornalismo.

**Tabela 3.3.1** - Técnicos administrativos por subunidade

Nome	Subunidade	Titulação	Regime de trabalho	Situação	Cargo	Classe
ALEXANDRE AUGUSTO DE OLIVEIRA DE MORAIS	ASCOM	ENSINO MÉDIO	40 H	ATIVO RJU	ASSISTENTE DE ALUNOS	C
ATILA MACEDO REIS DE ALMEIDA BRITO	ASCOM	ESPECIALIZAÇÃO NIVEL SUPERIOR	40 H	ATIVO RJU	REDATOR	E
GLAUCE CRISTHIANE DA SILVA MONTEIRO	ASCOM	ENSINO SUPERIOR	25 H	ATIVO RJU	JORNALISTA	E
JESSICA DE SOUZA CARNEIRO	ASCOM	ESPECIALIZAÇÃO NIVEL SUPERIOR	25 H	ATIVO RJU	JORNALISTA	E
JULIA IZABEL LOPES PEREIRA	ASCOM	ESPECIALIZAÇÃO NIVEL SUPERIOR	40 H	ATIVO RJU	REVISOR DE TEXTOS	E
RAFAELA BARATA ANDRADE	ASCOM	ENSINO SUPERIOR	40 H	ATIVO RJU	PROGRAMADOR VISUAL	E
ROSYANE CRISTINA RODRIGUES DA COSTA	ASCOM	MESTRADO	25 H	ATIVO RJU	JORNALISTA	E

**Tabela 3.3.2** - Técnicos administrativos de outras subunidades cedidos para a AsCom

Nome	Subunidade	Titulação	Regime de trabalho	Situação	Cargo	Classe
ERIKA ALEXANDRA GONÇALVES PINTO	FADESP	ENSINO SUPERIOR	25 H	ATIVO	JORNALISTA	
JULIZE CONCEIÇÃO DE MIRANDA GARCIA	FADESP	ENSINO SUPERIOR	25 H	ATIVO	JORNALISTA	
KAROL KHALED CONCEIÇÃO	FADESP	ENSINO SUPERIOR	40 H	ATIVO	FOTÓGRAFA	
LEANDRO GOMES DE MOURA	FADESP	NÍVEL MÉDIO	40 H	ATIVO	INFORMÁTICA	
SILVANA VILHENA DA TRINDADE	FADESP	NIVEL MÉDIO	40 H	ATIVO	SECRETÁRIA	

**Tabela 3.3.3** - Técnicos-administrativos afastados por subunidade.

Nome	Subunidade	Titulação	Regime de trabalho	Situação	Cargo	Classe	Portaria de afastamento	Tipo de afastamento	Pós-graduação (exterior/ país)*
ANA CAROLINA PIMENTA	ASCOM	MESTRADO	25 H	ATIVO RJU	JORNALISTA	E	23073.004690 /2011-89	CESSÃO	
WALTER PINTO DE OLIVEIRA	ASCOM	ENSINO SUPERIOR	25 H	ATIVO RJU	JORNALISTA	E	1144/2010	MESTRADO	BRASIL

\*Se o afastamento for para pós-graduação, especificar se realizada no país ou no exterior

**Tabela 3.3.3** - Bolsistas

Tipo de bolsa	Curso	Nome
PROAD	JORNALISMO	ALINE RODRIGUES ANDRADE
PROAD	JORNALISMO	ANNE BEATRIZ GONÇALVES COSTA
PROAD	LETRAS	CINTIA MAGALHÃES CORRÊA
PROAD	JORNALISMO	DILERMANDO GADELHA DE VASCONCELOS NETO
PROAD	SISTEMA DE INFORMAÇÃO	DIOGO ADRIEL LIMA FERREIRA
PROAD	JORNALISMO	FLÁVIO LUIS PATRÍCIO MEIRELES
PROAD	JORNALISMO	HELDER LUIS DE FARIAS FERREIRA
PROAD	JORNALISMO	MAYARA DE NAZARE TAVARES CARDOSO DE ALBUQUERQU
PROAD	JORNALISMO	MICHELLE DOS SANTOS FERNANDES
PROAD	BIBLIOTECONOMIA	NALISSA VERENA FERNANDES DE CASTRO
PROAD	PUBLICIDADE	PAULA MARIANA PANTOJA OLIVEIRA
PROAD	JORNALISMO	PAULO HENRIQUE GADELHA CORRÊA
PROAD	JORNALISMO	PEDRO FERNANDES DOS SANTOS
PROAD	JORNALISMO	RAFAELA CRISTINA CORDEIRO JUSTINO
PROAD	JORNALISMO	VITO RAMON GEMAQUE DE SOUZA

#### **4. Conclusão**

Dentro dos objetivos institucionais propostos no PDI 2011-2015 a AsCom, nos próximos cinco anos, pretende realizar estratégias fundamentais para promover uma comunicação consistente e acessível que transmita as informações necessárias de interesse público e institucional; bem como propor meios de aperfeiçoar os canais de comunicação, definir os fluxos e adotar tecnologias adequadas que facilitem o acesso, a difusão e a gestão da informação e do conhecimento dentro e fora da Universidade.

## ANEXO 1

### 1.1 - Produção do Núcleo de Imprensa e Informação NII - (2011)

<b>Discriminação</b>	<b>Quantidade</b>
Número de Realeses produzidos para a imprensa	772
Número de Realeses divulgados na imprensa local	3.718
Número de Coletivas de Imprensa realizadas	7
Número de Notas oficiais enviadas à imprensa	38
Número de Atendimento telefônico a imprensa	684
Número de informações veiculadas na Capes Web TV	12
Número de informativos Divulga durante o ano	96
Número de informativos Acontece durante o ano	212
Eventos Promovidos (Cursos, Palestras, Workshops, Fóruns)	0
Capacitação de Recursos Humanos (Cursos, Palestras, etc.)	1
Número de Projetos apresentados (Acadêmicos e Técnicos)	2
<b>Total</b>	<b>5540</b>

### 1.2 - Produção do Núcleo de Web e Redes Sociais NWR - (2011)

<b>Discriminação</b>	<b>Quantidade</b>
Número de matérias publicadas no portal UFPA	964
Número de matérias publicadas no portal Multicampi	69
Tweets publicados em 2011	3.079
Mensagens Retweetadas (RT's)	1.763
Número de Clicks em nossos Links via Twitter	14.167
Número de visitas no Facebook da UFPA	1.013
Número de curtidas no Facebook da UFPA	1.814
Número de publicações no Facebook da UFPA	22
Número de repercussão das publicações no Facebook UFPA	502
Número de promoções realizadas nas redes sociais da UFPA	3
Eventos Promovidos (Cursos, Palestras, Workshops, Fóruns)	0
Capacitação de Recursos Humanos (Cursos, Palestras, etc.)	0
Número de Projetos apresentados (Acadêmicos e Técnicos)	1
<b>Total</b>	<b>23397</b>

### 1.3 - Produção do Núcleo de Divulgação Científica NDC - (2011)

<b>Discriminação</b>	<b>Quantidade</b>
Jornais Beira do Rio publicados no ano	11
Número de materias publicadas no jornal Beira do Rio	90
Número de entrevistados no Jornal Beira do Rio	130
Respostas à enquetes realizadas no Beira online	1613
Comentários no Beira online	428
Demandas Atendimento do Núcleo	78
Eventos Promovidos (Cursos, Palestras, Workshops, Fóruns)	0
Capacitação de Recursos Humanos (Cursos, Palestras, etc.)	2
Número de Projetos apresentados (Acadêmicos e Técnicos)	0
<b>Total</b>	<b>2352</b>

**Fonte:** Assessoria de Comunicação Institucional - AsCom/UFPA

**Obs.:** Núcleo de Marketing e Propaganda só começa a funcionar em janeiro de 2012.