RELATÓRIO DE GESTÃO 2015 – ASCOM/UFPA

A Assessoria de Comunicação Institucional – ASCOM, em conformidade com a Resolução Nº 719, de 20 de setembro de 2013, aprovada em reunião extraordinária do CONSUN, que alterou o Art. 1º, subseção II da Seção V, do Capítulo I, do Anexo da Resolução n. 662/2009, é o órgão responsável por planejar e coordenar as políticas e ações de comunicação e *marketing* da UFPA, interna e externamente, além de desenvolver estratégias de divulgação das ações institucionais para o público interno e externo da Universidade e, consequentemente, gerenciar o Portal da UFPA; o informativo eletrônico **Acontece**; o plantão **Divulga**; o jornal científico **Beira do Rio**; o portal **Multicampi**; o *site* da ASCOM e o projeto **Capes *Web-TV***, no âmbito da UFPA. Para essa finalidade, apresenta o relatório de atividades de cada Coordenadoria, a fim de compor o relatório final da prestação de contas das atividades realizadas pela ASCOM, no ano de 2015.

1. COORDENADORIA DE IMPRENSA E INFORMAÇÃO – CII.

A Coordenadoria de Imprensa e Informação (CII) é responsável por mediar as relações entre a Instituição e os veículos de comunicação com a comunidade interna e externa da UFPA. Para tanto, possui quatro linhas de atuação: o Atendimento à Imprensa, a Divulgação Institucional, o *Clipping* e a Imagem Institucional, e o Levantamento de Informações Internas.

Outras atividades desenvolvidas pela Coordenadoria de Imprensa e Informação, a saber, são: a) **Plantão de fim de semana e noturno,** responsável pelos atendimentos realizados por meio do telefone celular institucional e por *e-mail*; b) **Guia de Pesquisadores:** cadastro atualizado dos pesquisadores da UFPA, o qual conta, atualmente, com mais de dois mil e quatrocentos nomes; c) **Atualização do *Mailling*:** atualizado semestralmente pela Central de Imprensa. Atualmente, conta com mais de quatrocentos cadastros.

1.1. Coordenadoria em Números

Pela Central de Imprensa, foi registrado, em 2015, um total de 516 atendimentos, sendo 414 resolvidos, 93 cancelados a pedido ou por indisponibilidade dos professores e fontes da UFPA, e outros 09 por cancelamento de pedidos por parte dos jornalistas, o equivalente a 80,23% de eficiência. O número médio de pedidos por dia útil é de 2,12 solicitações telefônicas.

Com relação ao atendimento telefônico, percebeu-se que a maior parte dos pedidos telefônicos veio de emissoras de televisão (172 solicitações), seguidas de jornais impressos (117 solicitações), rádios (61 pedidos) e, por fim, veículos *on line* (46). Também foram registrados 120 pedidos de emissoras e veículos de comunicação de outros Estados ou de abrangência nacional e também, atendimentos às agências de comunicação ou instituições específicas. Foram emitidas 24 autorizações especiais às emissoras de televisão para gravação de programas ou entradas ao vivo das dependências da UFPA. Também teve destaque os atendimentos realizados por meio da internet. Foram 214 atendimentos realizados por meio do *hangouts* (também conhecido como *g-talking*) e do *e-mail* **ascom.ufpa@gmail.com**. Do total desses pedidos, 192 foram resolvidos, o que gera um percentual de eficiência de 89,71%. Entre os pedidos *on line* cancelados, a grande maioria foi por desistência do jornalista, que não poderia esperar por um tempo prolongado, enquanto o pedido estava sendo negociado.

No *e-mail* e *whatsapp* predominaram atendimentos às emissoras de TV e *sites*, devido à natureza imediatista dessas apurações, sendo registrados 147 atendimentos a emissoras de televisão, 111 a veículos de comunicação *on line*, 24 a emissoras de rádio e 56 a jornais impressos. Houve ainda outros dez atendimentos realizados por *e-mail* a instituições não relacionadas com a imprensa.

Whatsapp: É uma novidade utilizada nos atendimentos realizados à imprensa. Estimamos que ao menos 150 atendimentos e/ou orientações para a equipe de atendimento tenham sido realizados com o uso dessa ferramenta.

Destacamos ainda que o *whatsapp* também se mostra uma ferramenta mais adequada para contatar os professores da UFPA em relação às demandas recebidas, pois não interrompe atividades como aulas e reuniões e possui tempo de resposta mais ágil em relação aos contatos feitos por *e-mail* ou via redes sociais, por exemplo. Sendo assim, sugerimos a possibilidade de incluir no serviço de telefonia um pacote de dados para criação de um *whatsapp* oficial, uma vez que o telefone celular institucional já possui tecnologia para tal.

Durante o ano de 2015 o atendimento foi padronizado, sendo realizado, ininterruptamente, das 8h às 18h. Todo o registro do atendimento é feito com a utilização de uma ferramenta elaborada em *Access*, chamada Central de Imprensa. Ressaltamos, ainda, que muitas unidades possuem assessorias de imprensa próprias ou pessoas que tentam mediar as relações dos projetos/pesquisadores com a imprensa e têm ou mantêm contato direto com a imprensa, principalmente, com os veículos locais. Estimamos que pelo menos outros 200 atendimentos (cerca de 50 telefônicos e 150 por *whatsapp*) tenham sido realizados, sendo que os casos não emergenciais são orientados a retornarem o contato por *e-mail* e aguardar resposta durante o expediente normal da CII/ASCOM. Assim, os dados apresentados referem-se apenas as negociações mediadas pela ASCOM.

Guia de Pesquisadores: Também por meio do atendimento à imprensa, a CII mantém um cadastro atualizado das fontes da UFPA. Atualmente esse levantamento conta com 2.582 nomes. Os projetos de atualização estão paralisados em virtude da falta de retorno das unidades acadêmicas em relação aos dados cadastrais de seus docentes (negativas especialmente em ceder os números dos celulares) e da implantação do SIGA na UFPA, o qual possui(rá) uma plataforma com essa finalidade (cadastro).

Atualização do *Mailing* Institucional: Ferramenta de registro dos contatos dos jornalistas locais e de veículos nacionais que solicitam informações à UFPA. Atualmente, temos 476 pessoas cadastradas neste levantamento, incluindo revistas empresariais e *sites* institucionais. A atualização é continua.

Produção de *releases* e notas: Ao longo do ano de 2015 foram enviados 391 *releases* e 210 notas institucionais (enviadas a colunistas), além

de 23 notas oficiais de esclarecimento/comunicados, e ainda foram realizadas duas entrevistas coletivas. Do total, 168 *releases* foram inéditos e 223, atualizações a partir de textos do Portal da UFPA e do jornal Beira do Rio. Também foram realizadas em 2015 quatro visitas às redações jornalísticas mais problemáticas (TV Liberal, TV Record, TV RBA e Diário do Pará) para o atendimento à imprensa, além de conversas telefônicas e presenciais com repórteres, produtores e editores sobre a realidade comunicativa da Universidade e as dificuldades por trás de cada pedido de entrevista.

Banco de Pautas: Divulgado previamente aos jornalistas explicando-se que é uma ferramenta em construção. Os *links* também foram enviados para cada professor/entrevistado para conhecimento. Desde sua criação, em 1º de junho de 2015, foram 12.256 acessos à ferramenta, o que indica que mesmo inacabada, ela pode ser uma estratégia eficaz para sanar os problemas entre os pesquisadores da UFPA e a imprensa, pois:

a) Permite que os pesquisadores tenham tempo para se preparar para as demandas (em geral, por um mês de antecedência);

b) Diminuem as demandas já que os textos podem ser diretamente aproveitados pelos jornais impressos e *sites*, deixando apenas as emissoras de rádio e de televisão como eventuais demandas para entrevistas.

c) Reúne pesquisas e projetos por tema, o que não acontece em nenhuma outra ferramenta de comunicação da ASCOM.

d) Facilita o controle sobre a disponibilidade e limitações de cada pesquisador. Sabemos com antecedência qual pesquisa será apenas enviada para *sites* e impressos (sem que o pesquisador precise falar com jornalistas externos à UFPA) e quais temas não têm pesquisador disponível para conceder entrevista no período desejado; os prazos e horários que um pesquisador estará disponível; quais pesquisadores aceitam atender a veículos específicos ou não; etc.

e) Aproxima a agenda de divulgação da UFPA da agenda de cobertura da imprensa. Isso porque, até o momento, temos priorizado os textos em alusão a datas comemorativas ou feriados regulares para produção de conteúdo para o Banco de Pautas.

***Newsletter* Acontece:** Boletim informativo eletrônico semanalmente enviado, às sextas-feiras, pelo *acontece@ufpa.br* para toda a comunidade interna da UFPA e para a imprensa local. Em 2015 enviamos 22 informativos. O número menor em relação ao do ano de 2014 deve-se a problemas técnicos na internet.

***Clipping* e Imagem Institucional:** setor da ASCOM responsável por observar as informações divulgadas sobre ou de interesse da UFPA nos veículos impressos, *on line*, TVs, rádios locais e nacionais (sempre que possível). Esses conteúdos são selecionados, formatados para melhor divulgação e publicados no *link* **UFPA na Mídia**, na página principal da Universidade. As informações são hierarquizadas por data e tipo de veículo de comunicação e são públicas.

Em 2015 foram registradas 2.526 citações à UFPA. Destas, 1.494 foram de jornais impressos, 807 de *sites* e portais de notícias e 225, de emissoras de televisão. Devido a problemas técnicos, não processamos o *clipping* de Emissoras de Rádio em 2015, embora tenhamos o acervo gravado na ASCOM.

Clipping Impresso: O *cliping* dos jornais Amazônia Jornal, O Liberal e Diário do Pará, em 2015, registrou 1.494 informações sobre a UFPA. Os conteúdos sobre a Universidade são disponibilizados na *web*, no *link* **UFPA na Mídia**. Do total de registros de 2015, 57,93% das notícias tiveram origem nas divulgações realizadas pela ASCOM, índice considerado satisfatório, uma vez que há divulgações de notícias sobre denúncia, e matérias em que especialistas da UFPA são consultados sobre assuntos diversos, as quais contam com o atendimento à imprensa, mas tiveram sua origem na cobertura independente de jornalistas, ou seja, são consideradas "espontâneas" devido à sua origem, mas que foram atendidas pela Universidade. Assim, das demais 42,07% matérias publicadas nos jornais locais, cerca de 11,14% tiveram a participação da ASCOM, o que gera um índice de presença da Assessoria em 69,07% dos conteúdos localizados por meio do *clipping* diário impresso. Com relação à distribuição das matérias: 909 foram publicadas no jornal O Liberal, seguido pelo Diário do Pará (426) e pelo Amazônia Jornal (159).

Clipping *On-line*: Em 2015 foram registrados 807 inserções sobre a UFPA na imprensa *on line* local. Destas, 69,14%, o equivalente a 558 notícias,

foram originadas das divulgações feitas pela UFPA, e 30,86% (249) foram produzidas espontaneamente pela imprensa. As matérias *on line* sobre a UFPA são majoritariamente positivas (589) e neutras (152). Foram observadas apenas 66 citações negativas, a maior parte relativas a denúncias de irregularidades, com destaque para as citações de irregularidades em banca de concurso na Escola de Aplicação, atraso na entrega da obra da Casa do Estudante Universitário, desabamento de parte da orla do Campus do Guamá, denúncia de tentativa de fraude em concurso público para técnicos e redução do orçamento da Universidade para 2015. Todo esse conteúdo também está disponível, no *link* UFPA na Mídia.

***Clipping* Eletrônico/Coleção de Mídia da UFPA:** Em 2015, foram gravados 943 programas de cinco emissoras de televisão. Nesses programas localizamos 151 menções à UFPA, disponíveis no canal UFPA na Midia, no *youtube*, e no *link* UFPA na Mídia, no Portal da UFPA. No caso das notícias da TV Liberal, disponibilizadas por meio do *site* G1 Pará, colocamos a chamada no *site* UFPA na Mídia e redimensionamos para o *site* original. A TV Liberal realizou 74 citações sobre a UFPA em 2015. Assim, totalizamos 225 menções à Universidade, entre as seis emissoras de televisão monitoradas.

Ao todo, o **canal do *youtube* da UFPA** obteve 125.651 acessos de janeiro a dezembro de 2015 (175.381 visualizações desde sua criação, em 2012) e o *link* UFPA na Mídia obteve 124.608 acessos. Além disso, os dois principais projetos independentes mantidos pela Coordenadoria - **Catálogo de Cursos da UFPA** e **Banco de Pautas** - obtiveram: 289.360 acessos e 12.256 acessos, respectivamente.

Do total de **conteúdo divulgado sobre a UFPA** nas emissoras acompanhadas, 141 tiveram origem nas divulgações feitas pela ASCOM. O índice de notícias “provocadas” pela Universidade e divulgadas por esses meios é de 62,44%. Em relação às emissoras de rádio, atualmente conseguimos acompanhar apenas um programa: o *Jornal da Manhã*, da Rádio Cultura, porém ainda carecemos de uma ferramenta de edição que permita o recorte das citações à UFPA e sua publicação no *Clipping*, o que deve ser aperfeiçoado em 2016.

	Origem		Classificação		
	Provocada	Espontânea	Positiva	Negativa	Neutra
Impresso	810	684	1179	57	258
On line	558	249	589	66	152
TV	108	117	112	28	85
Total	**1476**	**1050**	**1880**	**151**	**495**

Tabela 1: *Clipping* impresso, *on line* e TV/2015.

Plantão Divulga: O Plantão Divulga é um informativo interno, pelo qual mensagens curtas e urgentes são enviadas por mala direta a toda a comunidade universitária (*e-mails* @ufpa). Em 2015, enviamos mais de 350 mensagens, sendo em média 1,54 por dia útil.

1.2. Perspectivas da CII para 2016.

a) Desmembramento do *e-mail* institucional **Divulga** em três: um para docentes, um para técnico-administrativos e um para discentes.

b) Criação de um *whatsapp* oficial para atendimento à imprensa, tendo em vista que o celular institucional não possui pacote de dados para uso de internet.

c) Atualização constante do ***mailing*** institucional e universitário com contatos de Instituições parceiras e de outras Universidades, a fim de facilitar a cobertura e divulgação de ações conjuntas e a troca de dados com outras Universidades, especialmente as Federais.

d) Apresentação de propostas de melhoria e de mudança no foco **relacionamento com a imprensa**, em razão das dificuldades apresentadas em 2014. Para lidar com essa realidade é preciso separar a comunicação institucional dos interesses da comunicação científica. Dentre as propostas estão: a concepção de um plano de comunicação que lide e oriente as ações e processos em casos de denúncias, e repostas institucionais quando necessário, a produção de um manual de **gerenciamento de crise**, para servir como padrão a ser enviado para orientação de toda a Administração Superior e para o corpo de dirigentes da Universidade, e, por fim, a produção de **Listas de**

Contatos Setorizadas por área de atuação, a fim de facilitar a localização de entrevistados em temas multidisciplinares.

e) **Agência UFPA de Notícias**: Criação de rede de comunicadores da UFPA. Seria interessante ter, pelo menos, um bolsista em cada unidade (*campi*, Instituto e Núcleo) para produzir reportagens, atender à imprensa e ajudar na comunicação interna. Cada correspondente seria treinado pela ASCOM e teria que se reportar a ela nas atividades diárias. Essa pessoa também poderia ter acessos aos recursos da Assessoria e elaborar os relatórios de comunicação das unidades, com o apoio da Coordenadoria de Imprensa e Informação.

f) Produção de **conteúdo jornalístico** de temas de interesse das redações. À Coordenadoria de Imprensa caberia a negociação das divulgações e a produção de matérias pontuais para abastecer a imprensa local e incentivar a cultura comunicacional e jornalística entre os pesquisadores da Universidade.

g) Finalmente, propomos a realização de **reuniões regulares** entre as três coordenadorias de produção de conteúdos da ASCOM (Coord. *Web* e Redes Sociais, Coord. de Divulgação Científica e Coord. de Imprensa e Informação) para que possam ajudar no envio de textos para a imprensa e também nos levantamentos de fontes para as demandas recebidas.

2. COORDENADORIA DE *WEB* E REDES SOCIAIS – CWR.

Ao longo de 2015, foi publicado, no Portal da UFPA, um total de 1.228 matérias, com cerca de 3.916.863 acessos, entre os meses de janeiro e dezembro. As matérias aqui relacionadas estão organizadas pela data de publicação no Portal da UFPA (http://www.ufpa.br) e divididas de acordo com o mês de publicação.

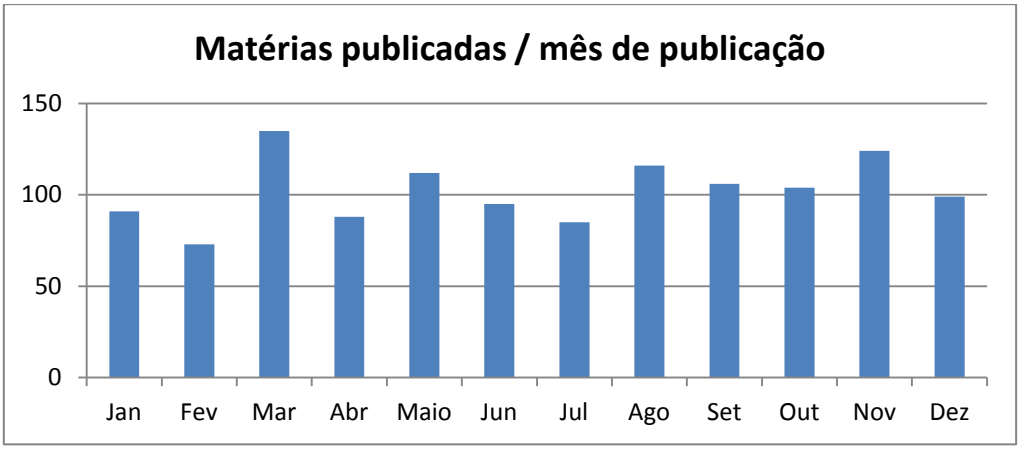


Gráfico 1: Total de notícias por mês de publicação no Portal da UFPA em 2015

Percebe-se que o número de 2015 é de 73 publicações a menos que no ano de 2014, quando houve 1.301 matérias publicadas. Tal fato pode ser explicado devido a 2015 ter sido um ano de greve de docentes e técnico-administrativos, o que diminuiu bastante a demanda por divulgação no Portal da UFPA, bem como os acessos ao *site* nos dias festivos, uma vez que o total de acessos referentes ao ano de 2015 foi 32.121 vezes menor do que do ano anterior (2014).

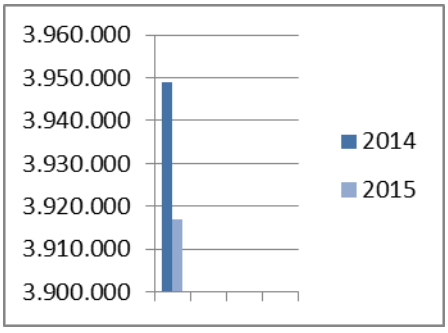


Gráfico 2: Média de acessos ao Portal da UFPA 2014/2015

2.1. Coordenadoria em Números

A tabela a seguir apresenta o total de matérias/mês, o total de acessos /mês e a média de acessos dia/mês no Portal da UFPA, no ano de 2015.

2015	Total de Matérias	Total de Acessos	Média/Dia
Janeiro	91	556.246	17.953
Fevereiro	73	375.604	13.414
Março	135	294.889	9.512

Abril	88	259.610	8.654
Maio	112	516.303	16.655
Junho	85	361.133	11.609
Julho	95	348.248	11.649
Agosto	116	281.377	9.077
Setembro	106	248.596	8.286
Outubro	104	373.179	12.038
Novembro	124	189.582	6.319
Dezembro	99	112.096	3.616

Tabela 2: Números de matérias publicadas pela CWR em 2015

2.2. Publicação por Pró-Reitoria

Em 2015 todas as unidades da UFPA foram contempladas com publicações. No que concerne às Pró-Reitorias, a maior quantidade de publicações foi da Pró-Reitoria de Extensão (Proex), com 105 matérias publicadas. A isso se deve o fato de que essa Pró-Reitoria possui bolsistas de jornalismo que produzem conteúdo de forma independente. Em seguida, vem a Pró-Reitoria de Relações Internacionais (Prointer), com 65 matérias publicadas. A Pró-Reitoria de Gestão de Pessoas (Progep) teve um total de 64 publicações no Portal da UFPA, destacando-se que esta unidade também formou recentemente um setor de Relações Públicas. A Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação (Propesp) teve 64 matérias publicadas. A Pró-Reitoria de Ensino de Graduação (Proeg), 63. Já Pró-Reitoria de Administração, 22, e a Pró-Reitoria de Planejamento, 21 matérias publicadas.

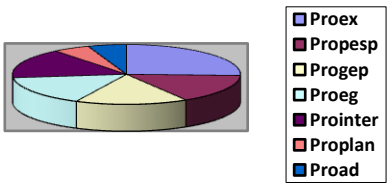


Gráfico 3: Matérias publicadas por Pró-Reitoria

Agenda do Portal: Atualmente a agenda do Portal possui duas seções: **Eventos** (registra a realização de palestras, cursos e eventos em geral), e **Editais e Bolsas** (editais de projetos, editais de concursos, bolsas de estágio

em geral). Uma observação: até o mês de agosto de 2015, as publicações de bolsas ocorriam de forma conjunta com editais, tendo sido desmembradas posteriormente. Ao longo de 2015, esse espaço teve cerca de:

Seção	Número de publicações	Visualizações
Eventos	307	607.325
Editais	251	837.599
Bolsas	27	47.959
Total	585	1.492.883

Tabela 3: Números de publicações pela CWR

2.3. Pesquisa, Eventos e Capacitação.

Em 2015 a Coordenadoria de *Web* e Redes Sociais da ASCOM teve participação no 8º Encontro da Associação Nacional de Dirigentes de Instituições Federais de Ensino Superior (Andifes), o qual abordou a comunicação no meio digital. A troca de experiências com outras instituições foi bastante positiva e rendeu bons resultados para a atuação da ASCOM na *web* e nas redes sociais. Sugere-se que, pelo menos uma vez ao ano, possamos ter participação em eventos como esse para atualização de informações.

A partir disso, esta Coordenadoria apresentou à direção da ASCOM um total de três novos projetos para melhoria e otimização de serviços e atividades, a saber: uma proposta de versão *mobile* para o Portal da UFPA, uma proposta de criação de uma Sala de Imprensa para o Portal da UFPA e a proposta de criação de um *blog*, para publicação de produção literária da comunidade acadêmica, a ser gerido pela ASCOM em parceria com a Pró-Reitoria de Extensão, por meio da Diretoria de Cultura (Prox/DAC), idealizadora dos Prêmios Proex de Literatura e Proex de Arte e Cultura.

Por fim, também geramos dois Manuais de Conduta para repórteres, bolsistas e colaboradores, sendo um sobre reportagem para *web*, entrevistas e coberturas de eventos e outro sobre orientações para atuação em redes sociais. No mais, também geramos e produzimos o *layout* gráfico do novo Plano de Comunicação e Gerenciamento de Mídias Sociais da ASCOM, o qual norteia e formaliza a política de comunicação da Instituição no meio digital. A expectativa é poder publicar tais documentos na nova versão do *site* da ASCOM, cujo projeto de desenvolvimento em *webdesingner* está em andamento.

2.4. Portal Multicampi

Em 2015, o Portal Multicampi teve um total de 105 matérias publicadas, 36 a menos do que no ano de 2014, quando 141 matérias foram publicadas, conforme o quadro comparativo a seguir:

Mês	Nº de Matérias Ano 2013	Nº de Matérias Ano 2014	Nº de Matérias Ano 2015
Janeiro	7	5	7
Fevereiro	10	15	7
Março	11	8	7
Abril	11	10	6
Maio	12	13	-
Junho	7	10	9
Julho	9	12	5
Agosto	11	15	12
Setembro	14	18	13
Outubro	13	14	10
Novembro	13	13	19
Dezembro	11	8	10
Total	**129**	**141**	**105**

Tabela 4: Quantitativo de matérias publicadas/ano no Portal Multicampi

A diminuição de publicações no *site* do Portal Multicampi pode ser explicada em virtude da greve de professores e técnico-administrativos do ano de 2015, a qual também atingiu os *campi* do Interior e interrompeu a realização de eventos por parte destes, bem como dificultou o contato com os pesquisadores lotados nos *campi*. Além disso, houve um período em que, no mês de maio, o Portal Multicampi da UFPA esteve fora do ar para manutenção por parte do CTIC, não podendo ter atualizações de matérias nesse período.

Abaixo, apresentamos a tabela com o número de publicações e o total de visualizações das matérias publicadas a cada mês, em 2015, no Portal Multicampi.

Mês	Total de Matérias	Total de Acessos
Janeiro	7	12.118
Fevereiro	7	12.437
Março	7	8.222
Abril	6	9.138
Maio	-	–

Junho	9	6.953
Julho	5	4.271
Agosto	12	6.427
Setembro	13	23.212
Outubro	10	4.226
Novembro	19	12.147
Dezembro	10	4.699
Total geral	**105**	103.850

Tabela 5: Detalhamento do total de matérias/total de acessos no Multicampi

Ao todo, foram publicadas 25 matérias sobre assuntos diversos (relacionadas com mais de um campus ou polo da UFPA); 15 referentes ao Campus de Abaetetuba; 7 referentes ao Campus de Altamira; 5 referentes ao Campus de Ananindeua (criado em 2014); 9 referentes ao Campus de Bragança; 3 referentes ao Campus de Breves; 7 referentes ao Campus de Cametá; 28 referentes ao Campus de Castanhal; 2 referentes ao Campus de Soure e 2 referentes ao Campus de Tucuruí. Não houve publicação referente ao Campus de Capanema, e incluiu-se o Campus de Salinópolis (inaugurado em junho de 2015), com duas matérias publicadas.

Matérias por Campus	Nº de Matérias Ano 2014	N° de Matérias Ano 2015
Abaetetuba	**17**	**15**
Altamira	**13**	**7**
Ananindeua	**1**	**5**
Bragança	**11**	**9**
Breves	**9**	**3**
Cametá	**13**	**7**
Capanema	**2**	**0**
Castanhal	**21**	**28**
Salinópolis	**-**	**2**
Soure	**3**	**2**
Tucuruí	**4**	**2**
Total	**147**	**105**

Tabela 6 - Detalhamento do total de publicações/*campi* do Interior

Em 2015 foram retirados da lista os *campi* dos municípios de Marabá e Santarém, que já foram incorporados às Universidades Federais do Sul e Sudeste, e do Oeste do Pará, respectivamente, e incluídos os recém-criados *campi* de Ananindeua e Salinópolis, este ainda com pouca expressão no Portal.

É importante ressaltar o número considerável de publicações referentes ao campus de Castanhal, uma vez que tal campus possui um setor de

comunicação para cuidar do *site* e envio de notícias do Campus de Castanhal para a ASCOM, otimizando a relação de divulgação de informações dessa unidade por meio dos canais oficiais da Instituição.

A pesquisa de opinião *on line* de 2015 sobre os meios de comunicação da UFPA revela que o Portal Multicampi é pouco conhecido pela comunidade acadêmica (76% dos usuários entrevistados não o acessam), o que demandaria de nossa parte mais ações de divulgação sobre o Portal, por meio de criação de anúncios para o jornal Beira do Rio e de divulgação de *links* nas redes sociais.

Tal fato já havia sido apontado no relatório do ano de 2014, quando o resultado da pesquisa *on line* realizada pela ASCOM mostrou que 61% dos internautas não acessavam o Portal Multicampi. Isso demonstra a necessidade de realizarmos uma ação de divulgação mais direcionada aos *campi* do Interior.

Para que o Portal se torne mais acessado, é necessário ter sua produção mais dinamizada e isso só se dará a partir de um trabalho mais corpo a corpo com os *campi* por meio de media *trainnings* e visitas aproximativas que envolvam pessoas-chave ou equipes, a exemplo da que foi instalada em Castanhal, as quais possam atuar como informantes/correspondentes da ASCOM nesses *campi*. Sugere-se a construção de um projeto sobre o assunto para ser submetido à Secretaria Multicampi da UFPA.

2.5. Redes Sociais da UFPA

As mídias sociais da Universidade Federal do Pará consolidaram-se como canais de informação oficiais. Por meio do *facebook*, do *twitter* e do *instagram* são divulgados, diariamente, informações referentes ao universo acadêmico. Em 2015, uma pesquisa realizada na Universidade Estadual Paulista (Unesp) revelou que o *facebook* da UFPA é o mais curtido dentre as *fanpages* de 41 instituições públicas de Ensino Superior presentes na rede.

O trabalho da CWR, no que tange ao gerenciamento das redes sociais, não se limita, apenas, à programação diária de três principais plataformas – *facebook*, *twitter* e *instagram*. O que diferencia o trabalho das redes sociais da UFPA é o relacionamento que se estabelece com um público específico em

forma de interação e diálogo. Isso ocorre tanto com usuários em geral – uma vez que, por meio das mídias sociais, são recebidas, todos os dias, dúvidas da comunidade referentes aos mais diversos assuntos – quanto com perfis parceiros de Institutos e Núcleos da UFPA, bem como com os das demais Instituições Públicas Federais, a exemplo dos Ministérios da Educação, da Saúde e do Ministério Público Federal.

Como agora o trabalho de redes sociais da UFPA dispõe de jornalista responsável e a ajuda de um bolsista, ao longo de 2015 foi possível realizar uma reformulação dos perfis da UFPA a fim de buscar maior aproximação com os usuários de cada mídia social, constituindo-se uma rede de comunicação. Para tanto, apostou-se na linguagem menos formal e no investimento em conteúdos visuais criativos.

De maneira geral, as ações foram positivas e bem recebidas pela comunidade, de modo que, de todos os veículos geridos e mantidos pela CWR, os únicos que fecharam o ano em alta foram as redes sociais, uma vez que, ao poderem trabalhar conteúdos independentemente da rotina institucional, não foram atingidas de maneira muito desastrosa pelas dificuldades ocasionadas em função da greve nas universidades.

A seguir, detalhamos a retrospectiva 2015 de cada perfil da UFPA nas mídias sociais.

2.6. *Fanpage* no *Facebook* da UFPA

Dos três perfis nas mídias sociais, a *fanpage* da UFPA concentra o maior número de curtidores. O ano de 2015 iniciou-se, em números absolutos, com 101.290 curtidores e encerrou-se com 115.556 curtidores, evidenciando o crescimento anual relativo de 14,08% ou o crescimento anual absoluto de 14.266 novos curtidores. A cada período, foi registrado aumento médio de 1.296 novos curtidores. Os aumentos consideráveis foram notados em três períodos do ano: entre abril e maio (1.907 novos curtidores); entre agosto e setembro (1.970 novos curtidores) e entre outubro e novembro (2.223 novos curtidores).

O primeiro aumento foi registrado em função de novas ações adotadas pela equipe de *Web* e Redes Sociais. Com o decréscimo no número de curtidores no mês de março, passou-se a trabalhar melhor as publicações de forma a conquistar interações com os curtidores, e não apenas a reproduzir, de forma mecânica, o conteúdo do Portal da UFPA. Passou-se a investir em artes próprias; a buscar informações nos perfis parceiros (Institutos e Núcleos da UFPA, Ministérios da Educação, da Saúde, Humaniza Redes, Ministério Público Federal, entre outros); a priorizar de divulgações de editais e cursos a coberturas.

Os dois outros aumentos no número de curtidores são atribuídos a divulgações referentes ao Processo Seletivo 2016, incluindo os Processos Seletivos Especiais (para o curso de Etnodesenvolvimento e para Populações Indígenas e Quilombolas), bem como ao Processo Seletivo para o curso de Direito, em Paragominas. A divulgação dos editais dos Programas de Pós-Graduação da UFPA também contribuiu para o aumento do número de curtidores da *fanpage*, já que são assuntos de grande interesse da comunidade.

Demais indicadores – Com a média de 136 publicações por mês, a *fanpage* da UFPA é alimentada, diariamente, a cada duas horas, das 11 horas às 21 horas. Nos feriados e finais de semana, as publicações são reduzidas para dois conteúdos, às 13 horas e às 19 horas. Por mês, as publicações registraram média de 22.472 curtidas, de 1.431 comentários e de 4.562 compartilhamentos.

O maior número absoluto de curtidas, de comentários e de compartilhamentos das publicações continuou a ser registrado do mês de janeiro, em função da divulgação do resultado do Processo Seletivo e dos desdobramentos: período de habilitação, de matrícula, entre outros. Já o menor número absoluto de curtidas e de comentários foi registrado no mês de abril; e o menor número de compartilhamentos, no mês de março. Atribui-se a baixa dos indicadores, principalmente, à paralisação das aulas na graduação, em função do movimento grevista.

2015	Curtidores	Publicações	Curtidas	Comentários	Compartilhamentos
Janeiro	101.290	137	81.266	5.877	11.331
Fevereiro	103.194	122	10.588	980	1.481
Março	102.583	160	12.375	844	1.109
Abril	103.320	125	9.220	571	1.393
Maio	105.227	142	13.206	913	2.387
Junho	106.460	142	14.440	776	2.679
Julho	108.172	131	17.600	835	3.675
Agosto	108.849	141	16.377	969	3.853
Setembro	110.819	139	25.918	1.629	9.773
Outubro	112.333	131	28.697	1.611	6.013
Novembro	114.556	141	21.876	908	5.150
Dezembro	115.556	120	18.102	1.263	5.895

Tabela 7: Indicadores da *fanpage* da UFPA por mês

2.7. Twitter da UFPA

Apesar da fonte de informação ser a mesma para todas as mídias sociais da UFPA, o perfil no *twitter* registrou maior aumento por período do ano em 2015. A cada mês, em média, 2.833 novos *tuiteiros* passaram a seguir a UFPA no *twitter*. Iniciou-se o ano com 57.700 seguidores e encerrou-se com 88.869 seguidores, evidenciando o crescimento anual relativo de 54,02% ou o crescimento anual absoluto de 31.169 seguidores. O maior crescimento mensal no número de seguidores foi registrado no período entre abril e maio, com 4.317 novos seguidores, corroborando o sucesso das novas ações para as redes sociais, já mencionadas na seção anterior.

Da mesma forma que a *fanpage* da UFPA, no *twitter*, são programados, diariamente, a cada duas horas, seis *tuítes*, de 11 horas às 21 horas. São priorizadas informações referentes a editais e bolsas, de forma a não repetir o conteúdo postado na *fanpage*. Nos finais de semana e feriados os *tuítes* são reduzidos a dois, às 13 horas e 19 horas. A média do perfil da UFPA no *twitter* foi de 137 *tuítes* por mês, os quais renderam, em média 3.702 cliques, 702 *retuítes*, 123 respostas e 1.201 favoritos.

O pico, no número de cliques, foi registrado em outubro, e não em janeiro – como é esperado, em função do resultado do Processo Seletivo 2015. Contudo, em outubro, ocorreu a divulgação do edital do Processo Seletivo 2016, o principal assunto procurado pela comunidade acadêmica da UFPA nas mídias sociais, justificando o grande número de cliques. Os demais indicadores (*retuítes*, respostas e favoritos) mantiveram o comportamento esperado e registraram ápice no mês de janeiro. O registro mais baixo de *retuítes* foi no mês de março; o de respostas e de favoritos, no mês de junho.

2015	Seguidores	Tuítes	Cliques	Retuítes	Respostas	Favoritos
Janeiro	57.700	147	6.900	2.200	837	2.500
Fevereiro	61.018	120	3.981	480	46	808
Março	64.607	162	4.944	324	182	873
Abril	66.672	130	1.748	440	43	804
Maio	70.775	149	1.858	656	55	1.111
Junho	73.542	123	1.289	367	16	690
Julho	77.859	135	5.893	432	35	891
Agosto	78.891	140	1.965	520	45	1.164
Setembro	81.931	145	2.125	744	39	1.386
Outubro	84.058	133	9.523	743	69	1.336
Novembro	86.266	139	2.683	869	53	1.566
Dezembro	88.869	118	1.514	654	54	1.281

Tabela 8: Indicadores do perfil da UFPA no *twitter* ao mês

O maior número de cliques foi registrado em fevereiro, ainda em função do resultado do Processo Seletivo, divulgado no mês anterior. A Semana do Calouro, desenvolvida nas diversas faculdades da UFPA, foi o tema do *tweet* mais clicado no mês. Já o maior número de *replies* foi dado em agosto, período em que foram detectados os problemas com a matrícula e a transição para o SigAA. Em outubro, não foi possível aferir o dado, uma vez que foi realizada a mudança de gestão das redes sociais da UFPA; e no momento da consolidação do presente relatório, os dados não mais estavam disponíveis (*).

2.8. Instagram da UFPA

O perfil da UFPA no *instagram* foi o grande sucesso das mídias sociais em 2015, uma vez que a equipe conseguiu manter o ritmo de publicações mensais, ainda que o trabalho seja praticamente manual (as publicações são feitas por meio dos smartphones da própria equipe). Iniciou-se o ano com

1.952 seguidores e encerrou-se com 8.261 seguidores, evidenciando o crescimento anual relativo de 323% ou crescimento anual absoluto de 6.309 seguidores. Por mês, o perfil registrou, em média, 574 novos seguidores. O maior aumento no número de seguidores foi no período entre outubro e novembro: 934 seguidores. O crescimento mais baixo, entre março e abril: 242 seguidores.

Diferentemente das outras mídias sociais, não é possível determinar o horário em que as publicações do perfil da UFPA no *instagram* são feitas. Tampouco sabemos de características mais precisas, tais como: quantidade de repostas, horário de acessos, alcance das publicações. Contudo o planejamento inicial é que sejam feitas, pelo menos, três publicações por dia.

A fonte para as publicações são as mais diversas. A princípio, há o caráter informacional, aproveitando informações importantes do Portal da UFPA. Entretanto a campanha *#minhaufpa* começou a ser desenvolvida de forma a estimular os seguidores a produzir fotografias da Universidade, gerando conteúdo para o perfil. A campanha *#calouroUFPA2015* também foi importante para dar visibilidade ao perfil da UFPA no *instragram*, bem como as missões feitas em parceria com a Coordenadoria de Divulgação Científica – responsável pelo jornal Beira do Rio. As missões lançadas em 2015 ano foram *#leitoresUFPA*, *#OutubroTem* e *#AmoBelém400*.

A média foi de 41 publicações por mês, com registro máximo nos meses de março e dezembro: 54 publicações. Já a média de curtidas e de comentários foi de 11.277 e de 207, respectivamente. O maior número de curtidas foi registrado no mês de dezembro e o maior número de comentários, no mês de outubro. Já o número mais baixo de curtidas foi registrado no mês de janeiro, quando o perfil ainda estava em início das atividades. A maior baixa no número de comentários foi em junho, período de greve dos servidores públicos federais e que antecedeu as férias de julho.

2015	Seguidores	Publicações	Curtidas	Comentários
Janeiro	1.952	33	5.211	238
Fevereiro	2.471	32	6.584	177
Março	2.949	54	10.293	258
Abril	3.191	32	7.178	58
Maio	3.711	51	13.167	271

Junho	4.037	30	7.700	33
Julho	4.785	34	10.082	196
Agosto	5.136	44	11.489	222
Setembro	5.704	40	12.521	166
Outubro	6.513	40	12.380	307
Novembro	7.447	51	19.105	259
Dezembro	8.261	54	19.610	297

Tabela 9: Indicadores do perfil da UFPA no *instagram* por mês

2.9. Perspectivas da CWR para 2016

A atualização do Plano de Mídias Sociais está entre as metas para o ano de 2016. O documento serve como balizador para as ações desenvolvidas nas mídias sociais. A mudança na atuação dos perfis institucionais, adotando-se linguagem mais próxima dos estudantes, por exemplo, não está prevista no Plano. A constante revisão do documento serve de respaldo para as ações da equipe e, quiçá no futuro, torne-se uma publicação indexada.

O investimento em conteúdos visuais, como GIFs e vídeos curtos, também são ações que merecem a atenção da equipe, já que se comprovou, ao longo do ano, que o conteúdo para as mídias sociais deve ser diferenciado. A aproximação com a Coordenadoria de Marketing e Propaganda e a participação em cursos são essenciais para capacitar a equipe e estar a par dos novos estudos em mídias sociais.

É importante, da mesma forma, que os relatórios gerados mensalmente possam servir de objeto de análise para os pesquisadores iniciantes e veteranos. Por isso, a necessidade de participar, sempre que possível, de eventos acadêmicos e palestras ou cursos de capacitação.

A CWR da ASCOM fecha o ano em baixa devido à greve universitária de 2015, que atingiu muito as atividades de divulgação, uma vez que, por mais que a ASCOM não tenha entrado em greve, houve diminuição na quantidade de demandas e, portanto, de produção de informação. Ainda assim, a pesquisa *on line* de opinião, realizada anualmente com os usuários sobre os canais de comunicação da UFPA, revela que a *web* continua sendo o principal meio que as pessoas utilizam para se informarem e manterem-se conectadas.

Um total de 107 pessoas respondeu à enquete em 2015, dos quais 76 discentes, 15 técnico-administrativos e 7 docentes. Desse total, 99,09%

acessaram o Portal da UFPA e 79,05% acessaram as redes sociais da UFPA. A maioria dos entrevistados (60%) avalia o conteúdo de divulgação dos veículos institucionais como bom ou excelente.

Nossa meta para 2016 é melhorar os indicadores que fecharam em queda em 2015 e aumentar a divulgação do Portal Multicampi da UFPA. Com relação às redes sociais, vamos em busca da excelência para manter nossos perfis dentre os mais acessados da área de educação em todo o Brasil.

3. COORDENADORIA DE DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA – CDC.

Em 2015 a Coordenadoria de Divulgação Científica (CDC) manteve, como atividade principal, a publicação do Jornal *Beira do Rio*. Atualmente, a Coordenadoria conta com dois jornalistas, três bolsistas de Jornalismo e uma programadora visual. Atuam como colaboradores da CDC, dois fotógrafos e uma revisora, todos servidores lotados na ASCOM. Ao longo do ano, a CDC treinou cinco estudantes de Jornalismo do curso de Comunicação da UFPA, para atuarem no Jornalismo Científico.

O Jornal Beira do Rio manteve a periodicidade bimestral, a tiragem de 1.000 exemplares e o número de 20 (vinte) páginas. As caixas de distribuição foram mantidas e garantem a circulação da publicação entre a comunidade acadêmica.

Imagens: capas do Jornal *Beira do Rio,* publicadas em 2015

A seção Resenha ganhou espaço fixo na página 18, com material produzido pela equipe do jornal ou em parceira com professores de diversos *campi* da UFPA. Como estava previsto no relatório anterior, a coluna Em Tempo, publicada na página 19, foi substituída por uma galeria com imagens retiradas do perfil oficial da UFPA no *instagram*. A ação é realizada em parceria com a Coordenadoria de Web e Redes, e a Coordenadoria de Marketing e Propaganda (CMP).

Durante as seis edições de 2015 foram realizadas reuniões de pauta para definir uma "missão" aos seguidores, ou seja, uma temática a ser fotografada. Definida a temática, a CMP criou a arte e a *hashtag* que foi utilizada para marcar as imagens publicadas pelos internautas. Ao final do período definido para a missão, as duas coordenadorias escolheram as melhores fotografias para compor a galeria, disponibilizada nos formatos impresso e *on line*. Em 2015 as missões foram as seguintes: *#calouroufpa2015*, *#leitoresUFPA*, *#olhardearquiteto*, *#minhaufpa*, *#outubrotem*.

Na internet, o Jornal Beira do Rio apresenta-se em dois formatos: edição eletrônica e Beira do Rio *on line.* Editado com auxílio do *software Joomla*, o *Beira do Rio on line* conta com espaço específico no Portal da UFPA, no qual, duas reportagens ficam em destaque e são substituídas uma vez por semana, ao longo do tempo em que a edição permanece no ar. Esse formato é importante, uma vez que todos os textos publicados contam com espaço para comentários, permitindo ao leitor interagir com os entrevistados e com outros leitores.

A cada nova edição, em parceria com a Coordenadoria de *Web* e Redes, imagens e *links* são divulgados nos perfis oficiais que a UFPA mantem nas redes sociais (*facebook*, *twitter* e *instagram*). Desde 2013 a edição eletrônica publicada na plataforma *Issuu.com*, mais acessível para leitura em *smartphone* e *tablet*, tem sido mais uma alternativa de acesso ao Beira do Rio.

Mesmo com tantas alternativas de acesso no formato eletrônico, mantivemos a distribuição da versão impressa para as bibliotecas setoriais da UFPA nos seus diversos *campi*, para bibliotecas públicas e das Instituições Federais de Ensino Superior. As seis edições publicadas em 2015 resultaram em seis boletins gravados e veiculados na Rádio *Web* UFPA. O roteiro é produzido por bolsistas da CDC, sob a supervisão da Coordenadoria.

Dentro das perspectivas da CDC para 2015 estavam: **Substituição da coluna EM TEMPO:** o espaço foi substituído pela missão no *instagram*, realizada com sucesso em parceria com a Coordenadoria de *Web* e Redes. **Edições especiais:** publicamos o Beirinha, versão do Jornal Beira do Rio voltada para o público infanto-juvenil. **Eventos científicos:** os integrantes da equipe foram incentivados a participarem de eventos de capacitação e qualificação. Os resultados podem ser conferidos no item Pesquisa, Eventos e Capacitação, deste relatório. **Beira do Rio 30 anos:** as edições de 2015 foram ilustradas com um selo comemorativo aos 30 anos, criado em parceria com a Coordenadoria de Marketing e Propaganda. Os fotógrafos que já atuaram no jornal ao longo desse período foram convidados a ilustrarem as páginas 2 e 3 com fotografias do seu acervo e texto sobre a sua experiência no Jornal. De 19 a 30 de outubro foi realizada a exposição Beira do Rio - 30 anos de Jornalismo Científico. Na Galeria César Moraes Leite ficaram expostos 38 painéis que

traziam os melhores momentos da publicação nessas três décadas de existência, mostrando as mudanças editoriais do jornal e a evolução científica da UFPA. A exposição recebeu cerca de 200 visitantes, de acordo com o livro de registro. Confira abaixo alguns Painéis da Exposição.

Painel 1: Exposição dos 30 anos do Jornal Beira do Rio, outubro de 2015.

Painel 2: Exposição dos 30 anos do Jornal Beira do Rio, outubro de 2015.

3.1. Coordenadoria em Números

Em 2015 houve sete edições do jornal Beira do Rio – seis regulares/bimestrais e uma especial. Ao todo, durante o ano, foram publicadas 59 matérias, entre reportagens, entrevistas, artigos e resenhas. Ao longo do

ano foram realizadas 86 entrevistas – 34 com docentes e técnico-administrativos da UFPA, 13 com estudantes de pós-graduação, 12 com estudantes de graduação, 11 com pesquisadores externos e 10 com outros entrevistados.

A Coluna Ciência em Ação, publicada às segundas-feiras no Jornal Diário do Pará, foi descontinuada em 2014 no período eleitoral. Em 2015 o problema persistiu e a UFPA teve apenas duas publicações ao longo do ano (30 de março e 1º de junho). Em 22 de junho foi realizada uma reunião com as IES que compõem o Protocolo das Universidades. Na ocasião, ficou decido que a Assessoria de Imprensa da Universidade da Amazônia (UNAMA), Instituição que preside o Protocolo atualmente, marcaria reunião com a direção do Diário do Pará para conversar sobre a manutenção da Coluna. As tentativas não tiveram sucesso. O ano encerrou-se sem que a coluna Ciência em Ação voltasse a ser publicada. É preciso lembrar que 2015 foi um ano de mudanças de gestão tanto na UNAMA quanto no Diário do Pará.

As reportagens, entrevistas, artigos e resenhas disponibilizados no Beira do Rio *on line* geraram 149 comentários. O *clipping* levantado pela CDC reúne 56 notícias geradas a partir da repercussão dos textos publicados no Beira do Rio durante o ano. Cada edição gerou, em média, nove notícias.

Abaixo, seguem as estatísticas do *site Issuu.com*, no qual as edições eletrônicas estão publicadas:

Edição	Nº. de leitores	Tempo na página	Impacto/ Nº. Acessos
Dezembro/Janeiro	757	0:02:43	3.073
Fevereiro/Março	1.273	0:03:49	3.789
Abril/Maio	1.358	0:03:04	5.141
Junho/Julho	1.399	0:03:14	4.589
Agosto/Setembro	1.051	0:02:46	3. 939
Outubro/Novembro	887	0:02:38	2.971
Beirinha do Rio	236	0:01:46	874

Tabela 10: Estatística Beira do Rio – 2015. Fonte: Isuu.com

A seguir, o número de acesso, por edição, a partir do Portal da UFPA:

Edição	Nº. de Leitores
Dez/Jan n.122	3.353
Fev/Mar n. 123	2.295
Abr/Mai n.124	2.799
Jun/Jul n.125	2.227
Ago/Set n.126	2.210
Out/Nov n. 127	1.584

Beirinha do Rio	886
Total	**15.354***

Tabela 11: *Até 06/01/15.

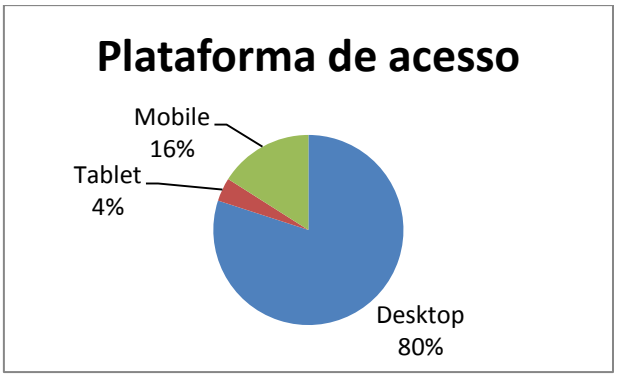


Gráfico 4: Fonte: Isuu.com

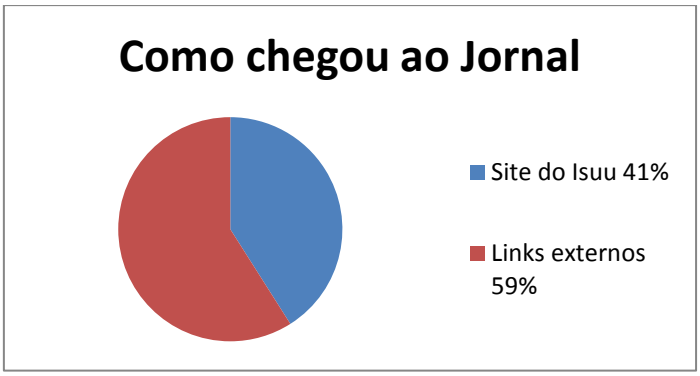


Gráfico 5: Fonte: Isuu.com

O *Issuu.com* indica leitores em 9 países além do Brasil, são eles: EUA, Itália, Portugal, França, Espanha, Guiana Francesa, México e Equador.

É válido ressaltar que os números registrados acima mudam a cada consulta, visto que os arquivos do Jornal Beira do Rio são constantemente utilizados como fonte de pesquisa pelas comunidades acadêmica e externa, e pelos veículos de comunicação.

Na enquete realizada pela ASCOM, 85% dos participantes afirmaram que o conteúdo veiculado no Jornal Beira do Rio é bom/excelente. Para a equipe que produz o Jornal, esse resultado é recompensador. Escolher o que será publicado nas edições, a cada dois meses, é uma tarefa difícil e que exige extrema responsabilidade, pois o jornal é a vitrine das pesquisas realizadas na

UFPA. A enquete também mostrou a importância de manter o jornal em diversas plataformas e de se avançar com as ações de divulgação, enquanto veículo de comunicação científica.

3.2. Pesquisa, Eventos e Capacitação.

Participação de bolsistas de Jornalismo do Beira do Rio na Muvuca na Cumbuca 2015, na I Semana de Comunicação Institucional da UEPA – Universidade do Estado do Pará, na Semana do Calouro 2015 da Facom/UFPA, no Festicom – Festival de Produção Experimental da Facom/UFPA, na Oficina de Planejamento Gráfico para Jornalismo na Universidade da Amazônia, no MasterClass "Órfãos do Eldorado" na FAV/UFPA, no *Workshop* de *Marketing* Estratégico para Mídias Sociais na Escola Portfólio, na Mesa Redonda "Ser Transexual é carregar no corpo a marca da violência: sobre vivências", promovida pelo Grupo de Estudos e Pesquisa Eneida de Moraes (GEPEM) – UFPA, no XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte, 2015, em Manaus, no XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, em setembro, na Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) - Rio de Janeiro-RJ (com apresentação de artigo científico), no Curso de Redação Científica com facilitador: Gilson Volpato, no Centro de Eventos Benedito Nunes - CEBN/UFPA.

Participação de servidores do Beira do Rio: Rafaela Barata André, no Curso de Espanhol – primeiro nível/Capacit (de fevereiro a junho), no Curso de Espanhol – segundo nível/Capacit (de agosto a dezembro), na conversação em Inglês/Capacit (de agosto a dezembro). A servidora Rosyane Rodrigues, no Curso de Comunicação Estratégica e Marketing. Facilitador: Marcelo Mendes/ Capacit. Carga horária: 20 h/a (junho), na Palestra Social Media, com a facilitadora Ligia Bernar, no Capacit. Carga horária: 4 h/a (outubro); no Curso de Espanhol – nível elementar/ Castilla Curso de Idiomas (de fevereiro a junho); no Curso de Espanhol – nível intermediário/ Castilla Curso de Idiomas (de agosto a dezembro). Ministrou a palestra "Fazer comunicação na Universidade: a experiência do Jornal Beira do Rio"'. Participou da I Semana de Comunicação Institucional da UEPA (agosto). O servidor Walter Pinto de

Oliveira se matriculou no Curso de Espanhol – nível elementar/Castilla Curso de Idiomas (de fevereiro a junho) e no nível intermediário/ Castilla Curso de Idiomas (de agosto a dezembro), no MasterClass "Órfãos do Eldorado"/FAV/UFPA. Facilitador: Guilherme Coelho, diretor do filme (novembro);

3.4. Perspectivas para 2016

a) Para celebrar os 400 anos de Belém, o Jornal Beira do Rio iniciou na edição n. 127 - outubro/novembro - a série **Belém 400 anos**, que traz reportagens sobre pesquisas que tenham a cidade como tema/objeto de estudo. A proposta foi abordar a cidade numa perspectiva multidisciplinar. A série de reportagens será publicada em todas as edições de 2016, identificadas por um selo elaborado pela Coordenadoria de Marketing e Propaganda.

b) Manter a parceria com as Coordenadorias de *Web* e Redes Sociais e de Marketing e Propaganda para a **missão no instagram**, pois essa iniciativa aproxima o jovem leitor do jornal. Avaliando a experiência de 2015, percebemos que é necessário pensar em estratégias de incentivo e adesão à temática proposta, assim como no período de tempo necessário para que a missão renda frutos, nesse caso, imagens suficientes para ilustrar a galeria.

c) Publicar até três **edições especiais**, possibilitando a abordagem interdisciplinar de temas específicos (junho, outubro e dezembro).

d) A cada edição, publicar matéria com **conteúdo exclusivo** no ambiente *on line*. O objetivo é valorizar essa plataforma, que permite maior interação entre leitor/pesquisador em virtude do seu espaço para "comentários" e que, segundo a enquete, concentra 41% dos leitores.

e) Em conjunto com as IES que compõem o Protocolo das Universidades, a CDC irá propor ações para a retomada da Coluna **Ciência em Ação** do jornal Diário do Pará.

f) Estimular a participação de integrantes da equipe do Beira do Rio em **eventos científicos**, bem como, a produção de artigos para serem apresentados em congressos locais e nacionais.

4. COORDENADORIA DE *MARKETING* E PROPAGANDA – CMP.

Durante o ano de 2015, a Coordenadoria de *Marketing* e Propaganda (CMP) desenvolveu diversos materiais de divulgação e peças publicitárias destinadas aos órgãos e setores da Universidade e às mídias da UFPA (o Portal da UFP; o Informativo Eletrônico Acontece, o plantão Divulga, o Jornal científico Beira do Rio, o Portal Multicampi, o *site* da ASCOM e o Projeto Capes *Web*TV).

4.1. Coordenadoria em Números

Entre os materiais de divulgação, de publicidade, de propaganda, criados e produzidos pela CMP, temos mês a mês:

a) Em janeiro foram realizados 12 trabalhos, a saber: Identidade Visual do Tema Transversal 2015 da UFPA para a PROEX/PROEG, selo comemorativo dos 30 anos do jornal Beira do Rio, Infográficos para as edições do jornal Beira do Rio, logotipo para o NUMA – Núcleo de Meio Ambiente, Calendário 2015 em *Wallpaper* da ASCOM, *layout web* do novo *site* da ASCOM, *layout web* para o novo *site* do CEPS – Centro de Processo Seletivo, *banner* nas Redes Sociais da UFPA sobre as notas do ENEM, o Listão dos Aprovados/2015, sobre Achados e Perdidos, em comemoração aos 100 mil seguidores, e sobre Vaga de Estágio.

b) Em fevereiro foram realizados 21 trabalhos, a saber: *banner* impresso e *on line*, caderno, camisa, marcador, folder, cartaz, pasta, certificado, anúncio no jornal Beira do Rio, *banner* no portal e nas Redes Sociais da UFPA para a Semana do Calouro/2015, cartaz para o Congresso de Agroecologia, arte do cabeçalho do Portal da ASCOM/CWR, arte do cabeçalho do *site* do Grupo de Pesquisa Tauã, telas para veiculação na Capes *Web*TV sobre editais de seleção da Pós-Graduação, *banner* nas Redes Sociais da UFPA para os 2 mil *likes* no instagram da UFPA; para o *#minhaufpa*, para o carnaval/2015.

c) Em março foram realizados 07 trabalhos, a saber: criação da Identidade Visual para a Jornada de Extensão da PROEX, do Selo comemorativo dos 50 anos da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, *banner*

nas Redes Sociais da UFPA para a Páscoa, sobre Vaga de Estágio, para o TesourosBC, e ícones no portal da UFPA .

d) Em abril foram realizados 18 trabalhos, a saber: arte do infográfico para o Portal da Transparência/UFPA, criação da logomarca e do ícone do SIGAA para o portal da UFPA/ASCOM, telas para veiculação na Capes *Web*TV sobre a Especialização em Políticas Públicas e para a seleção de editais de Pós-Graduação, *banner* nas Redes Sociais da UFPA do Dia das Mães, da Mobilidade Acadêmica Regional, sobre intercâmbio com o Japão, sobre Mobilidade Internacional, sobre Notificações, sobre o Top China, do Dia Mundial do Livro e do Direito do Autor, do Dia Internacional da Educação, do Dia Internacional da Dança, do Dia do Trabalho, do Curso de Espanhol FALEM/ILC, do "Foca no Doutorado", *banner* no portal da UFPA sobre o PS/2016, para o SIGAA, para a exposição dos 30 anos do jornal Beira do Rio.

e) Em maio foram realizados 39 trabalhos, a saber: ícones indicativos A+ e A- para o portal da UFPA/ASCOM, adaptação do formato padronizado dos *banners* do portal UFPA/ASCOM, a vetorização do logotipo do Vestibular PS/ 2015, telas para veiculação na Capes *Web*TV da Rádio *WEB*, da Academia Amazônia, do PAPQ/PROPESP, *banner* nas Redes Sociais da UFPA para o Dia das Mães, para o Dia Internacional contra a Homofobia, para o Programa Santander Universidades de Bolsas Ibero-Americanas, para o *Road Show*, para o UFPA na Mídia, para a Lista Telefônica da UFPA, para os 30 anos do Beira do Rio, para o "Nós Amamos Pesquisa", para o "Nós Amamos Graduação", para a Lupa Portal (jornal Beira do Rio, *link* Multicampi), para a aba de Eventos e de Editais, e de Bolsas do portal UFPA, para a *#olhardearquiteto*, para o Dia Mundial do Meio Ambiente, para o Dia da Língua Portuguesa, para o Dia da Raça, o Dia dos Namorados, para o Dia Mundial da África, para o Dia do Geógrafo, para o Dia do Geólogo, *banner* no portal da UFPA para o PS/2016, para o SIGAAA, para a exposição dos 30 anos do jornal Beira do Rio, para Concursos, para o Regimento Geral da UFPA, para o Regulamento de Ensino de Graduação, para o Capacit, para a Carta de Serviço ao Cidadão, para o Portal do Professor e para a Nota do Enem/2015.

f) Em junho foram realizados 29 trabalhos, a saber: *banner* no portal da UFPA para Concurso, ilustração sobre a Divisão do Pará, para o jornal Beira do

Rio, infográfico sobre teatro, para o jornal Beira do Rio, artes para o *site* da ASCOM (UFPA na mídia), para a Agenda UFPA e para o jornal Beira do Rio, criação da logomarca do evento Mais Sustentáveis, para a Faculdade de Turismo/ICSA, selo para a Coleta Mais, para a Faculdade de Turismo/ICSA, cartaz e *banner* para o projeto Doe Seu Papel, para a Faculdade de Turismo/ICSA, *banner* para o Doe sua Garrafa Pet, para a Faculdade de Turismo/ICSA, arte do modelo do Convite Oficial da UFPA, telas para veiculação na Capes *Web*TV do edital PROPESP, *banner* nas Redes Sociais da UFPA para o dia mundial do meio ambiente, para o Dia dos Namorados, para o Dia da Imigração Japonesa no Brasil, para o Curso Livre de Idiomas, para o concurso de bolsas Ibero-Americanas, para o Dia de São João, para o Dia Internacional do Orgulho GLBT, para os 58 anos da UFPA, para concurso de Professor Substituto; para a Chamada Vestibular, *banner* no portal da UFPA para Concursos e para o ENADE.

g) Em julho foram realizados 13 trabalhos, a saber: *banner* impresso de divulgação do projeto Colírio de Glaucoma, para o hospital Bettina Ferro, ilustração sobre Economia para Crianças, para o jornal Beirinha, *banner* nas Redes Sociais da UFPA, para o concurso de Seleção da identidade Visual do Núcleo de Meio Ambiente – NUMA, para o concurso de redação da comissão da Coleta Seletiva Solidária, para o Dia Mundial da Alegria, para o Dia do Engenheiro de Saneamento, para o Dia do Cantor e para o Dia Mundial do Rock, para o Dia do Homem, para o Dia de Proteção às Florestas, para o Dia Nacional do Futebol, para o Dia do Amigo e Internacional da Amizade, para o Dia do Escritor, e para chamada da habilitação dos calouros, *banner* no portal da UFPA, para a Carta de Serviço ao Cidadão.

h) Em agosto foram realizados 23 trabalhos, a saber: ilustração sobre Famílias Homoafetivas para ASCOM/CII, criação para a PROPLAN de material relacionado com o novo PDI: Topo *Site*, Cartaz, Painel, Folheto, Convite Virtual e Camisa. Telas para veiculação na Capes *Web*TV, para o curso de Doutorado em Química. *Banner* nas Redes Sociais da UFPA para o Dia dos Pais, para o Dia Internacional dos Povos Indígenas, para o Dia do Estudante, para o Dia da Adesão do Pará à Independência do Brasil, para o Dia Mundial da Fotografia, para o Dia Internacional da Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão,

para o Dia do Artista de Teatro, para o Dia do Folclore, para o Dia do Psicólogo, para o Dia do Nutricionista, para o Dia do Filósofo, para o Boa Prova (concurso para técnicos, com nota de esclarecimento). *Banner* no portal da UFPA para a Fadesp (Transparência Pública) e para a UFPA (Transparência Pública).

i) Em setembro foram realizados 40 trabalhos, a saber: anúncio sobre a Preservação do Patrimônio Público, no jornal Beira do Rio, arte comemorativa dos 5 mil seguidores no *instagram* da UFPA, criação da logomarca do NUMA – Núcleo de Meio Ambiente, criação do Certificado do PDI/PROPLAN. *Banner* nas Redes Sociais da UFPA para o Dia do Profissional de Educação Física, para o Dia da Amazônia, para o Dia da Independência do Brasil, para o Dia da Compreensão Mundial, para o Dia do Teatro, para o Dia da Árvore, para o Início da Primavera, para o Dia Mundial do Turismo, para o Círio de Nazaré, para o Setembro Amarelo, para o Dia do Carimbó (1 ano como Patrimônio cultural paraense), para o *#outubrotem*, para o Orgulho de Ser UFPA, para a comemoração dos 110 mil *likes* no *facebook*. Telas para veiculação na Capes *Web*TV sobre o PDI 2016-2025, Estágio Jornalismo - Rádio *Web*, para Mestrado em Zoologia, para a Seleção PPGM, para a Seleção PPGEO, para a Seleção PPEB, PROFILE, Iniciação Científica (estágio, Escola de Música da UFPA), (estágio, Divisão de Comunicação) (estágio, Jornada de Extensão Universitária 2015), para Orgulho de Ser UFPA, para a seleção PPGSS, para a seleção PPGBiotec, para a seleção PPGCOM e para a Especialização em Relações Étnico-Raciais para o Ensino Fundamental. *Banner* no portal da UFPA sobre o PDI/PROPLAN, sobre Avaliação Desemprenho/2015, sobre Capa e Cover e para a *fanpage* da UFPA.

j) Em outubro foram realizados 37 trabalhos, a saber: arte dos Cartões de Visita ASCOM, infográfico da matéria Água Social, para o jornal Beira do Rio, arte no portal da Enquete do Eixo Transversal da UFPA para 2016, telas para veiculação na Capes *Web*TV da seleção do PPEB (NUMA), da seleção do PPGBC, da seleção do PPGGP, da seleção do PPGEAP, da seleção do PPGSP, do *Euro Brazilian*, da seleção do PPGED, da prorrogação do Mestrado em Zoologia, da seleção do PPGDSTU, da seleção do PPGFIL, da seleção do PPGE, da Pós-graduação em Gestão Empresarial, da exposição dos 30 anos

do jornal Beira do Rio, da Seleção do PPGENF, da seleção do PPRH, da Especialização em Peritodontia, da seleção do PPLSA, da seleção do PPGBM. *Banner* nas Redes Sociais da UFPA para o 22 anos do RU (Restaurante Universitário), para o Outubro Rosa, para o Dia da Criança, para o Dia do Professor, para o Dia do Médico, para o PS/2016: Saiu o Edital!, para o PS2016: Perguntas Frequentes, para o PS2016: Inscrições Abertas, para .o PS2016: Sistema de Cotas, para a Repescagem PS2015; para o PS 2016 - Catálogo de Cursos, para o Dia do Servidor Público,para o Dia de Finados. *Banner* no portal da UFPA sobre o PS2016, sobre a Exposição dos 30 anos do jornal Beira do Rio.

l) Em novembro foram realizados 37 trabalhos, a saber: criação do anúncio de Boas Festas, no jornal Beira do Rio, selo para as matérias sobre os 400 anos de Belém publicadas no jornal Beira do Rio, proposta de novas artes para as telas da Capes *Web*TV, criação das campanhas sobre Economia de Água e de Energia Elétrica, para PGLS/UFPA. criação da nova marca do PDI 2016-2025 para a PROPLAN, criação do anúncio Informação ao Cidadão, no jornal Beira do Rio. Telas para veiculação na Capes *Web*TV sobre a seleção do PPGNC, para a seleção do PPGP, para a seleção do PPGME, para o MACPRO, para a escolha do nome Lancha Escolar, para a seleção do PPGD, para o PPGBAIP, para o PPGSAS, para a seleção do PPGOCOM. *Banner* nas Redes Sociais da UFPA para o Novembro Azul, UFPA: a Federal Mais Curtida, para o Dia Mundial da Gentileza, para o Dia da Bandeira, para as Inscrições Encerradas do PS/2016, para a Atenção – PS/2016, para a Proclamação da República, para o Dia da Consciência Negra, para o Dia do Músico, para o Curso Pré-vestibular, para o PSE de Educação no Campo, para o concurso Público para Professor, para a Residência de Clínica Jurídica, para o concurso para Professor Efetivo, para o Dia da Amizade Brasil-Argentina, para o PAPIM, para o Programa de Monitoria, para o Proint, para os Editais, para o Dia do Estatuto da Terra. *Banner* no portal da UFPA sobre o Plano de Gestão de Logística Sustentável da UFPA e para a enquete sobre as mídias da ASCOM;

m) Em dezembro foram realizados 16 trabalhos, a saber: criação do novo logotipo para o PDI 2016-2025, da logomarca do NUMA, telas para veiculação na Capes *Web*TV da seleção do PPGEDAM, de bolsas do CLLE, do

PRODERNA, do PPGCAN. *Banner* nas Redes Sociais da UFPA para a Missão Beira do Rio, para o Dia da Luta contra a Aids, para o Dia da Família, para o Dia do Sociólogo, do Edital de oferta de Bolsas do CLLE, para o Dia Internacional dos Direitos Humanos, para o início do Verão, para o Dia do Museólogo e para o Dia da Biodiversidade.

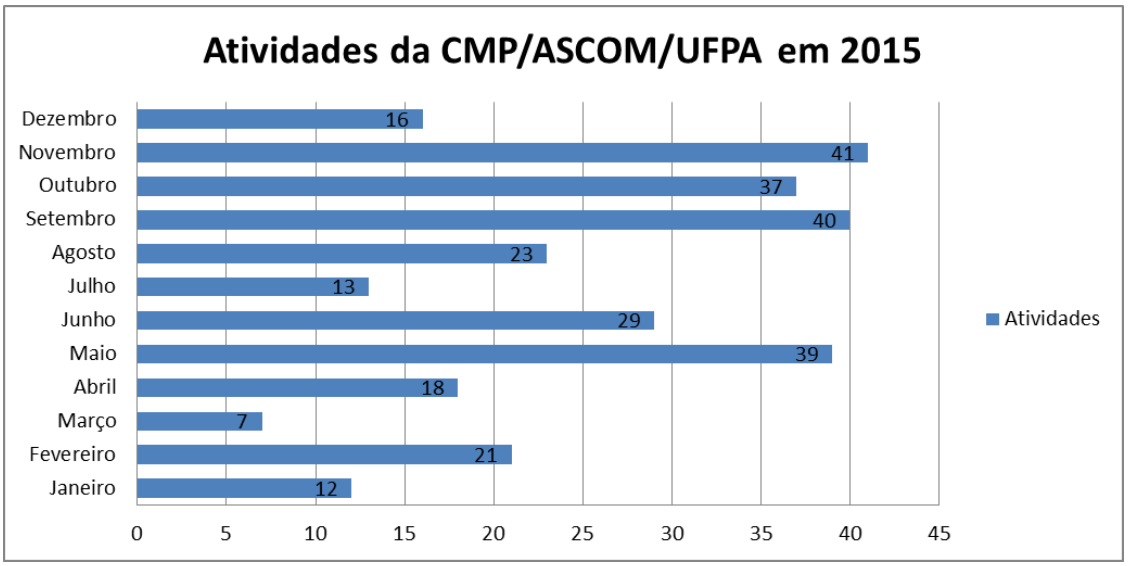


Gráfico 6: Atividades da CMP/ASCOM/UFPA em 2015

Figura 1: Anúncios criados e produzidos pela CMP/ASCOM/UFPA em 2015.

4.2. Perspectivas da CMP para 2016

Estimular a participação de integrantes da CMP em eventos profissionais e educacionais, com a finalidade de produzir artigos para serem apresentados em congressos locais e nacionais. Auxiliar o maior número possível de eventos, com a criação de material publicitário de divulgação, criação e produção de animações em vídeos para divulgação dos eventos da Universidade nas redes sociais, no portal e na Capes *Web*TV.

5. Setor de Tecnologia da Informação – TI

As atividades exercidas pelo setor de TI em 2015, com relação à **Capes WebTV** foram: a manutenção das versões do programa Capes *Web*TV em

todas as máquinas gerenciadas pela ASCOM/UFPA, a verificação das TVs e computadores, sendo prestada manutenção nos equipamentos quando necessário, estando a responsabilidade de ligar os equipamentos a cargo dos Institutos onde os equipamentos estão instalados.

Com relação à **criação de sites**: auxilio na criação do *site* IFNOPAP (projeto em progresso), criação da página da Vice-reitoria da UFPA (http://vicereitoria.ufpa.br/ - projeto em progresso).

Com relação à **manutenção e atualização do sistema** dos *sites*: a implementação do novo *template* do Portal UFPa (http://www.portal.ufpa.br/), do Jornal Beira do Rio (http://www.jornalbeiradorio.ufpa.br/novo/), do Portal Multicampi (http://www3.ufpa.br/multicampi/novo/), da Ascom/UFPa (http://ascom.ufpa.br/) e a implementação novo *template* do *site* Ascom/UFPa (http://ascom.ufpa.br/).

Com relação à **manutenção de equipamentos** da ASCOM: avaliação de equipamentos defeituosos ou quebrados, troca de equipamentos com mau funcionamento ou defeituosos, assistência na rede de computadores da Ascom, reparo dos pontos de rede junto ao CTIC, configuração da rede interna, permitindo a troca de arquivos de forma direta e com rapidez, suporte na infraestrutura, instalação de *nobreaks* para proteção de equipamentos e rede de energia

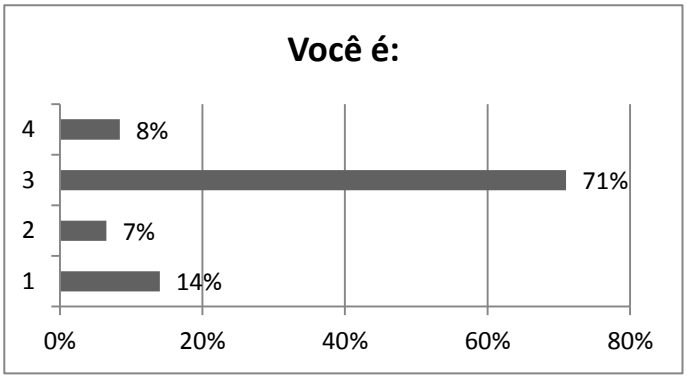
Com relação ao **Atendimento ao Usuário**: reposicionamento de computadores para melhoria do atendimento à imprensa, atendimento continuado aos usuários/servidores da ASCOM, a fim de sanar dúvidas e efetuar reparos em computadores que apresentarem problemas, instalação e manutenção de computadores (formatação, remoção de vírus, instalação e troca de peças e programas, etc.). Por fim, a execução, conforme cronograma fornecido pelo Projeto Newton, da disponibilidade do banner no Portal UFPA, para transmissão ao vivo de vídeo-aulas; auxilio na criação de *sites* e também na instalação do *template* padrão institucional para o *Joomla 1.5*.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Assessoria de Comunicação Institucional continua, ano a ano, buscando a melhoria e o aprimoramento constante da qualidade das atividades e dos serviços prestados por ela à UFPA. A realização de uma Pesquisa *on line,* anualmente, que tem por objetivo saber a opinião dos usuários do Portal e das Mídias da UFPA, é um exemplo prático da busca pela excelência das realizações da ASCOM. A apuração dessa pesquisa *on line*, realizada entre os meses de novembro e dezembro de 2015, apresentou os seguintes resultados:

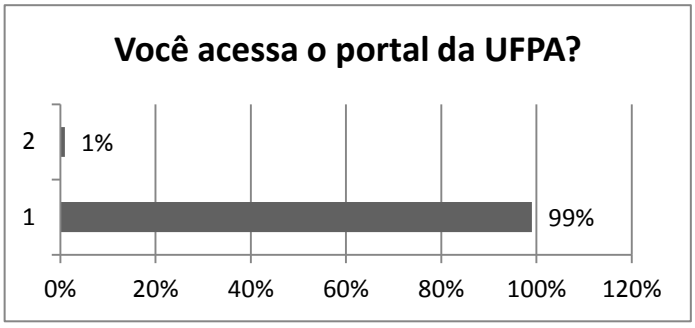
1- Você é:

Você é:			
1	Servidor Técnico-Administrativo	15	14%
2	Servidor Docente	7	7%
3	Discente	76	71%
4	Outro	9	8%
	Total	107	



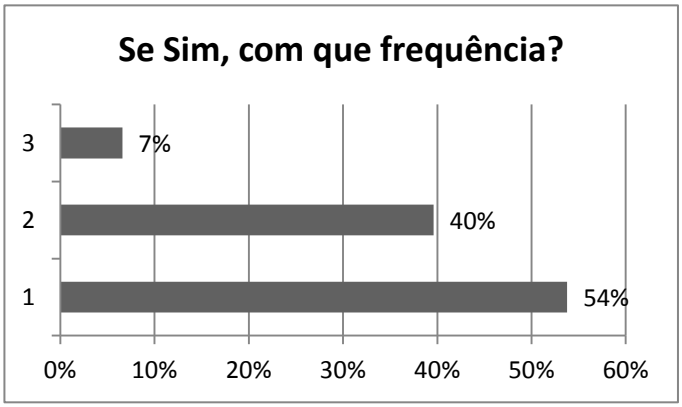
2- Você acessa o portal da UFPA?

Você acessa o portal da UFPA?			
1	Sim	106	99%
2	Não	1	1%
	Total	107	



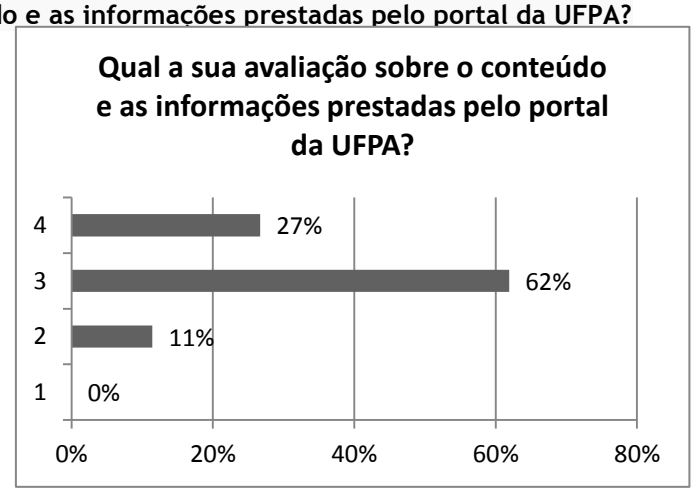
3- Se Sim, com que frequência?

Se Sim, com que frequência?			
1	Diariamente	57	54%
2	Semanalmente	42	40%
3	Mensalmente	7	7%
	Total	106	



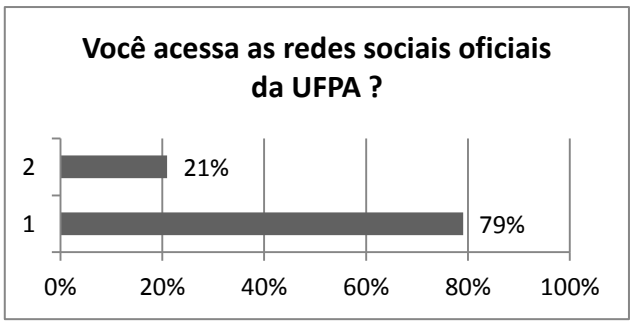
4- Qual a sua avaliação sobre o conteúdo e as informações prestadas pelo portal da UFPA?

Qual a sua avaliação sobre o conteúdo e as informações prestadas pelo portal da UFPA?			
1	Ruim	0	0%
2	Regular	12	11%
3	Bom	65	62%
4	Excelente	28	27%
	Total	105	



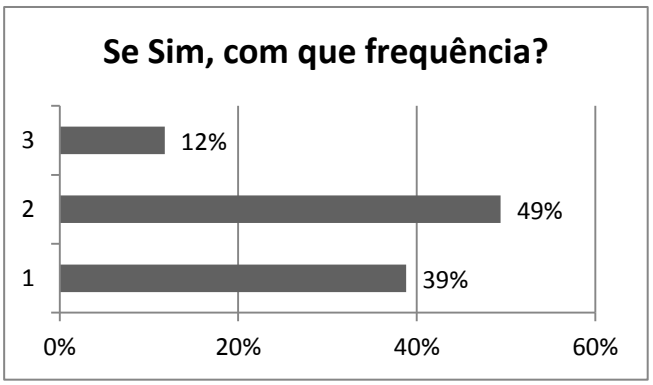
5- Você acessa as redes sociais oficiais da UFPA?

Você acessa as redes sociais oficiais da UFPA?			
1	Sim	83	79%
2	Não	22	21%
	Total	105	



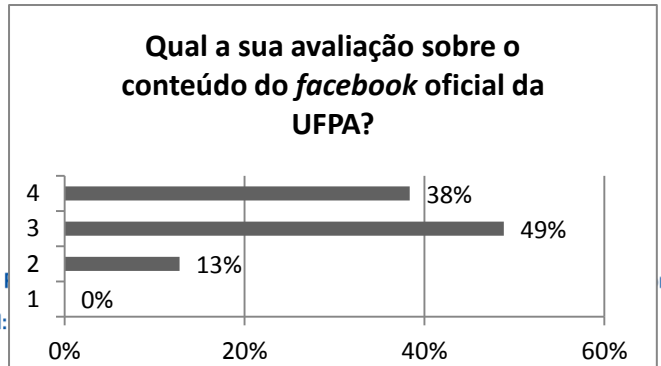
6- Se Sim, com que frequência?

Se Sim com que frequência:			
1	Diariamente	33	39%
2	Semanalmente	42	49%
3	Mensalmente	10	12%
	Total	85	



7- Qual a sua avaliação sobre o conteúdo do Facebook oficial da UFPA?

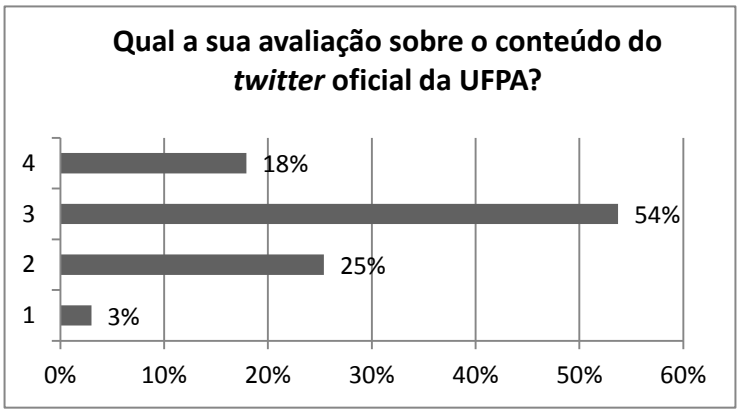
Qual a sua avaliação sobre o conteúdo do Facebook oficial da UFPA?



1	Ruim	0	0%
2	Regular	11	13%
3	Bom	42	49%
4	Excelente	33	38%
	Total	86	

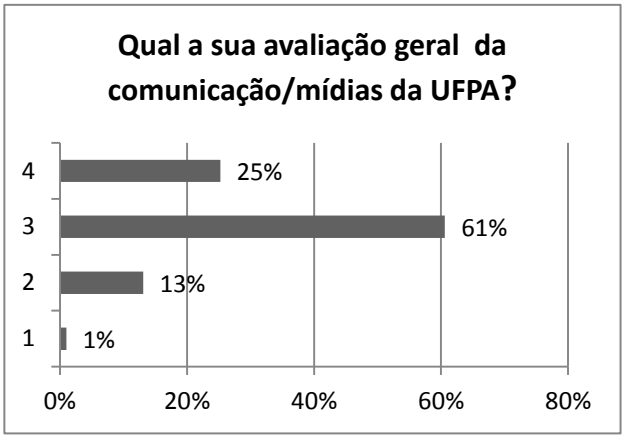
8- Qual a sua avaliação sobre o conteúdo do *twitter* oficial da UFPA?

Qual a sua avaliação sobre o conteúdo do Twitter oficial da UFPA?			
1	Ruim	2	3%
2	Regular	17	25%
3	Bom	36	54%
4	Excelente	12	18%
	Total	67	



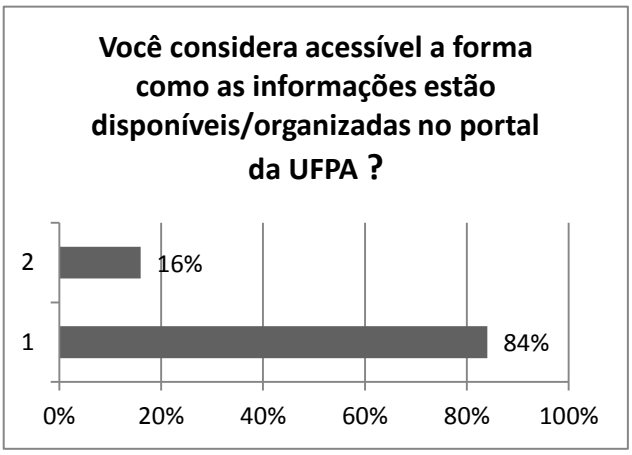
9- Qual a sua avaliação geral da(s) comunicação/mídias da UFPA?

Qual a sua avaliação geral da comunicação/mídias da UFPA?			
1	Ruim	1	1%
2	Regular	13	13%
3	Bom	60	61%
4	Excelente	25	25%
	Total	99	



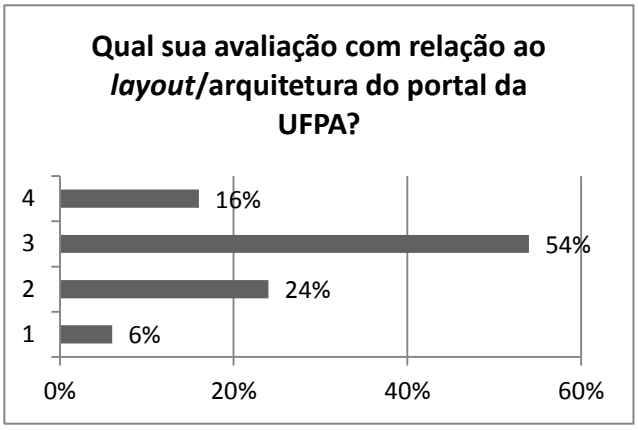
10 - Você considera acessível a forma como as informações estão disponíveis/organizadas no portal da UFPA ?

Você considera acessível a forma como as informações estão disponíveis/organizadas no portal da UFPA ?			
1	Sim	84	84%
2	Não	16	16%
	Total	100	



11 - Qual sua avaliação com relação ao *layout*/arquitetura do portal da UFPA?

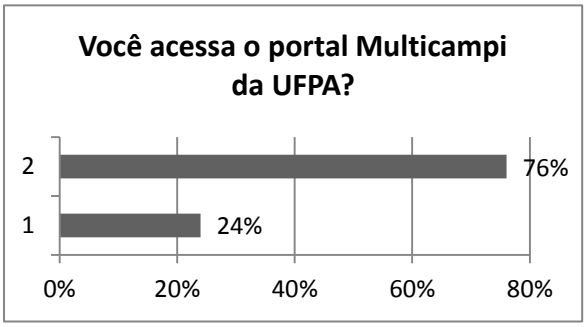
Qual sua avaliação com relação ao *layout*/arquitetura do portal da UFPA?			
1	Ruim	6	6%
2	Regular	24	24%
3	Bom	54	54%
4	Excelente	16	16%
	Total	100	



Sobre o portal Multicampi da UFPA

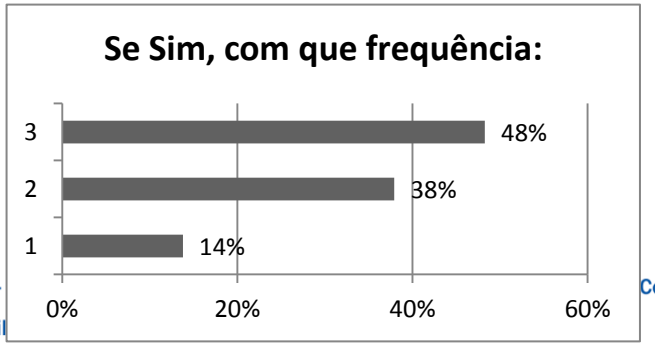
12- Você acessa o portal Multicampi da UFPA?

Você acessa o portal Multicampi da UFPA?			
1	Sim	23	24%
2	Não	73	76%
	Total	96	



13- Se Sim, com que frequência?

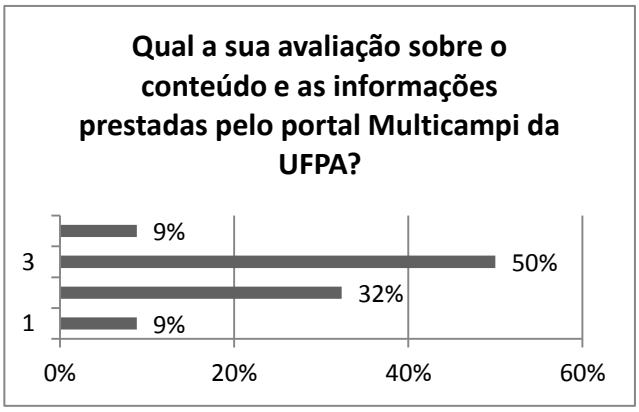
Se Sim com que frequência:			
1	Diariamente	4	14%
2	Semanalmente	11	38%



3	Mensalmente	14	48%
	Total	29	

14- Qual a sua avaliação sobre o conteúdo e as informações prestadas pelo portal Multicampi da UFPA?

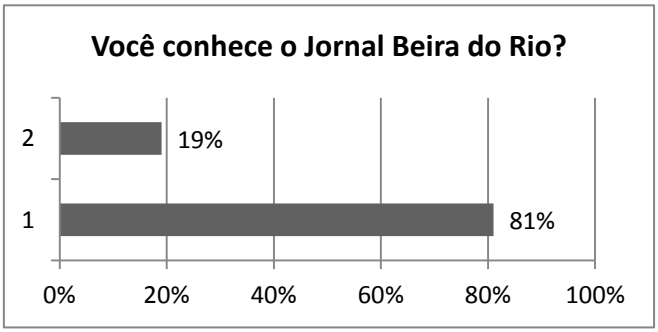
Qual a sua avaliação sobre o conteúdo e as informações prestadas pelo portal Multicampi da UFPA?			
1	Ruim	3	9%
2	Regular	11	32%
3	Bom	17	50%
4	Excelente	3	9%
	Total	34	



Sobre o Jornal Beira do Rio

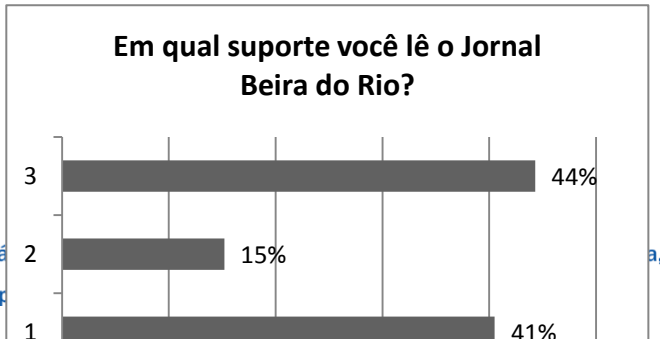
15- Você conhece o Jornal Beira do Rio?

Você conhece o Jornal Beira do Rio?			
1	Sim	81	81%
2	Não	19	19%
	Total	100	



16- Em qual suporte você lê o Jornal Beira do Rio?

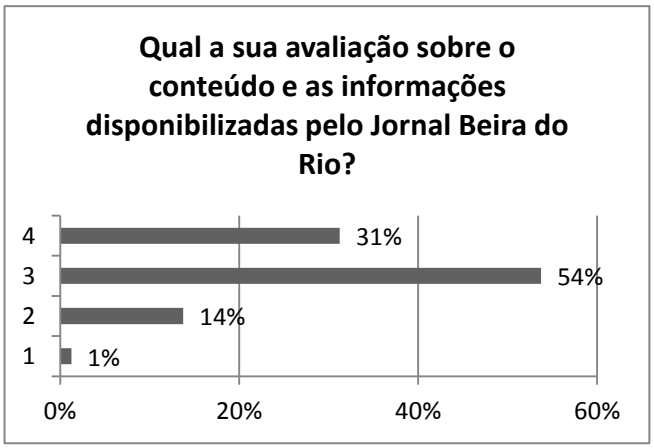
Em qual suporte você lê o Jornal Beira do Rio?



1	Edição impressa	32	41%
2	Edição eletrônica (Isssu)	12	15%
3	Edição on line (Portal)	35	44%
	Total	79	

17- Qual a sua avaliação sobre o conteúdo e as informações disponibilizadas pelo Jornal Beira do Rio?

Qual a sua avaliação sobre o conteúdo e as informações disponibilizadas pelo Jornal Beira do Rio?			
1	Ruim	1	1%
2	Regular	11	14%
3	Bom	43	54%
4	Excelente	25	31%
	Total	80	



Em 2016, realizaremos nova pesquisa *on line* para continuar auferindo o que a comunidade interna e externa da Universidade pensa e quais suas considerações sobre os serviços prestados pela Assessoria de Comunicação Institucional e, dessa maneira, melhorar, continuamente, os serviços prestados pela ASCOM/UFPA.

7. Equipe Ascom/UFPA

Direção	
Prof. Dr. Luiz LZ Cezar Silva dos Santos	
Secretária	
Silvana Trindade Nayara Faro	
Coordenadorias	
Web e Redes Sociais – CWR	**Imprensa e Informação CII**
Jéssica Souza – Jornalista Júlia Pereira – Revisora de Textos Alexandre Moraes – Fotógrafo Adolfo Lemos - Fotógrafo Éricka Pinto - Jornalista	Glauce Monteiro – Jornalista Juliana Couto - Atendimento à Imprensa

Julize Garcia – Jornalista Thais Braga - Jornalista	
Bolsistas	**Bolsistas**
Alesson Lameira Brenda Maciel Elisa Vaz Luana Coelho Rafael Rocha Victoria Ribeiro Wellington Rafael	Daniel Dias Lucilainy Sampaio
Divulgação Científica – CDC	**Marketing e Propaganda CMP**
Rosyane Rodrigues – Jornalista Walter Pinto – Jornalista Rafaela André – Designer	Priscila dos Santos Silva – Publicitária Luiz LZ Cezar – Publicitário
Bolsistas	**Bolsistas**
Daniel de Assis Dias Sasaki Hojodrines Lima Rodrigues Maria Luísa de Moraes Pereira	Benelton Lobato – Comunicação/Publicidade Luna Lucena – Comunicação/Publicidade Michel Mesquita – Comunicação/Publicidade Newton Corrêa – Comunicação/Publicidade Danilo Santos – TI - Informática Leon Carvalho – TI - Informática