



RELATÓRIO DE GESTÃO 2014 – 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, A 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, conseqüentemente, 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. E, para esta finalidade, apresenta o relatório de atividades de cada Coordenadoria, para compor o relatório final da prestação de contas das atividades realizadas pela Ascom, no ano de 2014.

1. COORDENADORIA DE IMPRENSA E INFORMAÇÃO – CII.

A Coordenadoria de Imprensa e Informação – CII – da Assessoria de Comunicação da UFPA 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 a Comunicação Interna.

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



1.1. Coordenadoria em Números

A Ascom/UFPA registrou, em 2014, por meio da Central de Imprensa, um total de 663 atendimentos, sendo 517 resolvidos, 139 cancelados a pedido ou por indisponibilidade dos professores e fontes da UFPA e outros 07, por cancelamento de pedidos por parte dos jornalistas, o equivalente a 77,98% de eficiência. O número médio de pedidos por dia útil é de 2,53 solicitações telefônicas.

Este ano, também tiveram destaque os atendimentos realizados pela internet. Foram 216 atendimentos realizados por meio do “Hangouts” (também conhecido como *g-talking*) e do *e-mail* ascom.ufpa@gmail.com. Do total destes pedidos, 178 foram resolvidos, o que gera um percentual de eficiência de 82,4%. Entre os pedidos *on-line* cancelados, a grande maioria foi por desistência do jornalista, o qual não podia esperar mais que algumas horas enquanto o pedido estava sendo negociado.

Também foram emitidas 27 autorizações especiais às emissoras de televisão para gravação de programas ou entradas ao vivo nas dependências da UFPA.

Durante o ano de 2014, 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, os veículos locais. Assim, esses dados referem-se apenas as negociações mediadas pela Assessoria de Comunicação Institucional (Ascom).

Produção de *releases* e notas: Ao longo de 2014, foram enviados 837 *releases* e notas institucionais, além de 23 notas oficiais de esclarecimento/comunicados e ainda foram realizadas três entrevistas coletivas. Do total dos 837 *releases* enviados, 47 foram inéditos (ou seja, produzidos pela Coordenadoria) e publicados, posteriormente, no Portal da UFPA.



Os trabalhos incluem o levantamento de eventos realizados na Instituição; encaminhamento dessas informações à Coordenadoria de Web e Redes Sociais e/ou produção de texto específico (*release*) para envio à imprensa, com 48h de antecedência em relação à programação (garantindo cobertura por parte da imprensa); produção de notas para colunistas de jornais impressos (muitos jornalistas de outros veículos cobrem informações divulgadas pelos colunistas e há muitos leitores especializados nas colunas) e produção e envio de sugestões de entrevistas para programas especiais de TV e rádio, que são espaços privilegiados para divulgações de temas ligados à Educação, Ciência e Tecnologia.

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 2014, enviamos 22 informativos. O número menor em relação ao do ano passado deve-se a problemas técnicos de internet.

Clipping e Imagem Institucional: O *clipping* dos Jornais *Amazônia Jornal*, *O Liberal* e *Diário do Pará*, em 2014, registrou 1.938 registros sobre a UFPA. Do total de registros de 2014, 68,01% das notícias tiveram origem das divulgações realizadas pela Ascom/UFPA. Índice considerado satisfatório, uma vez que há divulgações, como notícias sobre denúncia e matérias em que especialistas da UFPA são consultados sobre assuntos diversos, que contam com o atendimento à imprensa, mas têm sua origem na cobertura independente dos jornalistas. Ou seja, se consideradas “Espontâneas” em razão da sua origem, mas foram atendidas pela Universidade. Assim, das demais 31,99% matérias publicadas nos jornais locais, aproximadamente, cerca de 14,16% tiveram a participação da Ascom, o que gera um índice de presença da Assessoria em 82,19% dos conteúdos localizados por meio do *clipping* diário impresso.

Clipping On-line: Em 2014, foram registradas 492 inserções sobre a UFPA na imprensa *on-line* local. Destas, 78,86%, equivalente a 388 notícias, originaram-se das divulgações feitas pela UFPA e 21,14% (104) foram produzidas espontaneamente pela imprensa. O que é considerado natural em virtude da diversidade de fontes e informações na internet. Todo este conteúdo



também está disponível, com *link* para o *site* original, na Seção “UFPA na Mídia”, do Portal da UFPA.

Clipping Eletrônico/Coleção de Mídia da UFPA: O Projeto da Biblioteca de Mídias da UFPA realiza o *clipping* eletrônico da Instituição, ou seja, monitora as emissoras de TV e rádio locais, selecionando, no que são divulgadas, as matérias sobre a UFPA.

Em 2014, foram gravados 656 programas, de três emissoras de televisão e uma rádio. Nesses programas, localizamos 152 menções à UFPA, disponíveis no Canal “UFPAnamidia”, 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. Ao todo, o canal do *youtube* da UFPA teve 49.730 acessos, de janeiro a dezembro de 2014 (com 129.146 visualizações desde sua criação em 2012), e o *link* “UFPA na Mídia”, 34.802 acessos.

Do total de conteúdo divulgado sobre a UFPA nas emissoras acompanhadas, 89 tiveram origem nas divulgações feitas pela Ascom/UFPA. O índice de notícias “provocadas” pela Universidade e divulgadas nesses meios é de 58,5%. A explicação para esse índice dá-se pelo nível de qualidade das informações e pelo tempo necessário para a produção de conteúdos neste tipo de mídia, na qual a imagem é parte importante da decisão sobre a cobertura.

Em relação às emissoras de rádio, atualmente, podemos realizar a cobertura apenas da Rádio Liberal CBN, a qual publica em seu *site* os conteúdos e as reportagens exibidas no radiojornal diário. Ao longo do ano, foram localizadas 18 notícias por esse tipo de mídia, sendo 13 delas “provocadas” pela Ascom/UFPA e 05, “espontâneas”. Do total de notícias encontradas na rádio observada, 13 foram positivas; 05, neutras e nenhuma notícia negativa.



Clipping	Notícias		Total
	Provocadas	Espontâneas	
Impresso	1.106	832	1.938
On-line	388	104	492
Rádio	13	05	18
TV	89	63	152
Total	1.596	1.004	2.600

Tabela 1: Clipping produzidos pela CII

Do total de notícias:

Clipping	Notícias			Total
	Positivas	Neutras	Negativas	
Impresso	1.624	238	76	1.938
On-line	416	49	27	492
Rádio	13	05	--	18
TV	95	31	26	152
Total	1.596	1.004	2.600	2.600

Tabela 2: Clipping avaliados pela CII

Plantão Divulga: O Plantão Informativo 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 2014, enviamos um total de mais de quinhentas mensagens, sendo duas por dia, em média.

1.2. Perspectivas da CII para 2015.

Elaboração de um **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.

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

Realização **Ronda Acadêmica** por meio de ligações e contatos por *e-mail*, com direções de faculdades e pós-graduações e com pesquisadores renomados da Instituição, a fim de identificar, com antecedência, a realização de eventos que possam ser divulgados na *Newsletter* da Instituição, "UFPacontece", e na imprensa. Os dados também são repassados ao Portal da UFPA e, quando é o caso, ao Jornal *Beira do Rio*.

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 a 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.

A perspectiva dessas iniciativas é possibilitar a melhoria dos conteúdos publicados no Portal da UFPA, a ampliação da qualidade do Atendimento à Imprensa; a ampliação da cobertura dos eventos e dos projetos, proporcionando o aumento do número de informações sobre a UFPA na imprensa em geral.

2. COORDENADORIA DE WEB E REDES SOCIAIS – CWR.

Ao longo de 2014, foi publicado, no Portal da UFPA, um total de 1.301 matérias, com cerca de 3.948.984 acessos, entre os meses de janeiro e dezembro. As matérias aqui relacionadas estão pela data de publicação no Portal da UFPA (<http://www.ufpa.br>) e divididas de acordo com o mês de publicação.

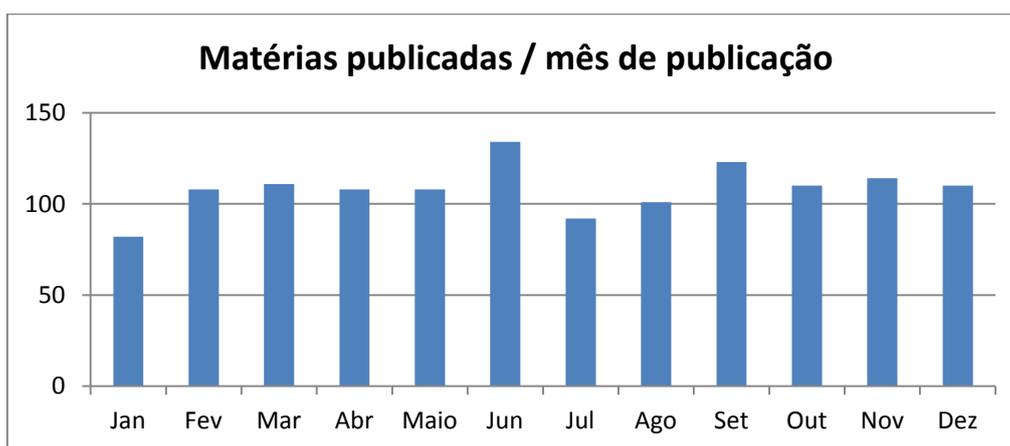


Gráfico 1: Total de notícias por mês de publicação no Portal da UFPA em 2014

No comparativo com o ano de 2013, houve um número menor de matérias publicadas e de acessos ao Portal; tal fato pode ser explicado por conta de 2014 ter sido ano de Copa do Mundo e de Eleições, o que diminuiu bastante a demanda por divulgação no Portal da UFPA, bem como os acessos



ao *site* nestes dias festivos, e somem-se a isso problemas técnico-administrativos e de pessoal com relação à produção de *releases* e à diminuição das publicações mensais de séries de reportagem especiais.

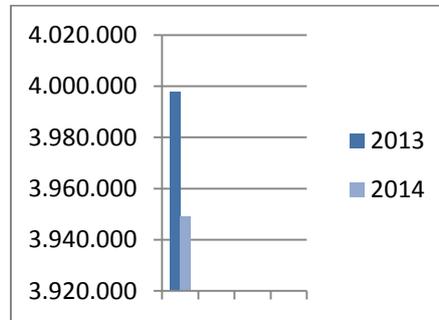


Gráfico 2: Média de acessos ao Portal da UFPA 2013/2014

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 acessados no Portal da UFPA, no ano de 2014.

2014	Total de Matérias	Total de Acessos	Média/Dia
Janeiro	82	575.647	18.569
Fevereiro	108	493.744	17.634
Março	111	384.245	12.395
Abril	108	243.569	8.119
Maio	108	244.865	7.898
Junho	134	308.503	10.283
Julho	92	290.543	3.158
Agosto	101	326.801	10.542
Setembro	123	289.381	9.646
Outubro	110	326.856	10.543
Novembro	114	336.818	11.227
Dezembro	110	128.012	4.129

Tabela 3: Números de Matérias publicadas pela CWR

2.2. Publicação por Pró-Reitoria

Em 2014, todas as unidades da UFPA foram contempladas com publicações. No que se refere às Pró-Reitorias, a maior quantidade de publicações foi da Pró-Reitoria de Extensão (Proex), com 103 matérias publicadas. Em seguida, vem a Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação (Propesp), com 92 matérias publicadas; a Pró-Reitoria de Desenvolvimento e Gestão de Pessoal (Progep) teve um total de 77 publicações; a Pró-Reitoria de



Ensino de Graduação (Proeg), 67 publicações; a Pró-Reitoria de Relações Internacionais (Prointer), 64 publicações; a Pró-Reitoria de Planejamento (Proplan), 23 publicações, e a Pró-Reitoria de Administração (Proad), 17 matérias publicadas. Conforme gráfico abaixo:

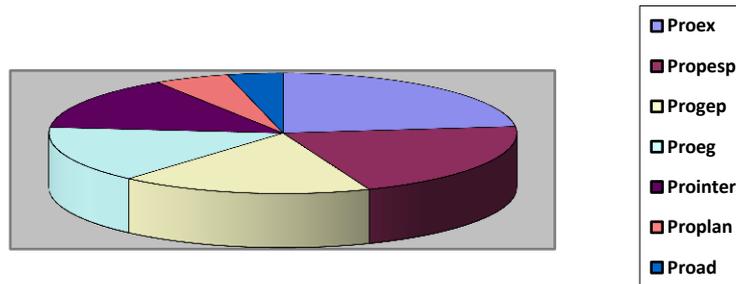


Gráfico 3: Matérias publicadas por Pró-Reitoria

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). Ao longo de 2014, este espaço teve cerca de:

Seção	Número de publicações	Visualizações
Eventos	223	189.324
Editais e Bolsas	278	746.033
Total	501	935.357

Tabela 4: Números de Publicações pela CWR

2.3. Pesquisa, Eventos e Capacitação.

Em 2014, a Coordenadoria de Web e Redes Sociais da UFPA 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/UFPA na web e redes sociais. Sugere-se que, pelo menos, uma vez ao ano, possamos ter participação em eventos como este para atualização de informações.



A partir disso, esta coordenadoria apresentou à direção da Ascom/UFPA 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 uma 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 acerca de 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/UFPA, 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 *webdesigner* está em andamento.

2.4. Portal Multicampi

Em 2014, o Portal Multicampi teve um total de 141 matérias publicadas, 12 a mais do que no ano passado, quando 129 matérias foram publicadas, conforme o quadro comparativo a seguir:

Mês	Nº de Matérias Ano 2012	Nº de Matérias Ano 2013	Nº de Matérias Ano 2014
Janeiro	17	7	5
Fevereiro	17	10	15
Março	12	11	8
Abril	13	11	10
Maio	22	12	13
Junho	15	7	10
Julho	4	9	12
Agosto	10	11	15
Setembro	4	14	18
Outubro	15	13	14
Novembro	10	13	13
Dezembro	4	11	8
Total	143	129	141

Tabela 5: Quantitativo de matérias publicadas/ano no Portal Multicampi



Abaixo, apresentamos a tabela com o número de publicações e o total de visualizações das matérias publicadas a cada mês, em 2014, no Portal Multicampi.

Mês	Total de Matérias	Total de Acessos
Janeiro	5	8.168
Fevereiro	15	27.793
Março	8	25.488
Abril	10	15.722
Mai	13	15.332
Junho	10	14.896
Julho	12	10.282
Agosto	15	12.530
Setembro	18	17.580
Outubro	14	14.305
Novembro	13	18.488
Dezembro	8	6.410
Total geral	141	186.994

Tabela 6: Detalhamento do total de matérias/total de acessos no Multicampi

A seguir, demonstramos a relação de matérias publicadas por campus do interior. Foram, ao todo, 47 matérias publicadas sobre assuntos diversos, 17 referentes ao Campus de Abaetetuba, 13 referentes ao Campus de Altamira, 1 referente ao Campus de Ananindeua, 11 referentes ao Campus de Bragança, 9 referentes ao Campus de Breves, 13 referentes ao Campus de Cametá, 2 referentes ao Campus de Capanema, 21 referentes ao Campus de Castanhal, 3 referentes ao Campus de Soure e 4 referentes ao Campus de Tucuruí.

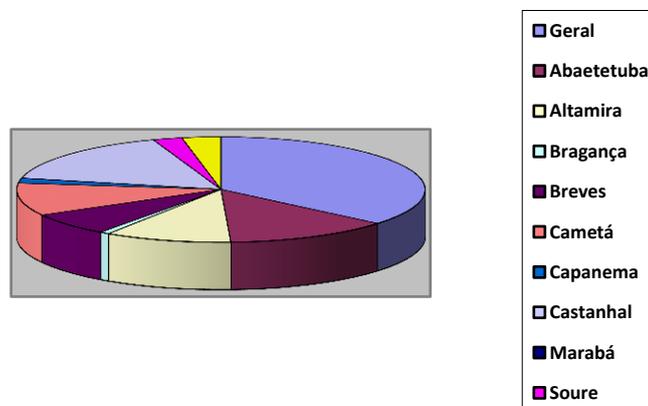


Gráfico 5: Matérias por campus do interior



Vale destacar que houve apenas uma publicação sobre o Campus de Ananindeua por motivo de este ter sido criado no final de 2014. Não houve publicações sobre o Campus de Marabá por conta de este ter sido, desde 2013, transformado na Universidade Federal do Sul e Sudeste do Pará (UNIFESSPA). É importante notar o aumento considerável no número de publicações referentes ao Campus de Castanhal, uma vez que tal campus, recentemente, instalou, oficialmente, um Setor de Comunicação para cuidar do *site* e envio de notícias do Campus de Castanhal para a Ascom/UFPA, otimizando a relação de divulgação de informações desta unidade por meio dos canais oficiais da Instituição. Para o afinamento e a articulação das ações de divulgação, a equipe do campus visitou a Ascom/UFPA e passou por treinamento com a Coordenadoria de Web e Redes Sociais, a fim de obter informações necessárias à execução do trabalho.

2.5. Redes Sociais da UFPA

Em 2014, as redes sociais da UFPA consolidaram-se, cada vez mais, como um dos principais canais de comunicação e interação da Universidade com os seus diversos públicos, tanto que o número de internautas conectados à *fanpage* do *Facebook*, ao perfil do *Twitter* e ao perfil da UFPA no *Instagram* vem crescendo consideravelmente, ano a ano.

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 – os internautas; ou melhor, principalmente jovens internautas de 18 a 24 anos, na maioria, estudantes de graduação. Daí o esforço da equipe em conhecer melhor cada uma das plataformas, a fim de produzir conteúdos apropriados e atingir o máximo de pessoas em pouco tempo.

Em junho de 2014, iniciamos o trabalho de aprimoramento das redes sociais da UFPA com a consolidação do Plano de Comunicação e Gerenciamento das Redes Sociais. O instrumento norteador foi concluído em setembro de 2014 e, desde então, serve de balizador para as atividades da CWR. Outro ponto positivo desse ano foi o fato de uma jornalista profissional



ter assumido a coordenação interina das redes sociais. Até então, o trabalho ficava a cargo de bolsistas e, portanto, vulnerável à troca e/ou renovação de bolsas. Tanto que, em função da troca de bolsistas, não foi possível obter as informações referentes ao mês de janeiro.

A seguir, apresentamos os dados sobre o resultado desse trabalho, coletados entre os meses de fevereiro e dezembro,

2.6. *Fanpage* no Facebook da UFPA

A CWR atém-se à verificação mensal de quatro indicadores da *fanpage* da UFPA no Facebook: publicações, curtidas, comentários e compartilhamentos. Além disso, responde às mensagens enviadas via caixa postal por usuários diversos.

O ano de 2014 encerra-se com **97.655 curtidas** na *fanpage* da UFPA no Facebook – 59.148 a mais que o mesmo período de 2013, conforme relatório anterior. O dado evidencia o crescimento no número de usuários que acompanham, diariamente, os conteúdos postados. Com 1.282 publicações, obtiveram-se 83.450 curtidas; 9.109 comentários e 16.454 compartilhamentos. A tabela abaixo detalha os mesmos critérios mês a mês.

Meses/2014	Indicadores			
	Publicações	Curtidas	Comentários	Compartilhamentos
Fevereiro	135	6.832	1.268	1.266
Março	114	4.113	521	687
Abril	147	2.784	277	576
Mai	153	6.412	707	2.062
Junho	146	5.972	898	1.242
Julho	108	7.185	702	1.357
Agosto	83	10.727	1.848	2.846
Setembro	83	16.465	1.263	2.265
Outubro	59	5.120	568	1.449
Novembro	121	6.658	488	1.145
Dezembro	133	11.182	569	1.559
TOTAL	1.282	83.450	9.109	16.454

Tabela 7: Detalhamento mensal do Facebook/UFPA

Algumas informações chamam atenção. O mês de setembro registrou o maior número de curtidas nas publicações. Atribui-se ao fato de, no período, ser realizada a 16ª Feira do Vestibular (FeiVest). Como os usuários da *fanpage* são, em geral, estudantes de graduação e do ensino médio, o tema revelou-se



de interesse. Já em agosto, houve o maior número de comentários nas publicações, bem como de compartilhamentos. Nesse mês, o problema com as matrículas via Sistema Integrado de Gestão de Atividades Acadêmicas (SigAA) contabilizou diversos comentários negativos. A CWR utilizou-se do conhecimento de gerenciamento de crises para contornar a situação.

2.7. Twitter da UFPA

O perfil @UFPA_oficial é gerenciado, na maior parte do tempo, pelo *Hootsuite*, uma vez que, por meio do *software*, é possível responder às menções e acompanhar os *tweets* de instituições parceiras de forma mais eficaz. O caráter do perfil é, geralmente, informativo. A equipe, quando oportuno, também protagoniza a criação de *hashtags*, tais como a #PortaldaUFPA, #Multicampi, #JornalBeiradoRio, #PS2015 etc., de forma a personalizar, ainda mais, o conteúdo.

Mensalmente, são verificados os indicadores: seguidores, cliques, *retweets* e *replies*. Em alguns casos, também se observam as menções, no entanto, a maioria delas diz respeito a *check-ins* feitos pelos usuários, via *Foursquare*. Esse indicador é desconsiderado, pois não há funcionalidade específica.

O @UFPA_oficial termina o ano de 2014 com **53.967** seguidores – 19.935 a mais que no final do ano de 2013, de acordo com relatório anterior. O dado revela o contínuo crescimento do perfil por meio da postagem diária de conteúdos. Registrou-se, ainda este ano, 1.411 *tweets*, por meio dos quais obtiveram-se 15.646 cliques; 687 *retweets*¹ e 192 *replies*.

Meses/2014	Indicadores			
	Tweets	Cliques	Retweets	Replies
Fevereiro	142	2.824	-	5
Março	100	1.302	-	3
Abril	144	856	-	15
Mai	141	930	-	4
Junho	129	1.194	-	4
Julho	118	1.258	-	14
Agosto	133	1.114	-	57
Setembro	136	1.905	-	37

¹ Até o mês de setembro, eram contabilizadas as menções em vez dos *retweets*. Verificou-se que a mudança no indicador seria melhor avaliada pela CWR, uma vez que as menções, além de serem em maior parte *check-ins* do *Foursquare*, quando são perguntas válidas, acabam se convertendo em *replies*.



Outubro	131	1.757	-	*
Novembro	120	1.389	396	21
Dezembro	117	1.017	291	32
TOTAL	1.411	15.646	687	192

Tabela 8: Detalhamento mensal do @UFPA_oficial no Twitter

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

No Instagram, houve amadurecimento do perfil @UFPA_oficial e considera-se que ainda há muito trabalho pela frente. No geral, a equipe da CWR, por meio dessa mídia, procura produzir fotos e vídeos mais próximos dos usuários. Os temas são os mais diversos, desde peças produzidas para fins específicos até imagens do campus e/ou registro de pautas. Para 2015, o desafio é consolidar, ainda mais, o Instagram como uma ferramenta importante para a comunicação institucional, com a Campanha #MinhaUFPA, que deverá estimular a participação dos usuários nas postagens institucionais.

Meses/2014	Indicadores		
	Publicações	Curtidas	Comentários
Janeiro	1	166	13
Fevereiro	-	-	-
Março	-	-	-
Abril	-	-	-
Maio	-	-	-
Junho	2	138	2
Julho	1	99	2
Agosto	-	-	-
Setembro	6	627	23
Outubro	1	86	-
Novembro	7	618	18
Dezembro	21	1.505	30
TOTAL	39	3.239	88

Tabela 9: Evolução dos dados do @UFPA_oficial no Instagram



A contabilização dos dados do perfil @UFPA_oficial no Instagram começou a ser feita em novembro. Portanto, a evolução pode parecer tímida. O ano de 2014 termina com **1.172** seguidores. Ao longo do ano, desde que as ações foram intensificadas, registramos 39 publicações, 3.239 curtidas e 88 comentários. A tabela a seguir detalha os números.

2.9. Perspectivas da CWR para 2015

Em 2015, permanece nossa pretensão de implantar a acessibilidade para os usuários portadores de necessidades especiais e a tradução para o inglês e o espanhol das informações disponibilizadas pelo Portal da UFPA.

Uma maior aproximação com os *campi* do interior por meio de um trabalho mais corpo a corpo pela *media trainings*² e por visitas aproximativas que envolvam pessoas-chave ou equipes, como forma de dinamizar mais a produção de matérias e, conseqüentemente, aumentar o número de acessos ao Portal Multicampi.

3. COORDENADORIA DE DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA – CDC.

Em 2014, a Coordenadoria de Divulgação Científica (CDC), unidade vinculada à Assessoria de Comunicação Institucional da Universidade Federal do Pará (Ascom/UFPA), 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/UFPA; e ao longo do ano, treinou cinco estudantes de Jornalismo da UFPA, para atuarem com o jornalismo científico.

O *Jornal Beira do Rio* manteve a periodicidade bimestral e a tiragem de 1.000 exemplares. E como estava previsto no relatório anterior, a CDC aumentou de 16 para 20 o número de páginas do *Jornal Beira do Rio* a partir de fevereiro. Resenhas, artigos e material fruto da parceria com núcleos e

²O *media training* é um processo de treinamento de porta-vozes de determinada organização, com o objetivo de aperfeiçoar sua capacidade de se relacionar com os jornalistas, seja na hora das entrevistas, em eventos ou em almoços de relacionamento. Fonte: <<http://www.racecomunicacao.com.br/pt/blog/o-que-e-media-training/>>. Acesso em 06.01.15.



órgãos da UFPA vieram somar com as entrevistas e reportagens já produzidas pela equipe da CDC.



Imagens das capas do Jornal *Beira do Rio*, publicadas em 2014

As caixas de distribuição do jornal mostraram-se eficientes no sentido de tornar mais efetiva a circulação da publicação entre a comunidade acadêmica. Instaladas na Biblioteca Central, nos Restaurantes Universitários do Básico e do Profissional e no Centro de Convenções, elas são abastecidas na primeira semana de cada mês.

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 modificadas 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 mantém nas redes sociais *Facebook*, *Twitter* e *Instagram*. Em 2014, a edição eletrônica



publicada na plataforma *Issuu.com*, mais acessível para leitura em *smartphone* e *tablet*, estabeleceu-se como mais uma alternativa de acesso ao *Beira do Rio*.

O *mailing* foi revisto e redimensionado. Desde janeiro de 2014, imprensa local e nacional, instituições federais de ensino superior (assessorias e bibliotecas), entre outros, recebem por *e-mail* o *link* de acesso para a edição eletrônica.

A CDC fortaleceu a produção de reportagens abordando pesquisas produzidas nos *campi* localizados no interior do Estado. Em seis edições, foram publicadas cinco reportagens e três artigos *multicampi*.

As seis edições publicadas em 2014 resultaram em seis boletins gravados e veiculados na Rádio Web UFPA. O roteiro é produzido por bolsistas da CDC, sob a supervisão da coordenadoria.

Estabelecer parcerias com núcleos e órgãos da UFPA para produção de conteúdos exclusivos era uma das perspectivas da CDC para 2014. Esse objetivo foi alcançado com publicação da edição especial comemorativa aos 20 anos do Auto do Círio, trabalho realizado com o apoio da Escola de Teatro e Dança da UFPA, responsável pelo evento.

3.1. Coordenadoria em Números

Em 2014, houve oito edições do *Beira do Rio* – seis regulares/bimestrais e duas especiais. Ao todo, durante o ano, foram publicadas 65 matérias, entre reportagens, entrevistas e artigos. Ao longo do ano, foram realizadas 100 entrevistas – 49 com docentes e técnicos-administrativos da UFPA, 18 com estudantes de pós-graduação, 12 com estudantes de graduação, cinco com pesquisadores externos e 16 com outros entrevistados.

Por meio do Protocolo das Instituições de Ensino Superior, do qual a UFPA faz parte, são publicados textos no Jornal *Diário do Pará*, na seção “Ciência em Ação”. Este ano, a CDC publicou 12 matérias produzidas exclusivamente para a coluna. Em 2014, a periodicidade de publicação da coluna foi particularmente prejudicada pelo período eleitoral.

As reportagens, as entrevistas e os artigos disponibilizados no *Beira do Rio on-line* geraram 125 comentários. O *clipping* levantado pela CDC reúne 63



notícias geradas a partir da repercussão dos textos publicados no *Beira do Rio* durante o ano. As edições de fevereiro/março e junho/julho foram as que mais geraram notícias, 20 e 15, respectivamente.

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

Edição	Nº. de leitores	Tempo na página	Impacto/ Nº. Acessos
Fevereiro/Março	1.958	0:03:44	7.513
Abril/Maio	630	0:02:54	3.009
Junho/Julho	1.062	0:02:28	4.067
Agosto/Setembro	1.086	0:03:05	3.929
Outubro/Novembro	399	0:03:10	1.504
Dezembro/Janeiro	246	0:02:26	817
Beirinha do Rio	110	0:01:58	375
Auto do Círio	868	0:01:42	3.358

Tabela 10: Estatística Beira do Rio – 2014. Fonte: Isuu.com

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

Edição	Nº. de Leitores
Fevereiro/Março	1.583
Abril/Maio	2.187
Junho/Julho	2.018
Agosto/Setembro	2.363
Outubro/Novembro	2.038
Dezembro/Janeiro	1017
Total	9.396*

Tabela 11: *Até 22/12/14.

É válido ressaltar que esses números 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.

3.2. Pesquisa, Eventos e Capacitação.

Participação de bolsistas de Jornalismo na Oficina "Fazendo a realidade dançar: introdução ao jornalismo literário" - Semana do Calouro 2014; na Oficina de Redação Jornalística, organizada pelo Projeto de extensão Facom 4.0; no XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte 2014, na organização da Semana do Calouro de Comunicação UFPA 2014; no Intercom



Norte 2014; no Expocom Norte 2014; no 6º CBEU – Congresso Brasileiro de Extensão Universitária; no curso “Como ler um filme: introdução teórica ao audiovisual”; na XVI Feira do Vestibular da UFPA 2014; na Muvuca na Cumbuca 2014; na mesa-redonda “Memecracia: a desconstrução dos candidatos ao governo do Pará nas eleições de 2014” e na Coordenadoria de Cultura – Centro Acadêmico de Comunicação.

Participação, ainda, como expositor, na XVI Feira do Vestibular da UFPA; como monitor, na Semana do Calouro do ILC; no Curso de Comunicação, Escrita e Publicação Acadêmica; na Oficina “Os programas jornalísticos televisivos e a popularização da televisão: novas linguagens e novos formatos da TV aberta comercial Brasileira”.

Conclusão, pelas servidoras **Rafaela Barata André** e **Júlia Isabel Lopes Pereira**, do curso de Língua Estrangeira – modalidade Inglês, pelo Capacit/UFPA. Defesa da Dissertação *Estudo Perceptual da Prosódia como Elemento Delimitador da Estrutura de Narrativas Oraís Espontâneas: a diferença de tom* (no curso de Mestrado do Programa de Pós-Graduação em Letras) pela servidora **Júlia Isabel Lopes Pereira**. E participação da servidora **Rosyane Rodrigues**, como palestrante, no evento Muvuquinha #1 “Para onde vamos?” e, como aluna, no Curso Jornalismo Digital, no Portal da Educação.

3.4. Perspectivas para 2015

Em 2015, o **Jornal Beira do Rio** irá completar **30 anos** de existência e, para celebrar a data, será criado pela Coordenadoria de Marketing e Propaganda um selo comemorativo. O selo irá ilustrar todas as edições do jornal publicadas ao longo do ano. Para comemorar a data, a CDC também irá pesquisar, visitar e produzir novas reportagens sobre os projetos de maior repercussão publicados nesses 30 anos.

Em 2014, percebemos que a coluna “**Em Tempo**” ficou ultrapassada diante da temporalidade das notícias quando o *Beira do Rio* assumiu a periodicidade bimestral. A partir de fevereiro/março de 2015, esse espaço será ocupado por uma Galeria com imagens retiradas do perfil oficial da UFPA na rede social *Instagram*. A cada edição, em parceria com a Coordenadoria de Web e Redes, será realizada uma reunião de pauta para definir uma “missão”



aos seguidores, ou seja, uma temática a ser fotografada. As imagens serão publicadas e marcadas com a mesma *hashtag*. Ao final do período definido para a missão, as duas coordenadorias escolherão as melhores fotografias para compor a Galeria, que estará disponível nos formatos impresso e *on-line*.

Publicar três edições especiais, possibilitando, com isso, a publicação de temas interdisciplinares e a parceria com outros órgãos e setores da Instituição.

Estimular a participação de integrantes da equipe do Jornal *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 2014, a Coordenadoria de Marketing e Propaganda desenvolveu mais de 52 peças publicitárias destinadas às mídias da UFPA (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 final de 2014, a CMP passou a contar com uma servidora técnica-administrativa concursada, publicitária de formação, responsável por coordenar todos os trabalhos executados pela CMP.

4.1. Coordenadoria em Números

Entre as peças publicitárias produzidas pela CMP, temos os quatro anúncios de página inteira, publicados na quarta capa do Jornal *Beira do Rio*, para o Museu da UFPA, a Biblioteca Central, a Ouvidoria e para o GAPA PARÁ; foram criados mais seis anúncios, ainda não publicados, para a Escola de Música, o Teatro Cláudio Barradas, a Escola de Teatro e Dança, a Biblioteca do Museu, o Restaurante Universitário e para a Coleção Amazônica da Biblioteca Central. Além disso, foram feitas diversas ilustrações para edições do Jornal *Beira do Rio* e para o *Beirinha do Rio*. Houve, também, a proposta de criação do selo comemorativo dos 30 anos do jornal *Beira do Rio* e de logomarcas para o Projeto de Pesquisa Tapauã e para a CPPAD (Comissão Permanente de Processo Administrativo Disciplinar).



Entre as outras peças publicitárias criadas e produzidas, temos: as telas ProQuestPivot e a Nota Institucional 4 do MEC para a UFPA, veiculadas na Capes WebTV; os cartazes para o Restaurante Universitário, o I Fórum de Debates sobre Sustentabilidade na UFPA e para o “Colabora com a Segurança”; uma proposta de identidade visual para o Congresso Brasileiro de Agroecologia; o cartão de Natal e Boas Festas para o Gabinete do Reitor e, finalmente, a criação de um anúncio de ½ página, publicado nos Jornais *Diário do Pará* e *O Liberal*, como homenagem da Fadesp à UFPA, pela Nota 4 recebida do MEC.

Para os portais da Universidade, a proposta de novo *layout* para o Portal da Ascom, do organograma da Ascom; do *banner* para os periódicos da Capes, da votação para o tema transversal para a UFPA em 2015 e do acesso ao comprovante de matrícula 2014-3.

Com relação às **mídias sociais** digitais, foram criados para a página oficial do *Facebook* da UFPA: *banner* de divulgação do **FeiVest 2014**, com a programação completa do evento; *banner* de divulgação do início das matrículas, das novas datas de matrícula e manual de como usar o **SIGAA**; *banner* de divulgação do sucesso das inscrições no **SIGAA**; **Vestibular 2014**: anúncio do início das inscrições do **Processo Seletivo 2014**, desejo de “Boa Sorte” aos candidatos do ENEM, anúncio do encerramento das inscrições do ENEM, do início das inscrições para o MOBIN; *banner* alusivo à **nota 4** recebida pela UFPA, conforme avaliação institucional do MEC; *banner* em comemoração ao **Dia do Servidor Sustentável**; *banner* em comemoração ao **Dia do Servidor Público**; *banner* desejando Boas Férias; *banner* desejando **Feliz Círio de Nazaré**; *banner* para a campanha de incentivo ao **voto consciente** nas Eleições 2014; *banner* em celebração ao **Dia da Consciência Negra**; *banner* desejando **Feliz Natal** e outro *banner* desejando **Feliz Ano Novo**.

Também foram criados para a Coordenadoria de Web e Redes Sociais os Manuais de Redação para os Portais da UFPA e Multicampi; o Manual de Redação para as Redes Sociais e o Plano de Comunicação e de Gerenciamento de Mídias Sociais.



4.2. Perspectivas da CMP para 2015

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 e a criação e produção de animações em vídeos para divulgação dos eventos da Universidade.

5. Setor de Tecnologia da Informação – TI

As atividades exercidas pelo setor de TI em 2014 foram as seguintes: instalação de todas as máquinas do Programa *TeamViewer*, que permite acesso remoto às máquinas para a manutenção do Programa da Capes-WEBCV; a instalação da nova versão do Programa Capes-WEBCV em todas as máquinas do Campus Belém; todas as TVs e os computadores foram verificados e estão em perfeito funcionamento, sendo que a responsabilidade de ligar os equipamentos fica a cargo dos institutos onde os equipamentos estão instalados.

Com relação à criação de *sites*, a saber: criação do *site* da Facom (<http://facom.ufpa.br/>); do *site* do Grupo Tauá e início do *site* IFNOPAP (projeto em progresso). Com relação à manutenção e atualização do sistema dos *Sites*: do Portal UFPA (www.portal.ufpa.br/), da Ascom/UFPA (www.ascom.ufpa.br/), do Jornal *Beira do Rio* (www.jornalbeiradorio.ufpa.br/novo/) e do Portal Multicampi (www3.ufpa.br/multicampi/novo/). Com relação à manutenção de Equipamentos da Ascom/UFPA: avaliação de equipamento defeituoso: *No-breaks*, tombamento passado para a Secretaria; Rede de computadores; reparo de Pontos de Rede para o CTIC; apoio e suporte ao CTIC no procedimento de troca de DNS (Domain Name Server) da Rede de computadores da Ascom/UFPA para melhoria do serviço de internet e segurança da rede.

Quanto ao Atendimento ao Usuário: Reposicionamento de computadores para melhoria do atendimento à imprensa; instalação de telefone IP para o atendimento à imprensa; atendimento continuado aos usuários/servidores da Ascom, a fim de sanar dúvidas e efetuar reparos em



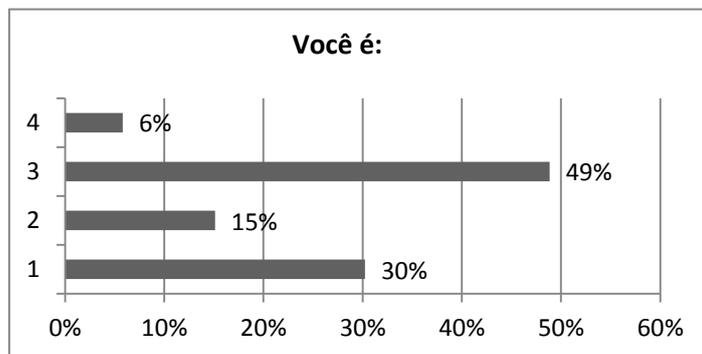
computadores que pararam por apresentar problemas; instalação de um novo programa para edição de vídeos do *Clipping (IdealShareVídeoGo)*, resolvendo o problema de incompatibilidade para com o programa usado anteriormente pelos bolsistas do setor e, finalmente, a inserção diária no Portal da UFPA, conforme cronograma fornecido pelo Projeto Newton, do *banner* para transmissão ao vivo das videoaulas.

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 pela Ascom 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/UFPA. A apuração dessa Pesquisa *On-line*, realizada entre os meses de novembro e dezembro de 2014, apresentou os seguintes resultados:

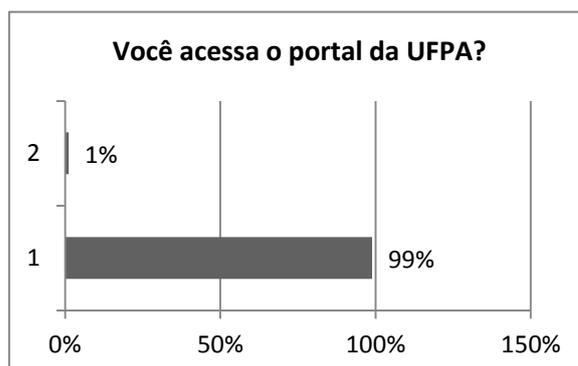
1- Você é:

Você é:			
1	Servidor Técnico-Administrativo	26	30%
2	Servidor Docente	13	15%
3	Discente	42	49%
4	Outro	5	6%
	Total	86	



2- Você acessa o portal da UFPA?

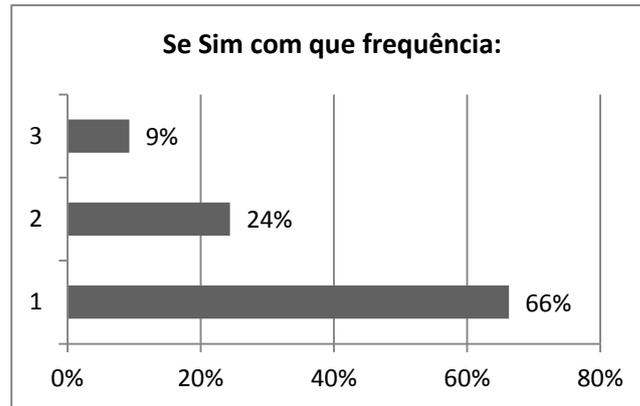
Você acessa o portal da UFPA?			
1	Sim	85	99%
2	Não	1	1%
	Total	86	





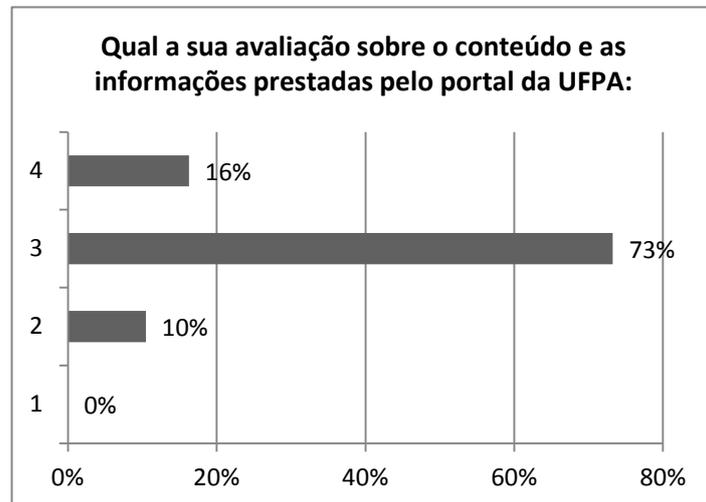
3- Se Sim com que frequência:

Se Sim com que frequência:			
1	Diariamente	57	66%
2	Semanalmente	21	24%
3	Mensalmente	8	9%
	Total	86	



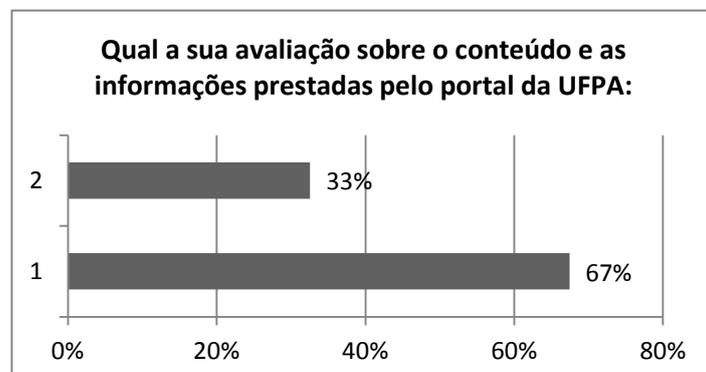
4- Qual a sua avaliação sobre o conteúdo e as informações prestadas pelo portal da UFPA:

Qual a sua avaliação sobre o conteúdo e as informações prestadas pelo portal da UFPA:			
1	Ruim	0	0%
2	Regular	9	10%
3	Bom	63	73%
4	Excelente	14	16%
	Total	86	



5- Você acessa as redes sociais oficiais da UFPA?

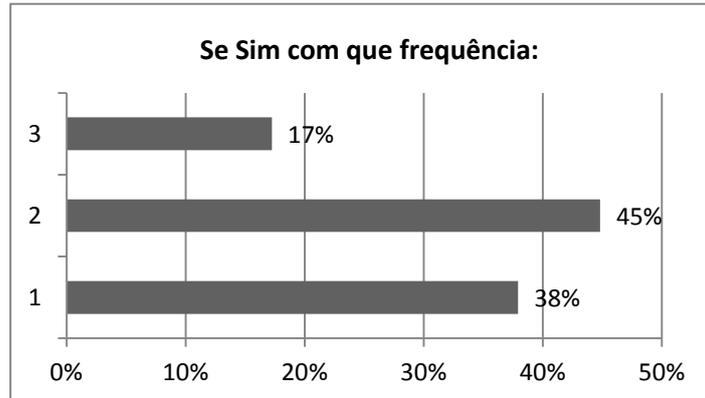
Você acessa as redes sociais oficiais da UFPA?			
1	Sim	58	67%
2	Não	28	33%
	Total	86	





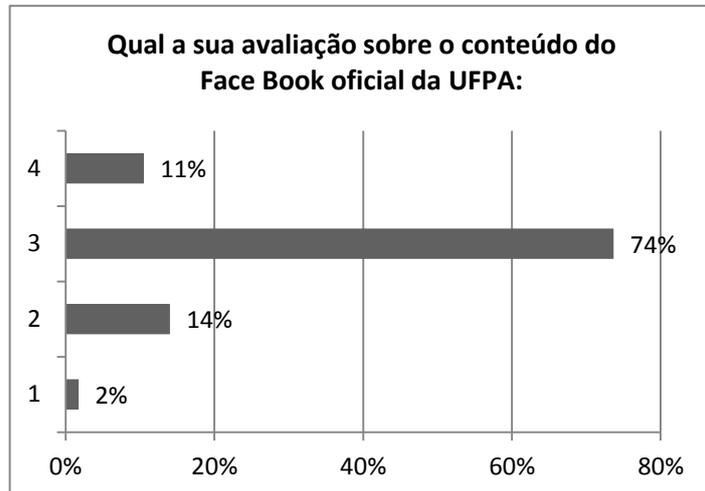
6- Se Sim com que frequência:

Se Sim com que frequência:			
1	Diariamente	22	38%
2	Semanalmente	26	45%
3	Mensalmente	10	17%
	Total	58	



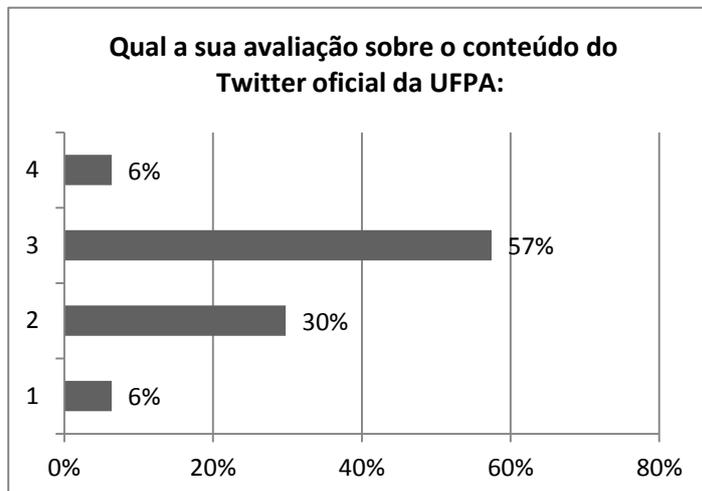
7- Qual a sua avaliação sobre o conteúdo do Facebook oficial da UFPA:

Qual a sua avaliação sobre o conteúdo do Face Book oficial da UFPA:			
1	Ruim	1	2%
2	Regular	8	14%
3	Bom	42	74%
4	Excelente	6	11%
	Total	57	



8- Qual a sua avaliação sobre o conteúdo do Twitter oficial da UFPA:

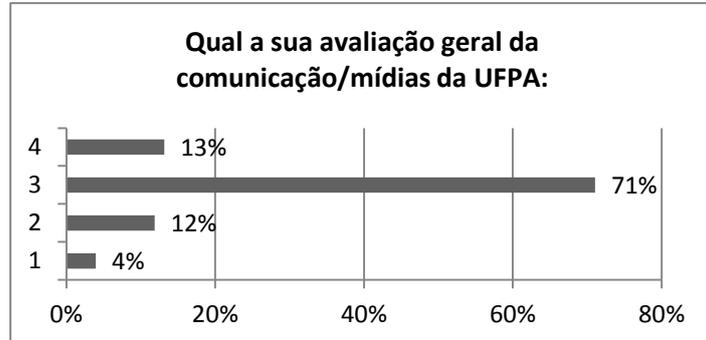
Qual a sua avaliação sobre o conteúdo do Twitter oficial da UFPA:			
1	Ruim	3	6%
2	Regular	14	30%
3	Bom	27	57%
4	Excelente	3	6%
	Total	47	





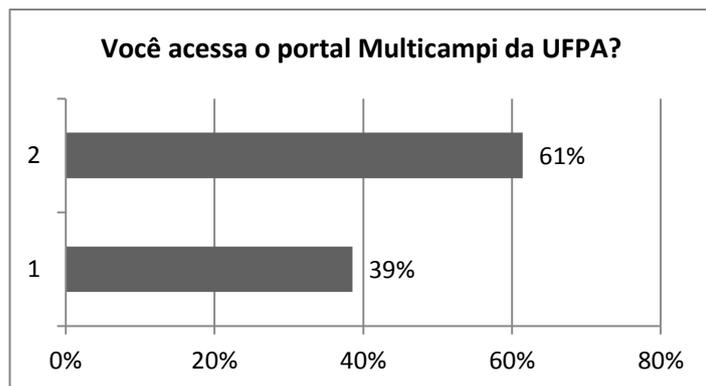
9- Qual a sua avaliação geral da comunicação/mídias da UFPA:

Qual a sua avaliação geral da comunicação/mídias da UFPA:			
1	Ruim	3	4%
2	Regular	9	12%
3	Bom	54	71%
4	Excelente	10	13%
	Total	76	



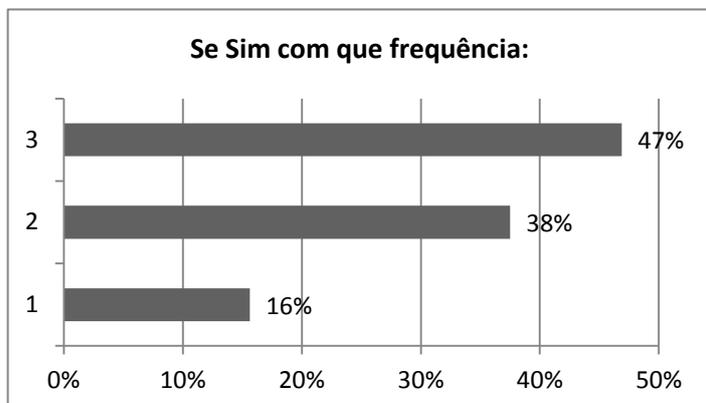
10- Você acessa o portal Multicampi da UFPA?

Você acessa o portal Multicampi da UFPA?			
1	Sim	32	39%
2	Não	51	61%
	Total	83	



11- Se Sim com que frequência:

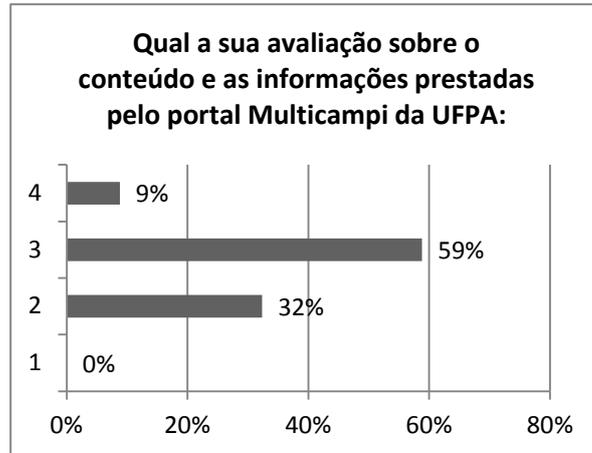
Se Sim com que frequência:			
1	Diariamente	5	16%
2	Semanalmente	12	38%
3	Mensalmente	15	47%
	Total	32	





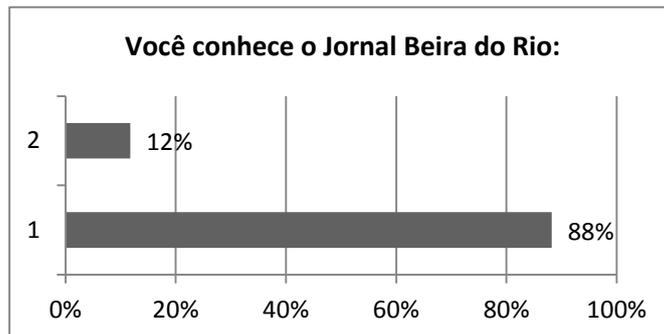
12- Qual a sua avaliação sobre o conteúdo e as informações prestadas pelo portal Multicampi da UFPA:

Qual a sua avaliação sobre o conteúdo e as informações prestadas pelo portal Multicampi da UFPA:			
1	Ruim	0	0%
2	Regular	11	32%
3	Bom	20	59%
4	Excelente	3	9%
	Total	34	



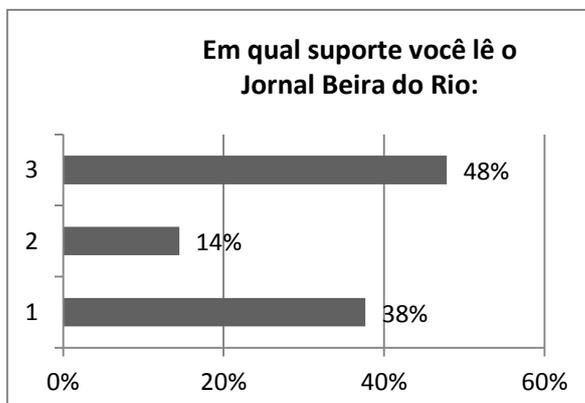
13- Você conhece o Jornal Beira do Rio:

Você conhece o Jornal Beira do Rio:			
1	Sim	75	88%
2	Não	10	12%
	Total	85	



14- Em qual suporte você lê o Jornal Beira do Rio:

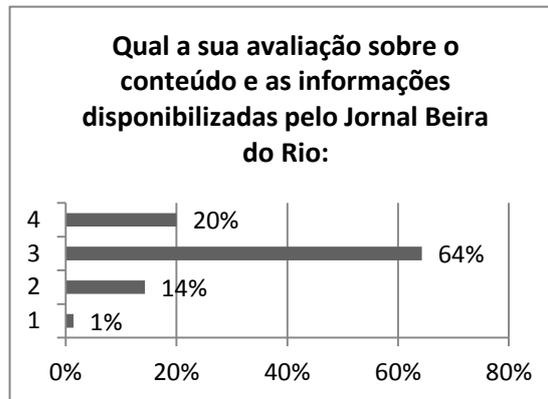
Em qual suporte você lê o Jornal Beira do Rio:			
1	Edição impressa	26	38%
2	Edição eletrônica (Issu)	10	14%
3	Edição online (Portal)	33	48%
	Total	69	





15- 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	10	14%
3	Bom	45	64%
4	Excelente	14	20%
	Total	70	



Em 2015, vamos realizar outra Pesquisa On-line para saber o que a comunidade interna e externa da Universidade pensa e considera dos serviços prestados pela Ascom/UFPA e, dessa forma, melhorar, continuamente, os serviços prestados por esta Assessoria de Comunicação Institucional.

7. Equipe Ascom/UFPA

Direção

Prof. Dr. Luiz LZ Cezar Silva dos Santos

Secretária

Silvana Trindade

Coordenadorias

Web e Redes Sociais – CWR

Jéssica Souza – Jornalista
Júlia Pereira – Revisora de Textos
Alexandre Moraes – Fotógrafo
Adolfo Lemos - Fotógrafo
Éricka Pinto - Jornalista
Julize Garcia - Jornalista

Imprensa e Informação CII

Glauce Monteiro – Jornalista
Thais Braga - Jornalista
Juliana Couto - Atendimento à Imprensa

Bolsistas

Amanda Campelo
Brenda Maciel
Juliana Maués
Victoria Ribeiro
Rafael Rocha

Bolsistas

Cintia Magalhães
Cleonice Viana
Daniel Dias
Landara Mendes
Lucilainy Sampaio
Paula Oliveira

Divulgação Científica – CDC

Rosyane Rodrigues – Jornalista
Walter Pinto – Jornalista
Rafaela André – Designer

Marketing e Propaganda CMP

Luiz Cezar Santos – Publicitário
Priscila dos Santos Silva – Publicitária

Bolsistas

Brenda Rachit
Juliana Teodoro
Marcus Passos

Bolsistas

Benelton Lobato – Ciência das Artes
Elzo Newton Correa - Publicidade
Danilo Santos - Informática
Ygor Carvalho - Informática