

UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DO PARÁ
COORDENAÇÃO DE COMUNICAÇÃO

Relatório Anual de Atividades:
Exercício 2015

Santarém-PA

2016

Coordenação de Comunicação

Equipe

COORDENADORA

Karen dos Santos Correia (Relações Públicas)

SEÇÃO ADMINISTRATIVA

Daniel Ramalho (Assistente Administrativo)

Luciana Leal Cavalcante (Assistente Administrativo)

Juliana Queiroz da Silva (estagiária)

Rodolfo Patrick Lourido Valente (estagiário)

SEÇÃO DE COMUNICAÇÃO INTERNA E MARKETING INSTITUCIONAL

Jocelyn Monteiro de Alencar (Programador Visual)

Manuele Marques Rodrigues (Publicitária)

Tatiana Castro Mota (Publicitária)

SEÇÃO DE JORNALISMO E DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA

Albanira Maria Coelho (Jornalista)

Jorgelene dos Santos Oliveira (Jornalista)

Luena Mitié Takada Barros (Jornalista)

Maria Lúcia Sabaa Srur Moraes (Jornalista)

Talita Cristina Araújo Baena (Jornalista)

Renata Coimbra Dantas de Almeida (Jornalista)

Júlio César da Assunção Pedrosa (Revisor de Textos)

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO / FUNCIONAMENTO DA UNIDADE	4
2 COORDENAÇÃO DE COMUNICAÇÃO	5
2.1 SITE INSTITUCIONAL.....	5
2.2 REDES SOCIAIS: FACEBOOK E TWITTER.....	7
2.3 ATENDIMENTO À IMPRENSA	8
2.4 CLIPPING	9
3 RESULTADOS ALCANÇADOS A PARTIR DO PLANEJAMENTO	10
3.1 PERSPECTIVA “PROCESSOS”.....	10
4 CONCLUSÃO	12

1 INTRODUÇÃO / FUNCIONAMENTO DA UNIDADE

A Coordenação de Comunicação da Ufopa, subdivida em 3 (três) Seções: Comunicação Interna e Marketing Institucional; Jornalismo e Divulgação Científica; e Administrativa, é um órgão suplementar ligado à Reitoria, e tem como objetivo institucionalizar a política de comunicação, desenvolvendo estratégias de divulgação das ações institucionais para os públicos interno e externo.

A Coordenação de Comunicação funciona a partir de um planejamento estratégico elaborado todos os anos pelos servidores do setor e com base nas demandas que chegam via e-mail e memorandos impressos e eletrônicos. As demandas são direcionadas às seções competentes e avaliadas conforme sua adequação de publicação e/ou coberturas jornalísticas, campanhas publicitárias, dentre outros. Esta Coordenação atende as demandas por ordem de chegada.

Diante disso, de acordo com o Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) 2012-2016, nesta Coordenação desenvolveram-se atividades e ações de assessoria de comunicação institucional, englobando: divulgação de atividades e ações institucionais (acadêmicas, científicas e administrativas) realizadas pela Ufopa; elaboração de conteúdo jornalístico (matérias, notas e sugestões de pauta); atendimento à imprensa (envio de sugestão de pautas, agendamento e acompanhamento de entrevistas); atualização e gerenciamento do conteúdo jornalístico do site, dos murais e das mídias sociais (facebook, o youtube e o twitter); ações de comunicação interna, como e-mail marketing, campanhas publicitárias; assessorias nos relacionamentos internos e externos; produção do jornal da Ufopa; criação gráfica e suporte administrativo.

2 COMUNICAÇÃO

Cada Seção ficou responsável por suas devidas atividades. A queda no número de serviços e produtos se deu em virtude da greve dos servidores da Universidade no período de maio a outubro de 2015. Com exceção da greve, as ações e atividades foram executadas conforme previsto.

2.1 SITE INSTITUCIONAL

No ano de 2015 a Comunicação, com o apoio Centro de Tecnologia da Informação e Comunicação (Ctic), fez algumas mudanças na estrutura da página inicial do site da Ufopa. Foram criadas as categorias “Informes” e “Divulgações Científicas”, e, também, novos banners fixos que foram posicionados na parte inferior no site. Essas alterações deram uma coerência maior às disseminações das informações inseridas na página inicial do site. Ademais, aconteceram reuniões com o Ctic cuja finalidade foi o planejamento do novo site da Universidade que será lançado em 2016. Abaixo o quadro com o quantitativo de documentos, notícias e informes publicados no site.

Tabela 1 – Documentos publicados no site em 2015

Setor	Documentos publicados
Pró-reitorias	395
Institutos	67
Outros Setores	698
Total	1160

Observação: Ver tabela detalhada em Anexo.

Tabela 2 - Notícias publicadas no site em 2015

Mês	Quantidade de publicações
Janeiro	29
Fevereiro	55
Março	65
Abril	52
Maio	48

Junho	15
Julho	12
Agosto	45
Setembro	42
Outubro	39
Novembro	68
Dezembro	44
Total	514

Tabela 3 - Informes publicados no site em 2015

Mês	Quantidade de publicações
Janeiro	8
Fevereiro	13
Março	14
Abril	14
Maio	14
Junho	4
Julho	3
Agosto	6
Setembro	2
Outubro	5
Novembro	26
Dezembro	12
Total	121

Tabela 4 - Categoria de notícias publicadas no site em 2015

Notícias	Quantidade de publicações
Ensino	74
Pesquisa	43
Extensão	26
Outros	371
Total	514

2.2 REDES SOCIAIS: FACEBOOK E TWITTER

Tabela 5 - Postagens nas redes sociais em 2015

Mês	Postagens nas redes sociais
Janeiro	18
Fevereiro	32
Março	32
Abril	28
Maio	49
Junho	0
Julho	5
Agosto	37
Setembro	31
Outubro	36
Novembro	51
Dezembro	28
Total	347

Os meses de junho e julho foram os mais afetados com a greve dos servidores da Universidade que durou quatro meses – final de maio até início de outubro de 2015. Nos outros meses as postagens obedeceram ao planejamento da Seção de Comunicação Interna e Marketing Institucional, em que uma das ações se refere ao filtro de informações a serem postadas no facebook, pois se comprovou que quanto menor o número de informações inseridas, maior o número de pessoas alcançadas.

Tabela 6 - Alcance das publicações nas redes sociais em 2015

Mês	Alcance médio de publicações
Janeiro	34.648
Fevereiro	42.634
Março	38.617
Abril	14.809
Maio	22.605
Junho	911
Julho	9.282
Agosto	32.663
Setembro	40.332
Outubro	45.652
Novembro	59.394
Dezembro	59.994
Total	40.1541

O número de pessoas alcançadas aumentou consideravelmente em decorrência da reestruturação na ação de postagens. Em média, fizeram-se três postagens por dia, aumentando assim o número de pessoas alcançadas.

2.3 ATENDIMENTOS À IMPRENSA

Tabela 7 - atendimentos à imprensa em 2015

MÊS	ATENDIMENTOS
Janeiro	48
Fevereiro	40
Março	32
Abril	6
Maio	15
Junho	1
Julho	0
Agosto	0
Setembro	1
Outubro	12
Novembro	28
Dezembro	20
Total	203

Englobam atendimentos à imprensa (marcação de entrevistas, repasse de informações etc.), envio de releases, coletivas de imprensa e outras atividades. Em maio de 2015, criou-se o Informe Ufopa, um boletim informativo voltado para a imprensa local para divulgar os eventos da semana na Universidade. Em razão disso, a quantidade de envios de releases diminuiu, uma vez que o boletim concentra várias sugestões em um único e-mail. Não foi possível contabilizar o número total do Informe Ufopa devido a uma falha no e-mail da Imprensa.

2.4 CLIPPING

Tabela 8 - Clipping 2015

Mês	Notícias Publicadas
Janeiro	46
Fevereiro	59
Março	54
Abril	27
Maio	51

Junho	20
Julho	18
Agosto	15
Setembro	23
Outubro	29
Novembro	48
Dezembro	35
Total	425

O clipping é feito manualmente por um bolsista, e só é possível registrar o que é veiculado pela TV Tapajós e em blogs e sites de notícia.

3 RESULTADOS ALCANÇADOS A PARTIR DO PLANEJAMENTO DA UNIDADE

Serviços e Produtos	Anos				Perspectiva para 2016
	2012	2013	2014	2015	
Atendimento à imprensa	372	332	442	117	500
Notícias publicadas no site	635	742	771	514	800
Informes publicados no site	0	0	0	121	200
Publicações no facebook	835	1225	1024	347	400
Publicações no twitter	835	1225	1024	347	400
Publicações no youtube	5	64	111	19	115
Jornal impresso da Ufopa	4	2	3	2	6
Clipping	542	544	751	424	800
E-mail marketing	400	500	440	183	500
Boletim informativo	0	0	12	0	12
Criação gráfica	20	110	125	142	150
Peças publicitárias	0	0	20	25	30
Revisão de textos	608	602	983	704	1000
Total	4256	5346	5706	2945	4913

3.1 PERSPECTIVA “PROCESSOS” – APRESENTADO NO PDI 2012-2016

OBJETIVO ESTRATÉGICO	AÇÕES ESTRATÉGICAS	INDICADOR ESTRATÉGICO	RESPONSÁVEL
Institucionalizar política de comunicação	1. Instituir o plano de comunicação institucional;	Índice da Comunicação (internet, blogs, revista eletrônica e outras)	Coordenação de Comunicação
	1. Aprimorar instrumentos de comunicação interna.	Índice de atividades de Divulgação e Marketing da Instituição	Coordenação de Comunicação

Objetivo Estratégico: Institucionalizar política de comunicação				
O QUE FOI FEITO	RESPONSÁVEL	QUANDO	RESULTADOS	JUSTIFICATIVA
	Seção de Comunicação		Gerenciamento e	O Plano de Comunicação

Instituir o plano de comunicação institucional.	Interna e Marketing Institucional Seção de Jornalismo e Divulgação Científica	2015	organização das ações e atividades das seções do setor.	Institucional da Ufopa é construído anualmente. Os resultados podem ser conferidos após o dia 31 de dezembro de cada ano.
Aprimorar instrumentos de comunicação interna.	Seção de Comunicação Interna e Marketing Institucional Seção de Jornalismo e Divulgação Científica	2015	Atendimento à imprensa; Notícias e informes; Publicações nas redes sociais; Jornal impresso; Clipping; E-mail marketing; Boletim informativo; Criação gráfica; Peças publicitárias; Revisão de textos.	Deu-se a continuidade dos serviços e produtos prestados pelo setor. Houve o aprimoramento de dois novos serviços em dezembro de 2015: implantação do mural eletrônico e espaço para divulgação científica no site.

Cada Seção ficou responsável por suas devidas atividades. A queda no número de serviços e produtos se deu em virtude da greve dos servidores da Universidade no período de maio a outubro de 2015. Com exceção da greve, as ações e atividades foram executadas conforme previsto.

4 CONCLUSÃO

Os serviços e produtos da Coordenação de Comunicação estão sendo aprimorados a cada ano com o trabalho dos servidores e a elaboração do planejamento anual. A subdivisão em seções também colaborou para que o gerenciamento das informações e distribuição de tarefas ficasse mais eficiente no setor e assim atender melhor a Universidade e seus públicos interno e externo.