

UFPA Multicampi: a comunicação institucional na universidade federal mais interiorizada do Brasil

Raphael Santos Freire*
Ana Carolina Pimenta†
Universidade Federal do Pará

Índice

1	O percurso da interiorização da UFPA	2
2	A comunicação institucional na UFPA	5
3	A comunicação multicampi	9
3.1	Pontos negativos, carências e problemas na comunicação com os campi do interior	9
3.2	Avanços e conquistas na comunicação com os campi do interior	12
	Considerações	17
	Referências	17

Resumo

O presente artigo retrata a experiência de dois anos de um estudante de Comunicação Social - Jornalismo durante sua atuação na Assessoria

*Graduando do Curso de Comunicação Social - Jornalismo da Universidade Federal do Pará.

†Orientadora do trabalho. Mestre em Planejamento do Desenvolvimento do Trópico Úmido pelo Núcleo de Altos Estudos da Universidade Federal do Pará (NAEA/UFPA) e Jornalista da Assessoria de Comunicação da UFPA.

de Comunicação da Universidade Federal do Pará (UFPA), onde ficou responsável pela comunicação com dez campi universitários do interior. O objetivo deste trabalho é registrar e publicizar as dificuldades, carências, melhorias e conquistas da comunicação institucional com os campi do interior na UFPA.

Palavras-Chave: UFPA; interiorização; comunicação institucional; multicampi; assessoria de comunicação.

1 O percurso da interiorização da UFPA

A Universidade do Pará foi criada pela Lei nº 3.191, de 2 de julho de 1957, sancionada pelo Presidente Juscelino Kubitschek de Oliveira, após cinco anos de tramitação legislativa. Na época, congregou sete faculdades federais, estaduais e privadas existentes em Belém: Medicina, Direito, Farmácia, Engenharia, Odontologia, Filosofia, Ciências e Letras e Ciências Econômicas, Contábeis e Atuariais.

Hoje, a UFPA é uma das maiores e mais importantes instituições da Região Norte do país, abrigando uma comunidade composta por mais de 50 mil pessoas¹, distribuídas em: 2.368 professores, incluindo efetivos do ensino superior, efetivos do ensino básico, substitutos e visitantes; 2.337 servidores técnico-administrativos; 6.861 alunos de cursos de pós-graduação, sendo 2.457 estudantes de cursos de pós-graduação **stricto sensu**; 31.174 alunos matriculados nos cursos de graduação, 20.460 na capital e 10.714 no interior do Estado; 1.851 alunos do ensino fundamental e médio, da Escola de Aplicação; 2.916 alunos dos Cursos Livres oferecidos pelo Instituto de Letras e Comunicação Social (ILC), Instituto de Ciência da Arte (ICA), Escola de Teatro e Dança, Escola de Música e Casa de estudos Germânicos, além de 664 alunos dos cursos técnico-profissionalizantes do ICA. A UFPA oferece 338 cursos de graduação e 39 programas de pós-graduação, com 38 cursos de mestrado e 17 de doutorado.

Consciente da importância de seu papel no desenvolvimento do Estado do Pará, a UFPA queria mais, queria ir além da capital. Queria disseminar o conhecimento para os principais pólos de desenvolvimento

¹ Dados referentes a abril de 2008.

do Estado e firmar seu compromisso social perante a sociedade regional, numa tentativa de democratizar o acesso ao ensino superior a milhares de pessoas que estavam excluídas do ambiente universitário em decorrência das distâncias e das dificuldades de trânsito entre os diversos municípios e entre esses e a capital, sobretudo “em favor dos segmentos sociais já castigados pela insuficiência e, muitas vezes, pela ineficiência social de políticas públicas que deveriam promover o seu bem-estar e possibilitar sua auto-sustentabilidade” (FREITAS, 2005, p. 9). Para isso, era necessário interiorizar suas ações e esse processo de interiorização das ações universitárias da UFPA se deu a partir da década de 1970 e se estruturou em três fases:

1ª Fase: as primeiras ações de interiorização da UFPA iniciaram-se no ano de 1971 com a realização de Cursos Especiais de Licenciatura Curta, nas áreas de Letras, Estudos Sociais e Ciências Naturais, destinados à preparação de docentes de 1º e 2º graus, e de Cursos de Licenciatura Plena para formação de Administradores e Supervisores Escolares. Nessa fase, os chamados Núcleos de Educação foram instalados ou reativados em cinco municípios-sede no Estado do Pará – Marabá, Castanhal, Abaetetuba, Santarém e Soure –, abrangendo 14 microrregiões para a execução das ações de interiorização universitárias.

2ª Fase: Quinze anos depois dos primeiros passos dados rumo a interiorização de suas ações, a UFPA, no período de 1986 a 1989, teve sistematizado o seu I Projeto de Interiorização. Foi a resolução nº 1.355, de 3 de fevereiro de 1986, do Conselho Superior de Ensino e Pesquisa (CONSEP), que instituiu legalmente o Programa de Interiorização da UFPA constituído por Cursos de Licenciatura Plena. Inicia-se, a partir daí, a história da atualmente denominada Universidade Multicampi.

Foi especialmente importante para essa deliberação o apoio concedido pelas prefeituras locais que, desde o início, se comprometeram a doar prédios – normalmente aqueles onde funcionavam escolas municipais –, para a instalação da sede do Campus, a ceder servidores para o trabalho de apoio administrativo, vigilantes e até motoristas. (FREITAS, 2005, p. 18).

3ª Fase: Nos anos de 1994 a 1997, a UFPA almejou expandir sua atuação no interior do Estado, executando cursos de pós-graduação, *latu e stricto sensu*, projetos de pesquisa e artístico-culturais, cursos de capacitação para formação de mão-de-obra não especializada, entre outras

ações. Nesse momento, já estavam implantados os campi universitários em alguns municípios do interior. Vale à pena ressaltar que os cursos de graduação realizados no interior deixaram de ser somente Licenciaturas e passaram a ser também cursos de Bacharelado, em diversas áreas do conhecimento, para atender uma demanda interessada na qualificação profissional de nível superior que habilitasse à atuação no mercado de trabalho cada vez mais exigente e competitivo.

Destaca-se, sobretudo, como um dos inegáveis resultados alcançados pela Interiorização, a difusão do conhecimento acerca dos direitos fundamentais da pessoa, da cidadania, do direito de organização e participação nas deliberações sobre os interesses sociais e coletivos. Vê-se, seguramente, um novo sentido, uma nova mentalidade e novas perspectivas para o cidadão da Amazônia. (FREITAS, 2005, p. 24).

Uma nova engenharia institucional centrada no conceito de universidade-rede revitalizou o modelo de interiorização que vinha sendo praticado há cerca de 20 anos. Portanto, em 04 de julho de 2001, foi elaborado um Plano de Trabalho destinado a impulsionar e consolidar o Programa de Interiorização da UFPA, por meio de metodologias e estratégias capazes de favorecer a eficiência e a eficácia das ações voltadas para o interior do Estado. A UFPA, então, passou a desenvolver um modelo de Universidade Multicampi, que visasse um sistema de cooperação e compromisso entre todos os campi, da capital e do interior, pautados pelo diálogo, pela discussão e pelo princípio da universalidade.

A partir da adoção do modelo de Universidade Multicampi, a UFPA passou a adotar alguns princípios para nortear e orientar sua atuação no interior do Pará. Um desses princípios, de acordo com FREITAS (2005, p. 30), era o de estabelecer novas relações institucionais entre os campi universitários. Parece que deu certo, tanto que hoje, a UFPA é a única universidade federal que se estrutura em 10 campi do interior² – Abaetetuba, Altamira, Bragança, Breves, Cametá, Capanema, Castanhal, Marabá, Soure, Tucuruí – demonstrando a importância de seu papel perante a região amazônica e sua capacidade de ser um agente de transformação social, se configurando como a universidade com maior

² Em virtude da criação da Universidade Federal do Oeste do Pará (UFOPA), o Campus de Santarém foi integrado a esta Universidade.

inserção social dentre todas as Instituições de Ensino Superior e com o maior número de alunos de graduação.

2 A comunicação institucional na UFPA

Onde e como está estabelecida a comunicação no modelo de Universidade Multicampi? O que foi pensado em relação a estratégias de comunicação para com os campi do interior? Como comunicar o que é produzido nos campi da UFPA? Como fazer com que um campus, mesmo estando a quilômetros de distância do campus de Belém, também se sinta parte da UFPA? Essas foram algumas perguntas que eu me fiz quando passei a integrar a equipe da Assessoria de Comunicação Institucional – ASCOM/UFPA em outubro de 2008 e recebi a informação de que minha missão era ficar responsável pela comunicação com o interior.

Atualmente, a Assessoria de Comunicação Social é percebida unicamente como uma unidade de divulgação institucional vinculada ao Gabinete da Administração Superior e não como um setor estratégico. Tem pouca participação em determinadas decisões institucionais, mesmo em situações nas quais a comunicação possa contribuir. A Assessoria de Comunicação não participa das reuniões ampliadas da Comissão de Assessoramento Superior (CAS), nem dos fóruns de dirigentes. Seus principais canais são:

Divulga: informativo via e-mail, destinado à divulgação interna de fatos EXTRAORDINÁRIOS, relevantes para uma grande parcela da Universidade. Veicula, por exemplo, anúncios sucintos de falecimentos de servidores da UFPA, comunicados sobre falta de energia e informes urgentes de unidades estratégicas da Instituição. Contato: divulga@ufpa.br.

Acontece: informativo eletrônico destinado à publicização de assuntos institucionais, tais como cursos, oferta de bolsas, defesas de dissertações e teses, concursos. Disponível via e-mail e no site www.ufpa.br/acontece. Contato: acontece@ufpa.br.

Agenda: cronograma atualizado periodicamente com os eventos mais recentes da UFPA.

Portal da UFPA: atualizado periodicamente, pode ser acessado pelo endereço www.portal.ufpa.br/. A ASCOM responsabiliza-se pela atualização das seções “Notícias”, “Agenda”, “Guia de Pesquisadores” e “UFPA na Mídia”; pela elaboração de “*banners*” e pela postagem do “Acontece” on line e “Beira do Rio” on line. Contato: imprensa@ufpa.br.

Portal Multicampi: atualizado periodicamente, é acessado pelo link “campi do interior”, existente no Portal da UFPA e pelo www3.ufpa.br/multicampi/novo/. Apresenta notícias dos campi e núcleos do interior. Contato: multicampiufpa@gmail.com.

Site da ASCOM: acessado pelo www.ascom.ufpa.br/, pelo link “UFPA na mídia” do Portal ou pelo link “Imprensa”, contido nos menus das unidades que não possuem site próprio. Além de seções existentes no Portal, o site sedia o “Segunda Mão”, destinado a agilizar a troca e a aquisição de bens lotados na UFPA. Contato: imprensa@ufpa.br.

Jornal Beira do Rio: veículo de divulgação científica e institucional, engendrado pelas ações de ensino, pesquisa e extensão da Universidade. Sua versão impressa contempla todos os campi e também chega aos órgãos públicos estaduais, municipais e federais, às organizações não-governamentais e a outras instituições de ensino. A versão eletrônica pode ser consultada na íntegra no endereço www.ufpa.br/beiradorio/novo/. Contato: beiradorio@ufpa.br.

Front light: Quatro painéis suspensos por um poste resistente, com altíssimo impacto visual e que buscam ampliar a comunicação interna entre os usuários da UFPA. Situam-se no Portão principal; ao lado da Capela; Terminal rodoviário e na entrada do Hospital Bettina. A ASCOM apenas cede o espaço e agenda os eventos, não se responsabilizando pela elaboração e colocação dos painéis. Contato: imprensa@ufpa.br.

Painéis eletrônicos: Mídia exterior destinada a divulgar informes sucintos para os usuários do Campus Belém. Os três painéis situam-se na Biblioteca, no Restaurante Universitário e no Vadião, estes dois últimos ainda em fase de instalação.

De acordo com Druker (apud ENDO, 2003), a comunicação de uma organização que não visa o lucro, como é o caso da UFPA deve ser muito bem pensada e estruturada para que os objetivos e metas desta sejam alcançados:

“A comunicação de uma organização sem fins lucrativos deve ser planejada, tanto para facilitar sua gestão, melhorar a produtividade do ambiente organizacional e conseguir transmitir seus ideais, seu trabalho e seus valores de forma consistente, quanto para evitar que sua imagem seja construída de forma negativa ou distorcida”. (DRUKER, 1994 apud ENDO, 2003).

A comunicação deve constituir-se num setor estratégico, que agregue valores e facilite os processos interativos e as mediações da universidade com os seus diferentes públicos, a opinião pública e a sociedade em geral. Entretanto, na UFPA, esse caráter estratégico é pouco visado, tendo a comunicação um simples papel de divulgação das ações, pesquisas e atividades desenvolvidas pela Instituição.

A partir do segundo semestre de 2008, a Assessoria de Comunicação da UFPA, com toda sua equipe renovada, decidi imprimir novos rumos para a comunicação dentro da Universidade. Sob a coordenação de jornalista doutora e contando com duas jornalistas mestres e duas graduadas, uma designer, dois redatores, uma revisora, um fotógrafo, todos concursados, além dos estagiários de jornalismo, informática, letras e administração; a ASCOM/UFPA inicia a implementação de uma comunicação mais integrada, onde diversos setores da comunicação atuam juntos visando potencializar o efeito de um trabalho e a comunicação pública da ciência. Fruto de um Plano de Comunicação Integrada desenvolvido pela Comissão de Trabalho - DECOM em março de 2007, a intenção era fazer com que a comunicação assumisse um papel estratégico e decisório dentro das atuações da UFPA. Segundo Kunsch (1997):

Entende-se por comunicação integrada aquela em que as diversas subáreas da Comunicação atuam de forma sinérgica. Ela pressupõe uma junção da comunicação institucional, da comunicação mercadológica e da comunicação interna, que formam o composto da comunicação organizacional. Este deve formar um conjunto harmonioso, apesar das diferenças e das especificidades de cada setor e dos respectivos subsetores. A soma de todas as atividades redundará na eficácia da comunicação nas organizações. Como

Garantir o fluxo interno de informações. (KUNSCH, 1997, p. 115).

Apesar do Plano de Comunicação Integrada desenvolvido pela Comissão de Trabalho - DECOM ser voltado para a UFPA como um todo, ele não contempla a comunicação com os campi de forma mais aprofundada e nem traça estratégias de comunicação, metas e objetivos voltados para o público que compõe a UFPA no interior do Estado. Porém, para que a Universidade possa cumprir sua missão e propósito de Modelo Multicampi e fazer existir uma comunicação eficaz com os campi, foi pensado pela equipe da ASCOM/UFPA um conjunto complexo de atividades, ações, estratégias, produtos e processos desenvolvidos para podermos assim valorizar essas unidades acadêmicas, suas produções científicas e culturais, seus eventos e tornar a comunidade acadêmica que desses campi fazem parte representadas e informadas a respeito do que acontece no seu próprio campus e nos demais campi da UFPA. O desafio estava lançado. Um único estagiário, um computador com internet e um telefone. Essas eram as ferramentas que me foram dadas para poder estabelecer uma comunicação com a UFPA no interior.

A comunicação é capaz de, pelo simples fato de existir, gerar influências. E mais: exerce, em sua plenitude, um poder que preferimos designar de *poder expressivo*, legitimando outros poderes existentes na organização, como o poder remunerativo, o poder normativo e o poder coercitivo. (TORQUATO, 1986, p. 17).

Restreppo (apud CURVELO, 2001), classifica a comunicação organizacional em quatro dimensões:

...a primeira seria a da informação (que daria forma ao sistema), baseada nas operações próprias de cada organização e no sistema normativo, entre outros elementos constitutivos. A segunda seria a da divulgação, na acepção de tornar público. A terceira dimensão é a cultural, no sentido de processos socializadores e legitimadores, como ritos e rituais, por exemplo. A última dimensão, para Restreppo, é a da

participação, onde se reforçam os vínculos, os compromissos, mediante o reconhecimento do outro, num processo marcado pela empatia. (RASTREPO apud CURVELO, 2001).

3 A comunicação multicampi

3.1 Pontos negativos, carências e problemas na comunicação com os campi do interior

Ao iniciar minhas atividades como estagiário de jornalismo responsável pela comunicação com os campi do interior, uma das minhas principais funções era verificar o que tínhamos e o que precisávamos ter, o que queríamos e o que não queríamos para a comunicação com o interior. Percebi um grande problema: os coordenadores dos campi, os técnico-administrativos e os discentes não tinham conhecimento de que havia, minimamente, o estabelecimento de uma comunicação com os municípios onde a UFPA estava presente, e não sabiam também que podiam se utilizar dessa comunicação, suas ferramentas e canais para suprir demandas existentes nos campi. Além disso, nos veículos de comunicação internos e externos da UFPA, nas práticas de Assessoria de Comunicação como no envio de sugestões de pauta e na mídia, os campi eram pouco ou quase nunca retratados, ou seja, parecia que assuntos referentes ao interior ou não podiam ser abordados nesses veículos ou por algum outro motivo não o eram.

Daí resulta uma conclusão: a comunicação com os campi do interior era ineficaz, uma vez que a comunidade acadêmica dos próprios campi do interior e os veículos de imprensa dos municípios onde a UFPA está presente não sabem sequer da existência da Assessoria de Comunicação, suas atividades e de como isso pode ser utilizado em prol tanto dos campi como da divulgação científica e de outros assuntos. Ora, se seis campi do interior possuem juntos 62 projetos de pesquisa (46 em execução e 16 concluídos) e nove campi possuem juntos 75 programas

e projetos de extensão, não se pode alegar que nesses campi não existem assuntos interessantes e de relevância para divulgação científica e conhecimento tanto da comunidade acadêmica quanto da sociedade em geral.

O real problema não é a falta do que falar e sim de como fazer para que os responsáveis por tais projetos e programas saibam como devem proceder para divulgá-los e que compreendam a importância e se interessem em divulgá-los. Uma vez que, infelizmente, ainda não existe nos campi da UFPA uma cultura de divulgação em grande escala das atividades acadêmicas, científicas e culturais.

Outra dificuldade percebida foi a impossibilidade de deslocamento até os campi para produzir matérias, ter o contato pessoalmente com o pesquisador ou grupo de estudo, divulgar os canais de comunicação da ASCOM. Isso facilitaria com que a comunidade acadêmica dos campi conhecesse e reconhecesse como a comunicação tanto interna quanto externa pode contribuir para o bom funcionamento dos campi, obtenção de recursos, aprovação em editais de apoio a fomentação de pesquisa e extensão, entre outros benefícios. Além da distância, o fato de possuímos somente dois telefones que realizavam chamada interurbana e um celular institucional dificultava ainda mais a comunicação para com os campi do interior.

A comunicação multicampi estava perdida, solta, desarticulada, ou seja, os campi que se preocupavam de alguma maneira com a comunicação o faziam de maneira independente sem conhecimento especializado. Entretanto, a pretensão era que essa comunicação passasse a ser feita de forma integrada e organizada, onde a ASCOM estaria no centro da comunicação e os demais campi a sua volta (ver figura 1). A ideia não é que a ASCOM seja a controladora da comunicação com os campi, nem que esteja acima dos campi de forma hierárquica, mas sim, que ela seja a referência, que sirva como suporte, já que é a responsável por esse setor estratégico dentro da Instituição, onde ambos possam se identificar e se relacionar mutuamente. A figura 1 mostra a ASCOM no centro e os campi ligados a ela por meio de setas que “vão e vem” indicando a troca mútua de informações, onde ambas são emissoras e receptoras de conteúdos, demandas, atividades, etc.

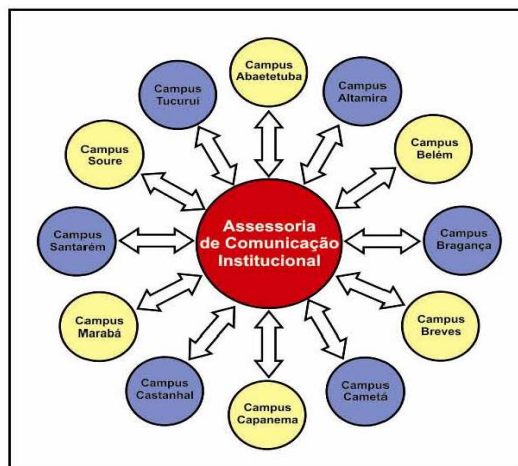


Figura 1

Tal qual Maryan Shall e Luhmann, Restreppo concorda que a comunicação tem um papel fundamental na construção do sentido no ambiente organizacional. É pela comunicação que as culturas e as organizações, como sistemas sociais, realizam sua autoapoiese. É pela comunicação que podemos conhecer a identidade de uma organização. (CURVELO, 2001).

No início dos trabalhos nossas principais metas eram: implementar uma cultura de comunicação nos campi do interior; expandir a atuação da Assessoria de Comunicação nos campi; estimular a comunidade acadêmica dos campi a desenvolverem práticas de comunicação em prol dos seus respectivos campi; a longo prazo, consolidar a prática de envio de pautas, eventos, pesquisas, etc a fim de serem divulgadas pela ASCOM; promover treinamentos para os responsáveis pelo setor de comunicação e informática dos campi; e por fim, interiorizar ainda mais a atuação da ASCOM.

3.2 Avanços e conquistas na comunicação com os campi do interior

Tendo em vista a pouca eficácia da comunicação com os campi do interior, foi elaborado um Plano de Comunicação Institucional Integrada para estimular a efetiva troca de informações entre os campi e a Assessoria de Comunicação da UFPA. Para isso, foram traçadas algumas estratégias com o principal objetivo de fazer conhecer a Assessoria de Comunicação e a possibilidade de divulgação dos eventos a serem realizados nos campi, os projetos de pesquisa e extensão.



Figura 2. Layout antigo



Figura 3. Layout atual

Para início de trabalho foi feita uma reformulação de conteúdo e de layout no Portal Multicampi, o principal canal de comunicação dos campi do interior. No Portal estão reunidas diversas informações sobre todos os campi da UFPA e seus núcleos, como: principais notícias, projetos de extensão e pesquisa, eventos, galeria de imagens, informações acadêmico-administrativas, os cursos e concursos em oferta, documentos (Planos de Gestão e Regimento dos campi), entre outras. O Portal Multicampi acaba sendo um grande canal que reuni/agrega informações gerais e também específicas sobre os campi do interior.

Para que pudéssemos estabelecer um primeiro contato com os campi, mesmo que por email, foi necessário recolhermos contatos dos docentes e técnicos-administrativos para que essa aproximação se tornasse eficaz e alcançasse o maior número de pessoas. Depois de cinco meses em busca de tais contatos, foi produzido um quadro com nome, titulação, faculdade, telefone, email e currículo lattes dos docentes dos

campi da UFPA. Além dos contatos dos técnicos-administrativos e secretários executivos dos campi.

Tendo posse desses contatos, pude enviar um email para os coordenadores e vice-coordenadores, docentes e técnicos-administrativos dos campi afim de estreitar as relações entre a Assessoria de Comunicação da UFPA e os campi do interior (coordenadores, pesquisadores, professores, secretários e alunos) para promoção da divulgação científica (pesquisas, eventos, cursos, pós-graduações, etc) das atividades dos pesquisadores lotados nesses campi.

Nesse email, a ASCOM solicitava aos campi que fossem enviadas sugestões, projetos de pesquisa e extensão desenvolvidos, os contatos atualizados dos pesquisadores e esses se disponibilizem, sempre que possível, a nos conceder entrevistas e informações necessárias. O resultado foi imediato e satisfatório: cerca de 50 pesquisadores enviaram suas pesquisas em desenvolvimento e seus contatos atualizados, estabelecendo um primeiro contato gratificante, pois essas pesquisas foram para o banco de pauta do Portal Multicampi e Jornal Beira do Rio, além do Guia de Pesquisadores da UFPA³ que pode ser atualizado e alimentado com mais contatos do interior.

Depois do envio desse email, passei a receber pedidos de divulgação de eventos, de inserção de pesquisas no Jornal Beira do Rio, chegando a uma média de produção de quatro a cinco matérias por semana para o Portal Multicampi. Antes esse número era de uma ou duas por semana. No que diz respeito a presença de matérias sobre os campi do interior no Jornal Beira do Rio⁴, em dois anos, foram cerca de 15 matérias sobre projetos, pesquisas, eventos, Reuni – Reestruturação e Expansão das universidades Federais e outros assuntos relacionados aos campi.

De acordo com Curvelo (2001) “a comunicação organizacional como processo transacional leva em conta a presença do *feedback* como uma sinalização de como a emissão foi percebida e reconstruída pelo receptor”. Nesse sentido, foi pensada a inserção de uma enquete no Portal Multicampi com assuntos referentes ao interior e também para

³ O Guia dos Pesquisadores da UFPA pode ser acessado pelo link www.portal.ufpa.br//pesquisadores/index.php.

⁴ O Jornal Beira do Rio possui um caráter de divulgação científica. Com periodicidade mensal e tiragem de 500 cópias, o jornal é distribuído para todos os campi da UFPA, veículos de comunicação, IES, entre outros locais.

servir de auto-avaliação, como na pergunta: “Qual a sua opinião sobre o Portal Multicampi?”. A enquete é atualizada mensalmente e em algumas perguntas foram computados mais de 400 votos em cada uma. Outra ferramenta usada para sabermos a opinião do nosso público foi o “Fale Conosco”, onde o visitante do Portal deixa seu nome, email e no campo “mensagem” pode inserir sua dúvida, crítica, sugestão, etc. O retorno dessa ferramenta é dado diariamente.

Com o intuito de trabalhar a comunicação integrada, foi oferecido para os campi do interior treinamento de informática para que os responsáveis pelo setor em cada campus pudessem não somente criar como também atualizar os sites de cada campi. Além disso, trabalhamos também a parte de design e edição de imagens, com a criação de banners e tratamento de fotografias dos campi para a alimentação da Galeria de Imagens do Portal Multicampi.

Para “conquistar simpatia, credibilidade, confiança” (capital simbólico) lança mão das ferramentas e estratégias de várias sub-áreas da comunicação: relações públicas, jornalismo, publicidade e propaganda, marketing, entre outros. (TORQUATO, 1986).

Depois de quase um ano de trabalho já possuíamos contatos nos campi, divulgação de pesquisas e projetos de extensão, um gratificante fluxo de matérias no Portal Multicampi, etc, ou seja, a atuação da Assessoria de Comunicação já era de conhecimento da comunidade acadêmica dos campi do interior. O próximo passo era fazer com que tudo isso também fosse de conhecimento do público externo à UFPA, como veículos de comunicação, demais instituições de ensino do Estado, etc.

Para efetivar esse objetivo, foi feita uma atualização do *mailing* da ASCOM. Atuando numa força-tarefa onde cada estagiário de jornalismo e mais duas jornalistas se dividiram e atualizaram os contatos dos veículos de televisão, rádio, web, impresso, assessorias e Instituições de Ensino Superior para que as sugestões de pauta enviadas pudessem obter um maior alcance, possibilitando assim, o aumento da divulgação das atividades, pesquisas, eventos, etc, da UFPA. No que diz respeito ao interior, as sugestões de pauta passaram a ser enviadas para veículos dos municípios onde a UFPA está presente e também para os municí-

pios vizinhos a estes, visando sempre a divulgação científica e a notícia institucional.

A notícia institucional tem como base o que é possível e o que é legítimo mostrar, mas também o que devemos saber (o que está marcado para ser percebido, visto e sabido). Ou seja, não é qualquer fato ou acontecimento que acontece dentro da organização, qualquer informação ou opinião, que vira notícia (MAFEI, 2004).

Com isso, alguns veículos de comunicação do interior e da capital passaram a publicar algumas matérias enviar e também a procurar a ASCOM para marcar entrevistas com docentes e pesquisadores dos campi do interior. Foi nesse momento que me dei conta de tudo o que havíamos feitos, das teorias de comunicação institucional colocadas em prática, do exercício do assessor de uma assessoria de comunicação. Para Mafei (2004), Assessoria de Comunicação seria:

A ampliação das atividades das Assessorias de Imprensa, que nos últimos anos levou o profissional jornalista a atuar em áreas estratégicas das empresas, tornando-o um gestor de comunicação. Isso privilegiou a integração de outros profissionais – relações públicas, propaganda e publicidade – numa equipe multifuncional e eficiente. (MAFEI, xxxx).

Essas foram as principais atividades desenvolvidas durante os dois anos que fiquei como estagiário responsável pela comunicação com os campi do interior com o objetivo de estabelecer uma comunicação, de maneira estratégica, como forma de impulsionar e assessorar a administração na obtenção de melhores resultados. Uma pretensão nossa não foi alcançada, mas esse desafio ficará para quem vier me substituir, e terá a missão de implantar os Agentes de Comunicação nos campi do interior. A ideia é fazer com que cada campus tenha uma pessoa responsável pela comunicação, que possa enviar sugestões de pauta para a própria ASCOM, que seja um intermediário no estabelecimento do contato com os pesquisadores do campus, enfim, que seja um facilitador da comunicação.

Considerações

Algumas dificuldades, alguns atropelos, alguns puxões de orelha... Durante essa experiência na Assessoria de Comunicação da UFPA muito foi aprendido e apreendido. Vivemos como uma verdadeira família que sempre perdia um membro, mas que logo em seguida ganhava outro. Na ASCOM, tive a oportunidade de atuar como um verdadeiro profissional da comunicação exercendo múltiplas funções e tarefas. Fico feliz em saber que muito pude contribuir para o bom funcionamento da ASCOM e para a construção inicial de uma cultura de comunicação com e entre os campi do interior.

Ao término desses dois anos percebi que sem motivação, não haveria tanto envolvimento no processo produtivo em prol da comunicação com os campi do interior. E todas essas conquistas foram resultado da união, esforço, competência e dedicação de uma grande e variada equipe: Luciana Miranda, Rosyane Rodrigues, Jéssica Souza, Glauce Monteiro, Júlia Lopes, Átila Macedo, Paula Oliveira, Isalú Mauler, Suzana Lopes, Gleison Castro, Hellen Pacheco, Andréa Mota, Tamiles Costa, Leandro Machado, Camilo Rodrigues, Ana Clotildes, Abílio Dantas, Yuri Rebelo, Rádio Web UFPA, Tatiara Ferranti, Rafaela André, Gustavo Vieira, Igor Souza, Killzy Lucena, Karen Santos, Elvisley Chaves, Alexandre Moraes, Mácio Ferreira, Wagner Meier, Karol Khaled, Dilermando Gadelha, Leandro Gomes, Carlos Junior, Filipe Acosta, Glaciane Serrão. Atribuo os grandes avanços que foram alcançados na comunicação com os campi da UFPA a todos acima citados e em especial a orientadora deste artigo, Ana Carolina Pimenta, que sempre esteve ao meu lado, me cobrando, me ensinando e sendo uma verdadeira chefe, colega de trabalho e amiga.

Referências

- CURVELO, João J. Azevedo. *Autopoiese, Sistema e Identidade: a comunicação organizacional e a construção de sentido em um ambiente de flexibilização nas relações de trabalho*. 2001. 162f.

Tese apresentada à Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. São Paulo, 2001.

ENDO, Ana Claudia B. *A gestão da comunicação integrada em instituições de ensino confessionais sem fins lucrativos*. 2003. Disponível em: www.comtexto.com.br/convicomartigodiversosAnaClaudia.htm. Acesso em: 23 mar. 2010.

FREITAS, Marlene R. M. *Universidade Multicampi: conhecimento e tecnologia em favor do desenvolvimento do Pará – 2001-2005*. Belém: EDUFPA, 2005.

Comissão de Trabalho – DECOM/UFPA. *Plano de Comunicação Integrada UFPA – Proposta preliminar*. Belém, 2007.

KUNSCH, Margarida. *Relações públicas e modernidade: novos paradigmas na comunicação organizacional*. São Paulo: Summus Editorial, 1997.

MORHY, Erika. *Os avanços e desafios da interiorização*. Beira do Rio, Belém, jun/jul. 2007. *Diversidade Regional*, p. 6.

MUFEI, Maristela. *Assessoria de Imprensa – como se relacionar com a mídia*. São Paulo: Contexto, 2004.

TORQUATO, Francisco G. do Rego. *Comunicação empresarial/comunicação institucional: conceitos, estratégias, sistemas, estrutura planejamento e técnicas*. 6. ed. São Paulo: Summus, 1986.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ. *Anuário Estatístico da UFPA 2009 – Ano base 2008*. Belém, 2009. Disponível em: www.proplan.ufpa.br/site/anuarios/Anuario2009_AB2008.pdf. Acesso em: 01 out. 2009.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ. *Relatório Social de Gestão 2001/2009: um salto para o século XXI*. Belém, 2009.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ. *Universidade Multicampi: um projeto para o desenvolvimento do Estado do Pará*. Belém, 2003.

Sites consultados:

www.portal.ufpa.br/

www3.ufpa.br/multicampi/novo/

www.ufpa50anos.ufpa.br/