



RODEILDO CLEMENTE DE AZEVEDO LIMA

**ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO DO INSA: UMA ANÁLISE DA
COBERTURA MIDIÁTICA DO SISTEMA DE MONITORAMENTO DO
PROJETO OLHO N'ÁGUA**

Artigo científico apresentado ao curso de graduação em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba, em cumprimento às exigências legais para a obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social.

Orientadora: Prof. Dra. Ingrid Farias Fechine

CAMPINA GRANDE

2019

Dedico este trabalho a minha mãe, Maria Delza de Azevedo Lima, ao meu Pai, Ronaldo Clemente de Lima, aos meus irmãos, José Rodicley de Azevedo Lima e Emily Rianne de Azevedo Lima, e aos meus sobrinhos Pedro César Burgos de Azevedo e Guilherme José Burgos de Azevedo e, em especial, à Virgem Maria, Mãe de Deus.

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

L732a Lima, Rodeildo Clemente de Azevedo.
Assessoria de comunicação do INSA [manuscrito] : uma análise da cobertura midiática do sistema de monitoramento do Projeto olho n'água / Rodeildo Clemente de Azevedo Lima. - 2019.
23 p. : il. colorido.
Digitado.
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas , 2019.
"Orientação : Profa. Dra. Ingrid Farias Fechine , Coordenação do Curso de Jornalismo - CCSA."
1. Comunicação organizacional. 2. Release. 3. Clipping. 4. Instituto Nacional do Semiárido - INSA. 5. Notícias. I. Título
21. ed. CDD 070.4

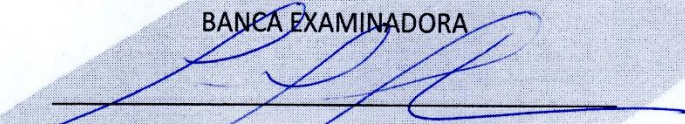
RODEILDO CLEMENTE DE AZEVEDO LIMA

ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO DO INSA: UMA ANÁLISE DA COBERTURA MIDIÁTICA DO SISTEMA DE MONITORAMENTO DO PROJETO OLHO N'ÁGUA

Artigo Científico, **ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO DO INSA: UMA ANÁLISE DA COBERTURA MIDIÁTICA DO SISTEMA DE MONITORAMENTO DO PROJETO OLHO N'ÁGUA**, apresentado ao curso de graduação em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba, em cumprimento às exigências legais para a obtenção do título de bacharel em comunicação social.

Aprovado em: 17/06/2019

BANCA EXAMINADORA



Profa. Dra. Ingrid Farias Fechine

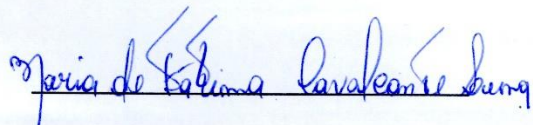
(Orientadora)

Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



Prof. Me. Hipolito de Sousa Lucena

Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



Profa. Me. Maria de Fátima Cavalcante Luna

Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus, por me sustentar até aqui com o divino amor. Aos meus queridos pais, irmãos e sobrinhos. Ao meu dileto amigo Francisco Jomário Pereira. E especialmente, agradeço à querida professora Ingrid Fechine pelo apoio para conclusão deste trabalho.

Sumário

1.0 Introdução.....	07
1.1 A Comunicação nas Organizações.....	09
1.2 Comunicação Pública	10
1.3 Comunicação Científica	11
1.4 A Assessoria de Comunicação	12
2.0 O Instituto Nacional do Semiárido (Insa)	12
2.1 O Papel da Assessoria no Insa	13
3.0 Análise da cobertura midiática do sistema de monitoramento do projeto olho n'água pela assessoria de comunicação do Insa.....	15
3.1 Clipping do Projeto Olho N'água.....	17
4.0 Ascom do Insa :uma migração gradual de Ascom para Agência de notícias	19
5.0 Considerações Finais	21
6.0 Referências	23

ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO DO INSA: UMA ANÁLISE DA COBERTURA MÍDIÁTICA DO SISTEMA DE MONITORAMENTO DO PROJETO OLHO N'ÁGUA

Rodeildo Clemente de Azevedo Lima

Resumo

Este artigo tem como objetivo abordar as atividades desenvolvidas pela Assessoria de Comunicação (Ascom) do Instituto Nacional do Semiárido (Insa) na divulgação do Projeto Olho n'água no ano de 2017. Para tanto, foi realizada uma análise dos releases enviados para os veículos de comunicação e do clipping coletado pela Ascom após a veiculação das notícias relacionadas ao lançamento do Projeto Olho N'água pelos veículos de comunicação. Foi tomada como base teórica os conceitos sobre comunicação organizacional, comunicação pública e também a científica, trazidos respectivamente por Duarte (2011) e Kusch (1997), Brandão (2007), Zémor (2005) e Bueno (2010). Os resultados obtidos apontam para a importância do trabalho da Ascom na divulgação das ações de uma instituição da envergadura nacional do Insa que desenvolve pesquisas científicas, em uma região tradicionalmente pouco divulgada, como é o caso do Semiárido brasileiro. Dentro de uma organização de pesquisa científica, seja ela pública ou privada, o setor de Comunicação Social sempre desempenha um papel fundamental. Em especial, no caso das Instituições Públicas, porque elas necessitam mais ainda deste serviço para estabelecer uma melhor forma de comunicação com o público interno e externo, além de reforçar a própria marca perante a sociedade. Percebe-se, então, que a Assessoria de Comunicação facilita a interação com a sociedade através dos meios de comunicação privados e/ou próprios (impresso, online, TV e rádio).

Palavras-Chave: Assessoria de Comunicação; Divulgação, Olho n'água, Release, Clipping e Insa.

Abstract

This article aims to address the activities developed by the Advisory Office of Communication (Ascom) of the National Institute of the Semi-Arid (Insa) in the disclosure of the Project Olho n'água in the year 2017. The vehicles of communication and the clipping collected by Ascom after the placement of the news related to the launch of the Olho N'água Project by the media. The data on organizational communication, public communication and also a science, the data brought by Duarte (2011) and Kusch (1997), Brande (2007), Zémor (2005)

and Bueno (2010). The results obtained point to the importance of disseminating the actions of a national institution in the sense of doing scientific research in a traditionally undiscovered region, as is the case of the Brazilian semi-arid region. The Social Communication sector plays a fundamental role within a scientific organization, be it public or private. In the particular case of public institutions, they are still better suited to improving the way of communicating with the internal and external public, in addition to strengthening the brand itself. It is noticed that the Communication Department facilitates interaction through the media (print, online, TV and radio).

Keywords: Communication Advisory; Disclosure, Eye in water, Release, Clipping and Insa

1.0 Introdução

Neste início do século XXI, diante da disseminação do ambiente virtual para quase a totalidade dos cidadãos de países desenvolvidos e emergentes, possibilitando a divulgação célere das notícias. É normal que as Assessorias de Comunicação dos órgãos públicos tenham se transformado na principal ponte entre os serviços prestados e um dos únicos acessos da população. Permita-se dizer, talvez o principal, ao distribuir às informações sobre como usufruir os benefícios disponíveis prestados pelo Estado no âmbito acadêmico-científico.

Quando se trata de pesquisa científica produzida por organizações públicas a relevância aumenta ainda mais na medida em que o público externo só poderá compreender a importância e o papel social daquilo que é produzido pelos pesquisadores se a comunicação entre a instituição de origem com a sociedade civil se der de forma eficiente.

Dessa forma, o jornalismo científico é a maneira existente apropriada para divulgar os conhecimentos produzidos nas universidades, pois revela-se a área especializada do jornalismo que atua na divulgação dos conhecimentos científicos e ajuda a tornar a ciência mais acessível à comunidade e tem “portanto, um papel informativo e formativo” (KUNCH, 1992, p. 60)

O artigo em análise possui como objetivo investigar as estratégias utilizadas pela Assessoria de Comunicação do Insa, Unidade de Pesquisa do Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações (MCTIC), no ano de 2017, para divulgar o Sistema Olho N'Água na mídia, e quais os resultados alcançados por meio de sugestões de pautas enviadas para os meios de comunicação.

O Semiárido brasileiro é uma região com particularidades climáticas que implicam em ciclos de anos com pouca ou nenhuma chuva, ocasionando crises hídricas como a experimentada entre os anos de 2012 a 2017. O

armazenamento de água em reservatórios é a principal estratégia para lidar com esse quadro hídrico.

É importante frisar, que informar a população do Semiárido sobre a situação dos reservatórios que a abastecem pode auxiliar na gestão dos recursos hídricos. A plataforma Olho N'Água, para dispositivos móveis, redes sociais e Web, foi desenvolvida com este objetivo e cumpre o papel de maneira simples e atrativa. Nela os dados de armazenamento são coletados de diversos parceiros, como agências de água e outras instituições de pesquisa.

Desde o seu lançamento no domínio do Insa, em dezembro de 2016, esta Plataforma tem recebido um número razoável de visitas, além de boa resposta dos usuários. Em um trabalho contínuo, a equipe de desenvolvimento do projeto continua estudando possibilidades para avanços na plataforma. O público mensal médio de visitas por mês é de 25 mil usuários em cliques.

Um diferencial do projeto é a opção para ter acesso a informações atualizadas dos reservatórios monitorados pela plataforma por meio do Facebook Messenger. Acessando a página da plataforma Olho N'Água na rede social Facebook (<https://www.facebook.com/OlhoNagua/>), o usuário pode interagir com a página e escolher entre as opções “Volume atual” ou “Receber atualizações”.

O Sistema Olho N'Água acompanha o volume de 452 reservatórios de água distribuídos em nove Estados (Alagoas, Bahia, Ceará, Minas Gerais, Paraíba, Pernambuco, Piauí, Rio Grande do Norte e Sergipe), totalizando uma capacidade máxima de armazenamento de 40.256 hm³ e divulga informações sobre: capacidade total de armazenamento e volume atual, por meio de resumo gráfico textual, com o qual o internauta pode interagir no site www.olhonagua.insa.gov.br.

1.1 A Comunicação nas Organizações

A comunicação organizacional é a “voz” de uma empresa, instituição pública ou não-governamental e todos os meios e formas utilizados para dialogar com os públicos internos e externos.

Não há gestão de relacionamentos sem uma comunicação organizacional efetiva. Nela as estratégias são diferenciadas, adequadas ao perfil do público ao qual as mensagens são dirigidas. O processo integrado, envolvendo todos os setores, proporciona resultados eficazes aos objetivos da empresa.

A comunicação organizacional precisa ser entendida de forma ampla e holística. É possível dizer que se trata de uma disciplina que estuda como se processa o fenômeno comunicacional dentro das organizações e todo seu contexto político, econômico e social. Como fenômeno inerente à natureza das organizações e aos agrupamentos de pessoas que a integram, a comunicação organizacional envolve os processos comunicativos e todos os seus elementos constitutivos. Neste contexto, faz-se necessário enxergar a comunicação inserida nos processos simbólicos e com foco nos significados dos agentes envolvidos, dos relacionamentos interpessoais e grupais, valorizando as práticas comunicativas cotidianas e as interações nas suas mais diversas formas de manifestação e construção social.

A principal característica é tratar a comunicação de forma estratégica e planejada, visando criar relacionamentos com os diversos públicos, bem como construir uma identidade e uma imagem dessas instituições, sejam elas públicas e/ou privadas.

As principais mudanças no cenário mundial que protagonizaram o surgimento do jornalismo empresarial e da comunicação organizacional são destacadas por Kusch (1997, p. 55), dentre elas:

a) a automação proporcionada pelo progresso das indústrias que modificou as relações entre empregadores e empregados; b) divisão do trabalho e maior especialização em função da criação de unidades separadas na estrutura organizacional; c) êxodo de pessoas do campo para a cidade para trabalhar como operários nas indústrias; d) as facilidades características ao regime de produção de massa que criou um cenário de competição entre as organizações, exigindo maior esforço para promover seus produtos e serviços; e) o crescimento tecnológico proporcionou o barateamento dos processos de editoração e impressão, facilitando a produção de publicações; f) o desenvolvimento dos meios de comunicação de massa e das indústrias que influenciou o comportamento das empresas que viram a necessidade de dar informações aos públicos; g) a conscientização do operariado, fazendo despontar a imprensa sindical, instigando assim o aparecimento da comunicação empresarial como forma de reagir à nova realidade.

Nesse contexto de mudanças, as organizações se vêem obrigadas a criar novas formas de comunicação para lidar com seus públicos, caracterizadas principalmente por publicações dirigidas aos empregados e ao público externo mediante publicações voltadas para apresentação de novos produtos.

1.2 Comunicação Pública

A experiência demonstra que o acesso as informações da Ciência e da Tecnologia se constitui em uma peça fundamental para o exercício pleno da cidadania por meio da Comunicação Pública, pois somente por meio da divulgação dessa área comunicacional as pesquisas sobre Ciência e Tecnologia se legitimam diante da sociedade.

A comunicação pública pode também ser considerada Comunicação Política. Nesse sentido, afirma Brandão (2007, p.6).

“Alvo de grande parte dos estudos contemporâneos, tanto no campo da comunicação quanto da sociologia e da política, a área, também conhecida como mídia e política ou mídia e poder, está hoje em verdadeira simbiose com o cenário político, econômico e social, na

medida em que a vida na sociedade contemporânea também está, a cada dia, mais “mediada” pela comunicação. “

A análise dessa discussão sobre Comunicação Pública será primordial e necessária para compreendermos o papel da comunicação do Insa para promover o direito à comunicação, difundir conhecimentos científicos para a população do Semiárido brasileiro e construir uma nova visão/novo paradigma para se pensar a região enquanto órgão da estrutura do Estado brasileiro, tendo em vista que o Insa cumpre hoje um papel importante de difusor de ideias científicas na região Semiárida do Brasil.

1.3 Comunicação Científica

Por conta de o Instituto do Nacional do Semiárido ser uma Unidade de Pesquisa do MCTIC se faz necessário abordar o conceito e aplicação de comunicação científica. Segundo Bueno (2010), a comunicação científica visa à disseminação de informações especializadas entre os pares, com o intuito de tornar conhecidos, os avanços obtidos (resultados de pesquisas, relatos de experiências, etc.) em áreas específicas ou a elaboração de novas teorias ou refinamento das existentes.

Neste sentido, fazer circular os conhecimentos advindos das descobertas científicas tornou-se um elemento tão essencial quanto sua própria concepção de Ciência, incentivando a Ascom do Insa a criar mecanismos capazes de promover a disseminação e uso de informações desta natureza.

Com a chegada das ciências e seus respectivos avanços, tornou-se necessária a divulgação dos resultados encontrados, tanto para uma possível comprovação e reprodução pelos diversos atores desse processo, quanto como fonte geradora de novos conhecimentos.

Para Bueno (2010, p. 04):

“A comunicação científica está presente em círculos mais restritos, como eventos técnico-científicos e periódicos científicos. Embora existam congressos ou publicações especializadas com número significativo de interessados (participantes ou leitores), ela não

consegue reunir, pela própria limitação de acesso dos canais ou veículos, a mesma audiência.”

1.4A Assessoria de Comunicação

As transformações sociais, econômicas e culturais pelas quais vem passando a sociedade também levou o jornalismo a se modificar, buscando a partir de uma comunicação mais eficaz e direta estreitar sua relação com os diversos tipos de público, deixando para trás a ideia de apenas ser um canal de informação, e tornando-se um espaço de socialização de discursos.

Nesse contexto, encontram-se as atividades exercidas pelas Assessorias de Comunicação (Ascom's), que desenvolvem o papel de estabelecer uma ligação entre as organizações/indivíduo e os públicos internos e externos, bem como administrar o fluxo de informações de interesse do assessorado.

Sendo assim, o papel fundamental de uma Ascom seria garantir uma imagem positiva para toda a sociedade ao agir com transparência e atendendo aos vários públicos de uma organização.

2. O Instituto Nacional do Semiárido (Insa)

Desde a fundação do Insa, a cultura organizacional do órgão sempre apoiou, incentivou e possibilitou a presença de um Setor de Assessoria de Comunicação como parte importante do Organograma Institucional, tendo a Direção da época autorizado o início das funções de uma Ascom no Insa já em 2007.

O Insa é uma Instituição Federal de pesquisa, que articula, realiza, promove e divulga Ciência, Tecnologia e Inovação como patrimônios universais do Semiárido brasileiro. Foi criado em 14 de abril de 2004. As atividades desenvolvidas pelo Instituto são baseadas em cinco eixos: 1º Articulação, 2º Pesquisa, 3º Formação, 4º Difusão, 5º Políticas Públicas e 6º Área geográfica de atuação.

Para atender uma população de 27.870.241 habitantes o Insa planeja ser um Instituto de referência até 2030, por meio de ações de articulação e de execução participativa de estudos e pesquisas relevantes para a construção de um Semiárido social, econômico e ambientalmente sustentável.

O Instituto busca valorizar as potencialidades do Semiárido brasileiro e sua contribuição para o desenvolvimento do País, fundado nos princípios democráticos da equidade social, da probidade e excelência na gestão administrativa pública.

2.2O Papel da Assessoria no Insa

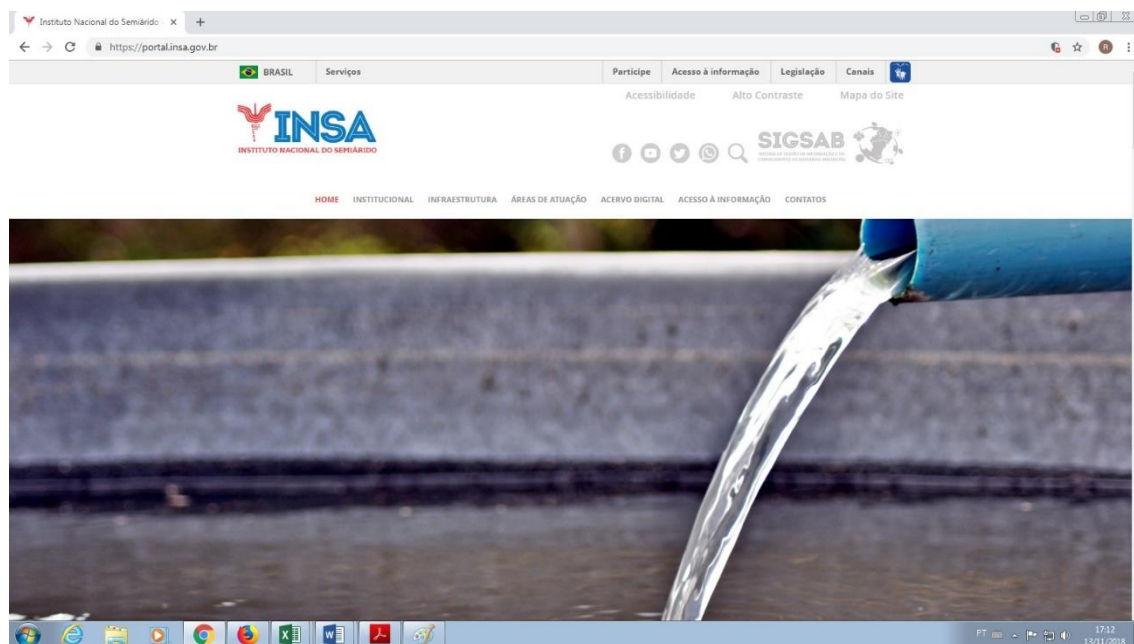
No artigo Políticas e dilemas da Comunicação Pública no Brasil, os autores Albuquerque, Moraes e Costa (2010) investigaram as estratégias de Comunicação Pública no Brasil ao tomarem como objeto de estudo o Instituto Nacional do Semiárido (Insa) e chegaram à conclusão de que em 2008, ano da análise realizada pela equipe de pesquisadores, as notícias do Insa eram constituídas principalmente pela divulgação de eventos e registros das atividades da Direção, caracterizando informações de caráter institucional, centrada na divulgação de atividades, metas e ações, contrariando o que se espera da comunicação de um órgão público, que deve se pautar pelo interesse amplo da sociedade a qual presta serviço e se encontrar contextualizada em um caráter educativo e de orientação social.

Já no artigo Estratégias de Comunicação Organizacional Insa para a promoção da popularização da ciência dos autores Brito, Buriti e Costa (2015), chegaram à conclusão de que ao analisar o conteúdo jornalístico do site de notícias do Insa naquele ano de fica claro o direcionamento em primeiro plano para a divulgação e a abordagem do ponto de vista da difusão científica. Inclusive, se constituindo em um exemplo para outras Unidades do MCTIC seguirem, implementando diversas estratégias em benefício de uma cultura que priorize a educação científica desde a base e que facilite na apropriação pela sociedade como um todo.

Vê-se, portanto, que houve uma mudança importante nas conclusões finais entre os dois estudos realizados sobre o papel da Assessoria de Comunicação do Insa em um intervalo de apenas sete anos.



Figura 01. Ascom do Insa, 2018.



Site do Insa, 2018.

3. ANÁLISE DA COBERTURA MIDIÁTICA DO SISTEMA DE MONITORAMENTO DO PROJETO OLHO N'ÁGUA PELA ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO DO INSA

Com o lançamento do Sistema Olho N'água em janeiro de 2017 pelo Insa, a Ascom começou o trabalho de divulgação por meio da distribuição de releases para a imprensa.

O press release, nada mais é que, uma das principais ferramentas de uma Assessoria de Comunicação quando o assunto é comunicação externa. Ele consiste basicamente em um texto, de cunho jornalístico, sobre um cliente específico ou sobre o tema do cliente. O press release não é enviado ao público em geral, mas, sim, diretamente ao jornalista, via e-mail. Justamente por isso, o material deve ser pensado para chamar a atenção logo no título, entre outras ações para otimizar essa ferramenta.

Ainda que muito criticado, questionado e até desprezado pela imprensa, segundo Duarte (2011), o release ainda é um dos meios mais eficientes para divulgação de fatos e ideias e a principal fonte de pautas em boa parte das redações, que não raro o publicam na íntegra. A elaboração deste documento tem algumas regras. De acordo, FERRARETTO (2009, p. 70):

“O release deve ser escrito em linguagem jornalística e segundo critérios essencialmente da área, embora não tenha a pretensão de ser aproveitado na íntegra como texto final. De modo geral, a função básica é levar às redações notícias que possam servir como material de apoio ou sugestão de pauta, propiciando solicitações de entrevistas ou de informações complementares”.

A Ascom do Insa no dia 17/12/2016 enviou para os veículos de comunicação o seguinte release:

https://portal.insa.gov.br/noticias/38-insa-lanca-plataforma-interativa-para-monitorar-reservatorios-d

INSA LANÇA PLATAFORMA INTERATIVA PARA MONITORAR RESERVATÓRIOS DO SEMIÁRIDO BRASILEIRO

Categoria: Notícias
Publicado: 17.12.16





Ilustração: Chateaubriand Almeida

O sistema Olho N'água, desenvolvido em parceria com a UFCG, monitora volume de água dos reservatórios do Semiárido brasileiro. Do total, mais de 64% deles estão com armazenamento abaixo de 10%.

O Instituto Nacional do Semiárido (Insa/MCTIC), em parceria com a Universidade Federal de Campina Grande (UFCG), por meio do Laboratório Analytics do Departamento de Sistemas e Computação (DSC) e do Laboratório de Hidráulica II, lança nesta quarta-feira (21), às 9h, em sua sede administrativa, o sistema Olho N'água, uma versão interativa de monitoramento hidrológico de reservatórios do Semiárido brasileiro.

A proposta tem como objetivo compartilhar com a sociedade informações atualizadas da disponibilidade de água dos reservatórios que abastecem cerca de 24 milhões de habitantes da região. O Olho N'água integra o Sistema de Gestão da Informação e do Conhecimento do Semiárido Brasileiro (Sigsab), que reúne e disponibiliza informações econômicas, sociais, ambientais e da infraestrutura do Semiárido.

Sistema de alerta

O sistema de monitoramento trabalha com o recorte de 452 reservatórios distribuídos nos nove estados da região: Alagoas, Bahia, Ceará, Minas Gerais, Paraíba, Pernambuco, Piauí, Rio Grande do Norte e Sergipe, todo juntos totalizam 40.256 hm³ de capacidade máxima de armazenamento.

No sistema interativo existe a seção "Informe-se" onde o usuário pode realizar uma consulta sobre os níveis dos reservatórios e se cadastrar para receber atualizações através do Messenger da página oficial do Facebook do Olho N'água.

As informações utilizadas para o monitoramento dos níveis dos reservatórios são provenientes da Agência Nacional de Águas (ANA), Agência Executiva de Gestão das Águas do Estado da Paraíba (AES), Agência Pernambucana de Águas e Clima (APAC). Além destes, destacam-se a Companhia de Gestão dos Recursos Hídricos (COGERH), Departamento Nacional de Obras Contra a Seca (DNOCS), Fundação Cearense de Meteorologia e Recursos Hídricos (FUNCEME), Instituto do Meio Ambiente e Recursos Hídricos (INEMA) e da Secretaria de Estado do Meio Ambiente e dos Recursos Hídricos do Rio Grande do Norte (SEMARH-RN).

Acesse a fanpage de monitoramento de reservatórios [Olho n'água](#).

Release da Ascom do Insa

De acordo a doutrina, as Assessorias de Comunicação realizam a gestão da informação nas empresas e nos órgãos públicos em uma estratégia de comunicação e marketing. Mas com uma multiplicidade cada vez maior de plataformas disponíveis e uma atuação mais ativa dos consumidores nas redes, nesse caso as Assessorias são obrigadas a monitorarem os diversos canais de mídia para conhecer melhor o próprio público, gerir a imagem dos clientes, medir a aceitação dos produtos e serviços oferecidos por eles e expor os resultados.

O Clipping então é realizado para acompanhar a abordagem dada nas matérias jornalísticas e o impacto da repercussão junto ao público. Para Duarte a função do clipping:

“Consiste em identificar rotineiramente na imprensa as citações sobre a organização ou temas previamente determinados, organizá-las e encaminhá-las para conhecimento dos interessados” (2006, p. 243)

As matérias, notas e qualquer menção à organização na forma de mídia espontânea são recortadas e coladas em formulários que contém a identificação do veículo, o caderno e a página, no caso de impressos.

Podemos dizer que o clipping é um processo que consiste no monitoramento constante de matérias jornalísticas, para que sejam coletadas aquelas que fazem menção a uma determinada empresa. Com essas informações devidamente organizadas, é possível elaborar relatórios que auxiliam a empresa a disseminar informações de forma mais planejada, além de serem fundamentais para toda a gestão da informação.

De acordo com Bueno (2011), o clipping é o recorte ou gravação de uma unidade informativa que consolida o processo de interação da empresa ou entidade com a mídia. Dessa forma, conclui-se que o clipping serve para medir e avaliar o retorno das ações que a instituição tem em relação ao público.

De acordo com o Clipping coletado pela Ascom do Insa, foram contabilizadas 16 matérias divulgadas entre os dias **01/01/2017** e **22/05/2017** sobre o Sistema Olho N'água em portais de notícias da internet e programas jornalísticos de emissoras de tevê.

3.1 Clipping do Projeto Olho N'água

1. InfraRoi – Big Brother da Seca chega ao Semiárido

Data da Publicação: 01/01/2017

<http://infraroi.com.br/big-brother-da-seca-chega-semiarido/>

2. ITForum - Portal monitora volume de água no semiárido

Data da Publicação: 02/01/2017

<http://www.itforum365.com.br/noticias/detalhe/122491/portal-monitora-volume-de-agua-no-semiarido>

3. Juntos pela Água – Ferramentas monitora volume de água de reservatórios do Semiárido brasileiro

Data da Publicação: 04/01/2017

<http://www.juntospelaagua.com.br/2017/01/04/reservatorios-semiarido/>

- 4. Diário do Nordeste - Insa lança plataforma interativa para monitorar reservatórios do Semiárido brasileiro**
Data da Publicação: 04/01/2017
<http://diariodonordeste.verdesmares.com.br/mobile/cadernos/negocios/c/oluna/gestao-ambiental-1.211/gestao-ambiental-temperatura-crescente-1.1684645>
- 5. Blog Waldiney Passos – Sistema Olho N’água monitora reservatórios do Semiárido**
Data da Publicação: 05/01/2017
<https://www.waldineypassos.com.br/sistema-olho-nagua-monitora-reservatorios-do-semiarido/>
- 6. PE Notícias – Instituto do Semiárido desenvolve plataforma para monitorar água armazenada no Nordeste**
Data da Publicação: 05/01/2017
<http://penoticias.blog.br/index.php/geral/8320-instituto-do-semi%C3%A1rido-desenvolve-plataforma-apara-monitorar-%C3%A1gua-armazenada-no-nordeste>
- 7. JC Negócios – Instituto do Semiárido desenvolve plataforma para monitorar água armazenada no Nordeste**
Data da Publicação: 05/01/2017
<http://jc.ne10.uol.com.br/blogs/jcnegocios/2017/01/05/15494/>
- 8. Nossa Terra – Insa lança plataforma interativa para monitorar reservatórios do Semiárido brasileiro**
Data da Publicação: 09/01/2017
<http://nossaterraftp.blogspot.com.br/>
- 9. Mundo Amazônia – Insa lança plataforma interativa para monitorar reservatórios do Semiárido brasileiro**
Data da Publicação: 10/01/2017
<https://www.mundoamazonia.com.br/arquivos/insa-lanca-plataforma-interativa-para-monitorar-reservatorios-do-semiarido-brasileiro/>
- 10. Ascom UFCG - Olho n’Água permite consultar nível dos reservatórios após chegada das águas do São Francisco**
Data da Publicação: 24/04/2017
http://www.ufcg.edu.br/prt_ufcg/assessoria_imprensa/mostra_noticia.php?codigo=19475

11. Portal Centro de Desenvolvimento Sustentável do Semiárido - Olho n'Água permite consultar nível dos reservatórios após chegada das águas do São Francisco

Data da Publicação: 19/04/2017

<http://www.cdsa.ufcg.edu.br/cdsa/component/content/article.html?id=237>

12. Olho N'água: volume de açudes podem ser acompanhados online
Data da Publicação: 22/04/2017

<http://g1.globo.com/pb/paraiba/jpb-2edicao/videos/t/edicoes/v/olho-nagua-volume-de-acudes-podem-ser-acompanhados-online/5820581/>

13. G1 Alagoas – Plataforma disponibiliza dados sobre reservatórios de água do Semiárido

Data da Publicação: 14/05/2017

<http://g1.globo.com/al/alagoas/noticia/plataforma-disponibiliza-dados-sobre-reservatorios-de-agua-do-semiarido-de-al.ghtml>

14. Adalberto Gomes Notícias – Plataforma disponibiliza dados sobre reservatórios de água do Semiárido

Data da Publicação: 14/05/2017

<http://www.adalbertogomesnoticias.com.br/2017/05/plataforma-disponibiliza-dados-sobre.html>

15. Jornal Tijucas - Plataforma disponibiliza dados sobre reservatórios de água do Semiárido de AL

Data da Publicação: 14/05/2017

<http://viaagenciabrasil.jornaltijucas.com.br/geral/plataforma-disponibiliza-dados-sobre-reservatorios-de-agua-do-semiarido-de-al/>

16. MCTIC – Instituto Nacional do Semiárido lança plataforma para monitoramento da vegetação da Caatinga

Data da Publicação: 22/05/2017

http://www.mcti.gov.br/noticia/-/asset_publisher/epbV0pr6eIS0/content/instituto-do-semiarido-lanca-plataforma-para-monitoramento-da-vegetacao-da-caatinga;jsessionid=B1620E47AE38F8A600CAA14AFCD14134.rima

4. Ascom do Insa: uma migração gradual de Ascom para Agência de notícias

De acordo o site da EBC, Portal EBC, Empresa Brasil de Comunicação, uma Agência Pública de Notícias constitui-se em uma difusora informativa, por meio da web, rádio, tevê e/ou jornal escrito com o foco no cidadão e que prime

pelo interesse público, honestidade, precisão e clareza das informações que transmite ao público.

O trabalho prestado é gratuito e distribuído para os veículos de comunicação cadastrados e pode ser reproduzido gratuitamente, desde que citada a fonte.

Aos autores Albuquerque, Sousa e Costa (2010) no artigo, Políticas e dilemas da comunicação pública no Brasil, ao realizarem a problematização do papel das Assessorias de Comunicação no Brasil, tomando como objeto empírico o caso específico do Insa, concluem que a estratégia de comunicação do órgão encontra-se equivocada já que há prevalência do conteúdo informativo e institucional e se pautam na Ascom do Insa poucos assuntos científicos com maior abertura para o interesse conjunto da sociedade.

Dentro dessa análise e argumentando-se que as Assessorias de Comunicação dos órgãos públicos, necessitam ser mais proativas, gradualmente deslocando o próprio âmbito de atuação dos simples disparos de releases e, outras tarefas básicas, para o papel de gerador e distribuidor de conteúdo, aponta-se que esse se vislumbra o caminho teórico-prático-profissional ideal e que deve ser perseguido como meta principal pelos gerentes operacionais do Insa e, sobretudo, também pelo Setor de Ascom para que seja transformada em Agência de Notícias.

Cabe aos profissionais incumbidos de gerenciara Ascom do Insa, demonstrar técnica e irredutivelmente aos dirigentes máximos da Instituição a importância da reformulação do papel da Ascom para divulgação da marca pública do Insa e do resultado das pesquisas realizadas juntos à sociedade. Pois quando o Instituto se tornar autônomo em gerar e distribuir notícias relevantes que chamem e capturem a atenção dos veículos privados ao serem amplamente distribuídos acontecerá um acréscimo natural sobre o grau de alcance daquilo que pode e deve ser transmitido via notícias por um órgão público de pesquisa científica.

Nesse contexto, o zelo pelo aspecto técnico da produção jornalística escrita, audiovisual e para divulgação na web, site e redes sociais, deve ser redobrado já que na hipótese de torna-se uma Agência de Notícias, ao longo do tempo e de forma gradativa, a Ascom do Insa estenderia a obrigação do primor técnico, não mais somente aos releases, mas também agora à produção de

conteúdo pronto e finalizado para distribuição automática em veículos de comunicação privados e/ou públicos em todo o Brasil.

5. Considerações Finais

Ao analisar a importância dos serviços e produtos da Assessoria de Comunicação do Insa (Ascom), o presente artigo pretendeu demonstrar que uma Assessoria de Comunicação bem estruturada que tem por objetivo comunicar de forma mais eficaz com seus grupos de interesse e conseguir espaço para as pautas trabalhadas junto a imprensa revela-se, sem sombra de dúvidas, o ideal.

Não há dúvidas de que uma Ascom estruturada surge como instrumento de fundamental importância para uma instituição que desenvolve pesquisas científicas como no caso do Insa. Esse setor desempenha um papel fundamental dentro de uma organização, seja ela pública ou privada. As instituições necessitam deste serviço para estabelecer uma melhor forma de comunicação com seu público interno e externo. Percebe-se que a Ascom facilita a interação com a sociedade através dos meios de comunicação (impresso, web, TV e rádio).

Compreende-se que as Assessoria de Comunicação por meio dos seus instrumentos também se torna responsáveis por construir e manter a imagem da instituição perante a sociedade. No Insa não acontece diferente, já que o Instituto se revela de grande importância para a sociedade em geral, principalmente por ser responsável em realizar pesquisas para todo o Semiárido brasileiro.

Com o estudo tornou-se claro que a Ascom do Insa, se bem reestruturada enquanto Agência de Notícia geradora e difusora de notícias pode vir a desempenhar com eficiência as suas atividades mantendo uma boa relação com a mídia local, o que facilita a interação e a comunicação com a sociedade na divulgação da ciência através da comunicação pública.

Desse modo, a Ascom do Insa pode fornecer informações de interesse público e do próprio Insa à sociedade, colocando o interesse público sempre na frente e direcionando o que é veiculado pela mídia por distribuir conteúdo próprio

e ao mesmo tempo ter condições de avaliar como seu assessorado é visto, percebido e avaliado perante a sociedade.

Referências

1. ALBUQUERQUE, Andreza Dantas; SOUSA², Cidoval Morais de; COSTA, Antonio Roberto Faustino da. Antonio Roberto Faustino da Costa³. G&dr, Taubaté, p.239-254, jun. 2010. Disponível em: <<https://www.rbgdr.net/revista/index.php/rbgdr/article/view/301/218>>. Acesso em: 01 jun. 2019.
2. BRANDÃO, e. P.; Bueno, Wilson da Costa; Martins, L.; Matos, Heloísa.; Monteiro, M. da Graça; Novelli, Ana Lucia. Conceito de comunicação pública. In: JORGE DUARTE. (org.). Comunicação pública: estado, mercado, sociedade e interesse público. São Paulo: Atlas, 2007.
3. BRITO, Matheus Lino de; BRITO, Matheus Lino de; COSTA, Luís Adriano Mendes. Estratégias de Comunicação Organizacional do Instituto Nacional do Semiárido para a promoção da popularização da ciência. Intercom, Natal, p.001-0012, 04 jul. 2015. Disponível em: <<http://www.portalintercom.org.br/anais/nordeste2015/resumos/R47-1473-1.pdf>>. Acesso em: 01 jun. 2019.
4. DUARTE, J. CARVALHO.; A sala de imprensa online IN. DUARTE, J (Org) Assessoria de Imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2011.
5. FERRARETTO, Elisa Kopplin e FERRARETTO, Luiz Artur. Assessoria de imprensa: teoria e prática.5ª edição. São Paulo: Sumus, 2009.
6. KUNSCH, Margarida Maria Krohling. Universidade e comunicação na edificação da sociedade. São Paulo: Edições Loyolo, 1992.

7. KUNSCH, Margarida M. Krohling (org.). Obtendo resultados com relações públicas. São Paulo: Pioneira, 1997.