



Universidade Federal do Triângulo Mineiro



Manual de Divulgação Institucional da UFTM

JANEIRO/2022
VERSÃO 1

Dados técnicos

Instituído pela Portaria da REITORIA/UFTM nº 105,
de 31 de Janeiro de 2022, da Reitora da UFTM

U51m

**Universidade Federal do Triângulo Mineiro. Comunicação Social
Manual de divulgação institucional da UFTM / Universidade
Federal do Triângulo Mineiro, Comunicação Social. -- Uberaba:
UFTM, 2021.
42 p. : il.**

Versão 1

**1. Universidades e faculdades - Manuais, guias, etc. 2. Univer-
sidades e faculdades - Normas. 3. Marketing institucional. 4. Admi-
nistração pública. I. Título.**

CDU 378.4(035)

Amanda Franzão R. Silva - Bibliotecária CRB-6/3461

Comunicação Social

Coordenação do Projeto

Projeto Gráfico

Apoio Técnico

Revisão de Texto

Luiz Carlos Vieira de Sousa Júnior

Jayme Amaral

Thalita de Oliveira Nassif Silveira Vianna

Julio Cesar Oliveira Bernardo

Débora Lima

Uberaba, Janeiro de 2022.

Acesse a Portaria da
REITORIA/UFTM nº 105



Equipe de gestão da UFTM

Reitor

Luiz Fernando Resende dos Santos Anjo

Vice-reitora

Darlene Mara dos Santos Tavares

Chefe de Gabinete da Reitoria

Felipe Augusto Nascimento Pereira

Pró-reitora de Administração

Maria Inês Martins

Pró-reitora de Assuntos Comunitários e Estudantis

Sandra Eleutério Campos Martins

Pró-reitor de Ensino

Wagner Roberto Batista

Pró-reitor de Extensão Universitária

Fabício Anibal Corradini

Pró-reitor de Pesquisa e Pós-Graduação

Carlo José Freire de Oliveira

Pró-reitor de Planejamento

Kedson Palhares Gonçalves

Pró-reitora de Recursos Humanos

Réa Silvia Kizewsky da Silva

Prefeito Universitário

Danilo de Souza Tonelli Júnior

Diretor de Comunicação Social

Luiz Carlos Vieira de Sousa Júnior



Índice

Apresentação 5

Como solicitar uma divulgação? 9

O que pode ser divulgado?

1. Atividades ou eventos promovidos pela UFTM ou em Parceria com a uftm **14**
2. Pesquisas científicas com impacto social, político, cultural, ambiental, tecnológico e econômico **16**
3. Projetos de ensino, pesquisa, extensão, cultura e esporte que se destaquem pela abrangência **18**
4. Publicação de artigos em periódicos científicos ou técnicos com grande impacto **19**
5. Abertura ou prorrogação de editais para concursos e para processos seletivos **22**
6. Comunicados e documentos que afetem o funcionamento da universidade **24**
7. Premiações e homenagens **25**
8. Mensagens comemorativas **26**
9. Visitas à uftm **27**
10. Posse de ex-alunos em cargos de organizações públicas e privadas **28**
11. Falecimento de servidores e estudantes **29**
12. Matérias Gerais Externas **30**

O que não é divulgado? 32

Que evento pode ter cobertura jornalística? 35

Para onde vão as informações? 38

Referência Bibliográfica 41

The background is a solid teal color. In the center, there are several overlapping, semi-transparent shapes in shades of green and blue, creating a layered, organic effect. The word "Apresentação" is centered within these shapes.

Apresentação

Este Manual foi produzido pela equipe de **Comunicação Social da UFTM**, órgão vinculado à reitoria da universidade, com o objetivo de informar à comunidade universitária sobre os serviços de **divulgação institucional** e orientar sobre os procedimentos para solicitação de divulgação de notícias no Portal da UFTM.

O Manual será estruturado por meio de **módulos**, correspondentes às suas aplicações.

Os **módulos** poderão ser criados e/ou alterados conforme necessidade e sob responsabilidade da **Comunicação Social**.

A divulgação realizada pela Comunicação Social da UFTM segue técnicas jornalísticas e é norteada pelos interesses público e institucional. Ela está em consonância com os valores éticos e os estatutos legais da UFTM, normas instituídas pela **Lei Geral de Proteção de Dados – LGPD (Lei nº 13.709/18)** e na regulamentação institucional.

○ **Manual de Divulgação Institucional da UFTM** será revisado e atualizado periodicamente.

Contatos:



jornalismo@uftm.edu.br



(34)3700-6069 ou 3700-6006

Serviços oferecidos:

- Produção, edição e revisão de textos jornalísticos para publicação no Portal da UFTM;
- Cobertura jornalística;
- Assessoria de Comunicação;
- **Media training***;
- Atendimento à imprensa;
- Comunicados gerais via e-mail institucional;
- Elaboração e envio de **press release**** de material de divulgação institucional.

***Media training - processo de treinamento de porta-vozes para comunicação direta com os veículos de imprensa em entrevistas e outros tipos de contato com a mídia.**

****Press release - também conhecido como comunicado de imprensa ou boletim de imprensa, é uma matéria de formato jornalístico que trata sobre uma novidade ou um assunto de interesse do público.**

Qualquer integrante da comunidade universitária pode enviar informações para serem divulgadas pela **Comunicação Social**. Elas devem ser devidamente identificadas com o **nome** e **telefone** do solicitante, bem como o **setor** de sua atuação.

A solicitação de divulgação de evento ou atividade, deve ser feita pelo **e-mail da Comunicação Social**, ou **formulário disponível no sítio institucional da UFTM**:



jornalismo@uftm.edu.br



<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScahu6R604w4CkYWBSglcdM5nvy9i-vKUJc2rFYNwPEu94sBQ/viewform>

As informações enviadas devem ter, pelo menos, três características: novidade, atualidade e relevância. Não é notícia, por exemplo, a continuidade de uma atividade. É preciso que se tenha um fato novo e que ele seja recente.

As informações podem ser enviadas com, no máximo, quatro imagens, salvas no formato **JPEG** ou **PNG** e ter boa resolução. Não são aceitas imagens no formato Word, inseridas no texto. Deverá ser informado o crédito (autor) de quem produziu as imagens com autorização expressa de publicação por e-mail como parte da notícia.

O envio de informações, assim como de imagens, não garante a divulgação. Todas as informações passam pela **avaliação técnica** da equipe da Comunicação Social, podendo ou não serem divulgadas.

Como solicitar uma divulgação?

Em geral, os textos são editados para que fiquem de acordo com o formato e a linguagem jornalística, observando-se itens como clareza, universalidade e objetividade. Tem-se como norteamento o conceito do “lead” em matérias, respondendo-se: **O quê? Quem? Quando? Onde? Como? Por quê?** Pode eventualmente haver complementação com outras informações a serem apuradas pela equipe.

A Comunicação Social dá preferência ao uso de **artes, marcas e figuras** relacionadas ao conteúdo da matéria. O uso de **fotos de pessoas** deverá ter autorização expressa por escrito, assegurando a regularidade e aceitação da exposição. **Vídeos** seguem a mesma orientação, sendo utilizados ainda com mais parcimônia em matérias essencialmente institucionais.

Os solicitantes, ao disponibilizarem **imagens, artes e figuras** para ilustrar as matérias, estarão dando a anuência de utilização e observação de **autorização de cessão de direitos autorais**.

O que pode ser divulgado?

1.ATIVIDADES OU EVENTOS PROMOVIDOS PELA UFTM OU EM PARCERIA COM A UFTM

Os eventos ou atividades devem estar relacionados ao **ensino**, **pesquisa** e **extensão**. Também são considerados noticiáveis eventos e atividades **culturais** e **esportivas**, bem como **ações** ou **atividades da gestão** que tenham impacto na comunidade. Para a divulgação, os eventos devem ser abertos à comunidade universitária e/ou à população e estar devidamente registrados na instituição.

Para a solicitação de divulgação de um evento ou atividade, a mensagem enviada deve conter:

- .Nome da atividade ou evento;
- .Local, data e horário de realização;
- .Objetivo do evento;
- .Público-alvo;
- .Setor, projeto ou servidor promotor do evento e seu contato;
- .Local de inscrição e referência para mais informações.

O e-mail de contato para mais informações deve, obrigatoriamente, ser da UFTM (@uftm).

Para o atendimento das solicitações de divulgação, será verificado junto às **pró-reitorias** ou **setores pertinentes** o **registro** dos eventos ou atividades. Caso não seja confirmado o registro formal do evento a ser divulgado, a equipe de Comunicação Social retornará ao solicitante indicando que realize o registro. A demanda só será atendida após a confirmação da aprovação do registro.

A Comunicação Social orienta que eventos específicos de **grupos de pesquisa**, devidamente cadastrados no CNPq, sob coordenação/liderança de docentes da UFTM, assim como eventos de **programas de pós-graduação** da UFTM sejam adequadamente **formalizados** na instituição nas pró-reitorias ou unidades competentes.

2. PESQUISAS CIENTÍFICAS COM IMPACTO SOCIAL, POLÍTICO, CULTURAL, AMBIENTAL, TECNOLÓGICO E ECONÔMICO

Serão divulgadas apenas as pesquisas registradas na UFTM ou realizadas por grupos de pesquisa, devidamente **registrados** em órgãos públicos de fomento à pesquisa, e aprovadas pelas **Comissões de Ética** competentes.

As divulgações serão realizadas apenas no formato de notícia. Os interessados na divulgação devem sempre indicar um contato de e-mail do pesquisador que será inserido no final da publicação para que o público entre em contato em caso de dúvidas. Preferencialmente, o contato deve ser um e-mail institucional.

Resultados de pesquisas realizadas em **programas de pós-graduação** só serão divulgadas no formato de notícia, após a **aprovação** pela banca e desde que atendam **critérios jornalísticos** apresentados neste manual e autorização do autor da pesquisa e do orientador de que os contatos sejam repassados à imprensa mediante interesse na pauta.

3.PROJETOS DE ENSINO, PESQUISA, EXTENSÃO, CULTURA E ESPORTE QUE SE DESTAQUEM PELA ABRANGÊNCIA

Serão divulgados apenas projetos devidamente **registrados** na UFTM, ou aqueles nos quais os gestores das unidades administrativas ou a própria Universidade tenham parceria comprovada com outra instituição.

Neste último caso, o **foco da matéria** será sempre o papel da instituição no evento.

4. PUBLICAÇÃO DE ARTIGOS EM PERIÓDICOS CIENTÍFICOS OU TÉCNICOS COM GRANDE IMPACTO

Divulgações de publicações científicas podem ser realizadas desde que atendidos alguns critérios e com o apoio dos responsáveis pela publicação, conforme orientações abaixo:

- Os textos devem ser produzidos com a colaboração de **professores, técnicos** e/ou **estudantes vinculados à UFTM**. O texto final a ser divulgado poderá ser alterado e ajustado se necessário pela equipe da Comunicação Social.
- O público-alvo da divulgação deve ser a comunidade em geral, ou seja, deve-se adotar linguagem simples, objetiva e acessível. Termos científicos, se utilizados, devem ser esclarecidos para o leitor ao longo do texto.

- O texto deverá apresentar, de forma breve, como foi realizado o trabalho de pesquisa, e os **resultados** do trabalho realizado, sempre indicando qual a **contribuição** ou **aplicabilidade** do estudo para a sociedade.
- A publicação deve fazer **menção à UFTM** ao menos nos créditos dos autores, demonstrando que o trabalho foi realizado dentro do escopo (**ensino, pesquisa ou extensão**) da Universidade.
- Podem ser enviadas **fotos** e **ilustrações**, desde que o pesquisador esteja autorizado a publicá-las, ou seja, sem violação de direitos autorais.
- Os materiais enviados serão analisados pela equipe de Comunicação Social, que decidirá pela sua publicação ou não. A equipe entrará em contato com os responsáveis pelo envio da sugestão para complementações e esclarecimentos para avaliação e atendimento das solicitações.

- Os textos sempre estarão sujeitos à edição, para se adequarem às características da divulgação jornalística.

Em caso de dúvida, entre em contato pelo e-mail do setor de jornalismo da Comunicação Social:



jornalismo@uftm.edu.br

.Para enviar o seu texto, acesse o formulário disponível no sítio institucional da UFTM:



<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScahu6R604w4CkYWBSglcdM5nvy9i-vKUJc2rFYnwPEu94sBQ/viewform>

5. ABERTURA OU PRORROGAÇÃO DE EDITAIS PARA CONCURSOS E PARA PROCESSOS SELETIVOS

Somente são divulgados **editais publicados pela Universidade** ou por outros órgãos ou instituições que tenham relação direta com as atividades de pesquisa, ensino e extensão da UFTM e que incentivem a atuação de seus estudantes, professores e técnicos. O edital deve ser publicado pela equipe responsável pelo **concurso** e pelo **processo de seleção**. A solicitação de divulgação deve ser encaminhada com antecedência de pelo menos um dia útil contendo o **link** da publicação do edital e, preferencialmente, com as principais informações e um **e-mail institucional** setorial de contato.

Não cabe à Comunicação Social noticiar cada etapa ou retificação dos editais. Nos casos em que for realizada alguma alteração que, de alguma forma impacte as datas previamente divulgadas dos cronogramas, serão atualizadas as matérias anteriormente divulgadas, informando e identificando ao final do texto a data de identificação. É de responsabilidade das áreas envolvidas na publicação dos editais informar sobre a necessidade de atualização.

6.COMUNICADOS E DOCUMENTOS QUE AFETEM O FUNCIONAMENTO DA UNIVERSIDADE

Somente são divulgados comunicados e documentos que tenham passado pela **Reitoria** ou aprovados pelos gestores das **pró-reitorias** ou por necessidade expressa de setores de prestação de serviços da Instituição.

Casos **omissos** serão avaliados pela Comunicação Social e devem ser enviados com antecedência de pelo menos **dois dias** úteis e em horário comercial.

7. PREMIAÇÕES E HOMENAGENS

Somente são divulgadas premiações e homenagens que estejam **vinculadas** à área de atuação do(a) professor, técnico(a), estudante e ex-aluno(a) da UFTM premiado ou homenageado.

A premiação ou homenagem deve ser concedida por organizações ou instituições de destaque.

8.MENSAGENS COMEMORATIVAS

Somente são divulgadas as mensagens comemorativas (EX.: Natal, Dia da Mulher, Aniversário da UFTM, etc.) enviadas pela Reitoria.

9. VISITAS À UFTM

Somente são divulgadas visitas que têm como objetivo a **cooperação** ou o **estreitamento de relações** da UFTM com as instituições que os visitantes representam. Não é divulgada a participação de professores de outras instituições nacionais e estrangeiras em atividades acadêmicas rotineiras de cursos ou departamentos.

10.POSSE DE EX-ALUNOS EM CARGOS DE ORGANIZAÇÕES PÚBLICAS E PRIVADAS

Somente são divulgadas posses de ex-alunos em cargos máximos de gestão de empresas, organizações e instituições públicas e privadas com atuação de destaque no Brasil, no exterior e em Minas Gerais, estado onde a UFTM está localizada. Os cargos/funções devem, obrigatoriamente, ter relação direta com as áreas de formação da Universidade Federal do Triângulo Mineiro.

As matérias terão o **foco na contribuição** que a UFTM, como instituição de ensino, proporcionou para o desenvolvimento profissional e acadêmico do egresso. Não serão personalistas, divulgando trabalhos ou ações pessoais de ex-alunos.

11.FALECIMENTO DE SERVIDORES E ESTUDANTES

Somente são divulgadas informações sobre morte de servidores(as) e ex-servidores(as), discentes e ex-discentes da UFTM enviadas por **servidores** ou **e-mail setorial** de unidades da UFTM até **dois dias** após a sua ocorrência.

Nas informações enviadas, deverão constar: nome completo da pessoa falecida; vínculo com a instituição (docente, discente, técnico ou terceirizado); dia da morte e, também, se possível, dia, horário e local do velório e sepultamento.

No caso de **servidor(a)** e **ex-servidor(a)**, deverão ser informados ainda o setor ou último setor de atuação. No caso de discente e ex-discente, é preciso informar o curso, o ano de ingresso ou de formatura e, se possível, a cidade natal.

12.MATÉRIAS GERAIS EXTERNAS

A Comunicação Social poderá, quando julgar viável e relevante para o público institucional, **replicar** matérias de portais institucionais públicos externos, sempre indicando a fonte de origem e observando a pertinência tanto para áreas do conhecimento, cultura, pesquisas nacionais, quanto para a tríade ensino, pesquisa e extensão.

O que não é divulgado?

.Eventos realizados por **terceiros** sem o apoio da UFTM, mesmo que aconteçam dentro dos campi. A exceção é para os eventos **culturais** e **esportivos** que estejam de acordo com a política de assistência estudantil da Universidade;

.**Informações posteriores** à realização de eventos, como peças de teatro, espetáculos de dança, jogos de futebol, minicursos, etc;

.Eventos vinculados a **disciplinas**;

.**Reuniões em geral**, exceto promovidas pela Reitoria, quando justificável;

.Defesas de **monografias, dissertações e teses**;

.Atividades ou eventos **rotineiros** na instituição;

.**Apresentação de trabalhos** de professores e estudantes em **congressos e seminários**, dias de campo e visitas técnicas;

.**Publicação de artigos** em periódicos científicos ou técnicos sem impacto reconhecido;

.Eventos realizados **há mais de uma semana**;

.Ofertas de **estágios e empregos**. Nesse caso, a solicitação deve ser encaminhada para o **Serviço de Estágio**;

.Comunicados sobre **dedetização, reformas, confraternizações** ou ocorrências similares;

.**Comunicados rotineiros de parceiros da UFTM** de entidades representativas da comunidade e de cooperativas, exceto editais e informações referentes a eleições (inscrição de chapas, data da eleição e resultados);

.Textos com conteúdo **obsceno, agressivo, ofensivo, discriminatório**, que estejam de encontro aos padrões estabelecidos no Código de Ética Profissional do Servidor Público Civil do Poder Executivo Federal e em legislação relacionada.

Que evento pode ter
cobertura jornalística?

Além da produção de textos e apuração de fatos, a equipe de divulgação também realiza cobertura jornalística de **eventos realizados na UFTM**.

Essa cobertura significa a presença de um(a) **jornalista** e de um(a) **fotógrafo**(a) no evento e deve ser solicitada com, no mínimo, **uma semana** de antecedência para a avaliação da equipe e o possível agendamento. Ela acontece apenas em:

.**Posse** de reitor, pró-reitor, diretor de centro, chefes de departamento e novos servidores;

.**Cerimônias institucionais**, como colação de grau, Aniversário da UFTM e de órgãos/setores, somente quando completarem datas “redondas”, como 10 anos, 20 anos, etc;

.**Eventos tradicionais**, como JIEPE, Feira de Profissões da UFTM;

.**Inauguração** oficial de prédios, laboratórios e outras instalações da UFTM;

.Lançamentos de programas e projetos institucionais;

.**Congressos** e **seminários** de destaque nacional e/ou internacional com **ampla participação** da comunidade universitária e do público externo.



Não são realizadas coberturas jornalísticas de visitas de professores/pesquisadores para ministrar atividades acadêmicas de rotina. Neste caso, sugere-se que seja feito apenas um registro fotográfico, o qual deve ser solicitado com antecedência mínima de uma semana para avaliação e agendamento.

Para onde vão as informações?

Conforme mencionado na apresentação deste manual, os textos produzidos, a partir das informações apuradas pela equipe de Comunicação Social da UFTM, são divulgados em notícias no **Portal da UFTM** e perfis das redes sociais oficiais da UFTM (**Instagram, Facebook e Twitter**).

A equipe de Comunicação Social da UFTM realiza também o trabalho de assessoria de comunicação. Muitas informações que chegam ao setor são transformadas em **press releases** para serem enviados a jornais, TVs, rádios e portais da internet de destaque na região e no país.

O envio à imprensa das informações recebidas e apuradas está condicionado à avaliação da equipe. Nesse caso, são considerados os critérios de noticiabilidade que envolvem a informação, geralmente utilizados pela mídia, que valoriza, dentre outros aspectos, a **relevância**, o **ineditismo**, a **abrangência**, a **atualidade** e o **interesse** do fato noticiado.

Demandas jornalísticas **externas** enviadas à Comunicação Social da UFTM são direcionadas aos **setores pertinentes** e, posteriormente, respondidas aos solicitantes. A Comunicação Social não interfere no conteúdo das respostas, tão somente revisa linguisticamente o texto. Em eventuais situações, sobretudo quanto suscitarem dúvidas quanto ao teor das respostas, o Gabinete poderá ser solicitado a ratificar as informações.

O trabalho de **assessoria** realizado ajuda a dar visibilidade às ações da UFTM, reforçando na sociedade o cumprimento de seu papel como universidade pública engajada em suas ações administrativas e comprometida com ensino, pesquisa e extensão de qualidade.

Os casos omissos neste Manual de Comunicação serão definidos em conjunto pela equipe da Comunicação Social.

Referências

CAMPINAS SP. Universidade Estadual de Campinas - Unicamp. Governo do Estado de São Paulo. **Manual de relacionamento com a imprensa**. 2021. Site. Disponível em: <https://www.unicamp.br/unicamp/manual-de-relacionamento/procedimentos>. Acesso em: 20 out. 2021.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE VIÇOSA. NORMA: **Manual de Divulgação Institucional**. 1 ed. Viçosa: Ufv, [2020]. 10 p. Disponível em: http://www.dci.ufv.br/wp-content/uploads/Manual_R8-compactado.pdf. Acesso em: 21 out. 2021.

Manual de Divulgação
Institucional da UFTM

JANEIRO/2022
VERSÃO 1

COMUNICAÇÃO
SOCIAL



Universidade Federal
do Triângulo Mineiro