

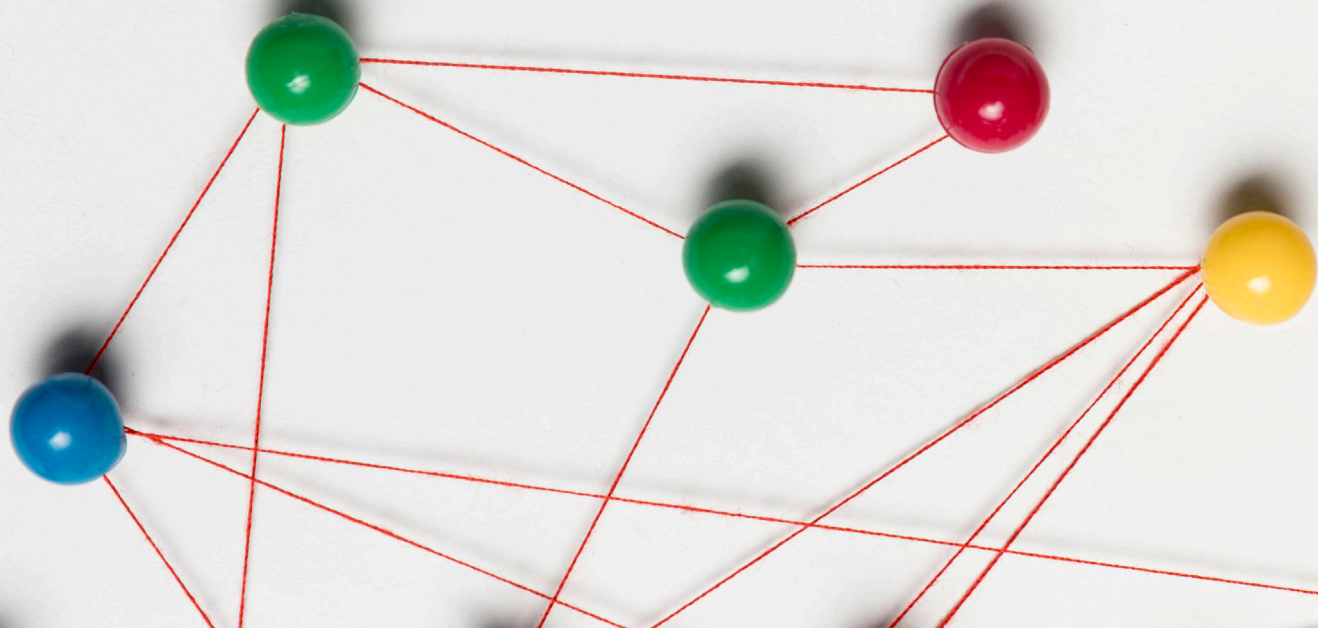


Manual com  
orientações para  
solicitação de  
serviços da  
**Diretoria de  
Comunicação  
Institucional e  
Científica**



# SUMÁRIO

• APRESENTAÇÃO .....	3
• SERVIÇOS .....	3
1. COMUNICAÇÃO MULTIMEIOS .....	3
1.1 Comunicação organizacional .....	
1.2 Comunicação Digital .....	4
1.3 Divulgação Científica .....	4
1.3 Criação de Artes Gráficas .....	4
2. EVENTOS .....	4
• COMO SOLICITÁ-LOS? .....	5
• PRAZOS .....	
• POLÍTICA EDITORIAL .....	
• ORIENTAÇÕES .....	6
1. Textos .....	
2. Peças Gráficas .....	
3. Publicação nas listas da UFOB .....	
4. Criação de sites ou hotspots para eventos e órgãos .....	
5. Eventos e cerimonial .....	
• GLOSSÁRIO .....	8





## APRESENTAÇÃO

A Diretoria de Comunicação Institucional e Científica (DIRCOM) é o órgão responsável pelo planejamento, supervisão, coordenação e controle das atividades de comunicação institucional e científica. Atua focada nas áreas de Comunicação Multimeios, que compreende as atividades de comunicação organizacional, comunicação digital e produção de artes gráficas; e de Eventos, que atuam de forma integrada para atender às demandas da instituição, contribuir para a publicização das atividades acadêmicas e administrativas e promo-

ver a aproximação entre a Universidade e a comunidade.

Para que atue de forma eficiente, a DIRCOM precisa ter suas rotinas de produção e ações bem definidas e conhecidas pela comunidade da UFOB. Este documento tem como objetivo orientar sobre como devem ser feitos os pedidos de publicação de material informativo jornalístico no site, nas redes sociais da UFOB e para a imprensa, produção de peças gráficas e atendimento das cerimônias oficiais e de eventos comemorativos e técnico-científicos.



### SERVIÇOS

A DIRCOM presta serviço para todos os órgãos da Universidade e realiza atendimento aos meios de comunicação e à comunidade. Confira abaixo as principais atividades realizadas nas três áreas de atuação.

## 1 COMUNICAÇÃO MULTIMEIOS

### 1.1) COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL

- a) elaboração de textos para o público interno e externo da UFOB;
- b) divulgação, através de boletins internos, das decisões administrativas e acadêmicas da universidade;
- c) aprimoramento dos mecanismos de comunicação interna com vistas à obtenção de uma maior colaboração de servidores e estudantes;
- d) difusão da missão, dos valores e da visão da universidade;
- e) divulgação para a imprensa de notas, releases e sugestões de pautas sobre as realizações e atividades acadêmicas e culturais da Instituição;
- f) atualização do mailling de jornalistas;
- g) indicação de especialistas aptos a tratar dos assuntos solicitados pela imprensa ou qualificados para repercutir temas de interesse e relevância regional, nacional ou internacional;
- h) acompanhamento de matérias veiculadas pelos

meios de comunicação sobre a UFOB e produção do clipping;

- i) atendimento das solicitações da imprensa por informações de interesse público, divulgadas por meio de notas e comunicados oficiais.





### 1.2) COMUNICAÇÃO DIGITAL

- a) elaboração de textos e atualização do portal e das redes sociais da UFOB;
- b) produção de boletim virtual com informações referentes ao dia a dia da universidade;
- c) criação e gerenciamento de páginas institucionais no portal da UFOB e SIG.

### 1.3) DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA

- a) produção de textos de divulgação de pesquisas e trabalhos apresentados em eventos científicos, publicados em revistas e livros ou, ainda, de prêmios recebidos por servidores ou estudantes da UFOB;
- b) criação e gerenciamento de Guia de Fontes, página web com informações sobre área de formação, linhas de pesquisa, contato e estudos desenvolvidos pelos servidores efetivos da Universidade.

### 1.4) PRODUÇÃO DE ARTES GRÁFICAS

- a) recebimento, coordenação, produção e entrega da criação de material gráfico e de programação visual para órgãos e unidades acadêmicas da UFOB;
- b) tratamento de material fotográfico a ser utilizado pelas áreas da coordenação de Comunicação;
- c) auxílio no desenvolvimento de projetos gráficos de propaganda e de campanhas dos veículos de comunicação interna;
- d) desenvolvimento de projetos gráficos especiais voltados para a divulgação da UFOB;
- e) acompanhamento da utilização das peças gráficas produzidas, no intuito de alcançar os melhores resultados dentro do objetivo proposto;
- f) uniformização da identidade visual da Universidade, ratificando seus valores e contribuindo para que a percepção do espectador/leitor/ouvinte

- esteja em harmonia com a mensagem emitida;
- g) zelo pela identidade visual em todas as suas formas de uso, observando sua adequação quanto a forma e conteúdo do material veiculado.

## 2 EVENTOS

- a) planejamento, coordenação e execução das solenidades de caráter oficial promovidas pela Reitoria que integrem as atividades universitárias, como colação de grau, entregas de títulos honoríficos, inaugurações e posses;
- b) apoio na organização de eventos comemorativos e/ou técnico-científicos promovidos pela UFOB, em qualquer das suas instâncias, na forma de orientações, roteiros, ou ainda naqueles em que a UFOB presta colaboração ou parceria;
- c) assessoramento do Reitor, Vice-Reitor, Pró-Reitores e Diretores de Centro/Campi em assuntos referentes à área de Cerimonial;
- d) atualização de cadastros e informações necessários ao correto e regular desenvolvimento das ações de cerimonial, incluindo, para fins de correspondência protocolar as autoridades civis, militares e eclesiásticas;
- e) orientação e supervisão da expedição de convites que sejam em nome do Reitor, para cerimônias e solenidades promovidas pelo Gabinete do Reitor;
- f) organização, sempre que lhe for determinado, de recepções formais ou informais a autoridades em visita à Universidade; e
- g) elaboração e envio de convites de eventos promovidos e/ou apoiados pela UFOB, em conformidade com as informações fornecidas pela área demandante, desde que solicitados previamente.





# ORIENTAÇÕES

Na hora de enviar sua solicitação, é bom especificar o que precisa. Veja abaixo algumas orientações.

## 1) Notícias

Os órgãos da UFOB, ao solicitar divulgação de um evento, programa ou ação, devem adicionar no item descrição, do formulário eletrônico, um texto-base, que servirá como pauta para a produção da notícia. Este material será adequado à linguagem do meio de comunicação a que se destina. Ele deve obedecer à seguinte estrutura:

### a) Título

- Redigido em corpo maior que o texto, em negrito e centralizado;
- Curto, com, no máximo, oito palavras e verbos na voz ativa (ou seja, indicando uma ação);
- Sintético e atraente, apresentando o mais importante do assunto.

### b) Lide

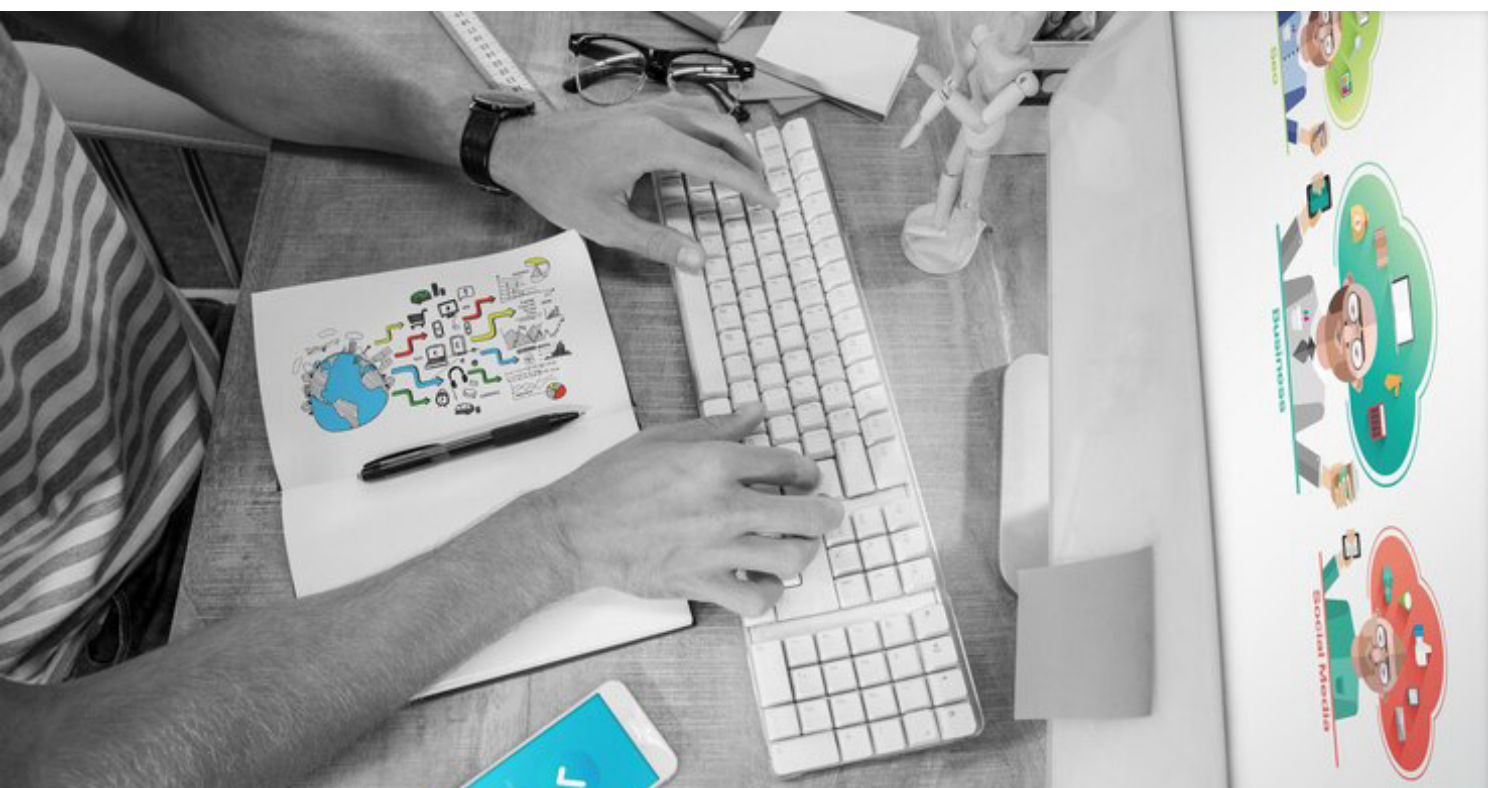
- É a introdução com o conteúdo mais importante. Responde às perguntas: o quê, quem, onde, quando e por quê;
- Seis linhas são suficientes para fornecer as informações.

### c) Texto

- Redação em fonte corpo 12, espaçamento 1,5 e margens de 3cm (justificada).
- Parágrafos devem ter entre 5 e 7 linhas;
- Objetividade no texto, evitar uso de adjetivos;
- Opiniões pessoais devem vir entre aspas;
- Deixar evidente quando os fatos ocorrem ou vão ocorrer;
- Especificar as fontes de informação, com nome e sobrenome, cargo que ocupa e telefone para contato para apurar mais dados posteriormente.







## **2) Peças gráficas**

Os pedidos devem conter o tipo de peça a ser produzido, com indicações de elementos que vão compor a arte, a exemplo de sugestões de cor e símbolos.

## **3) Publicação de Boletins nas Listas da UFOB**

A publicação de Boletins nas listas da UFOB deve ser demandada à equipe de Comunicação por meio do e-mail: [dircom@ufob.edu.br](mailto:dircom@ufob.edu.br). Os Boletins serão publicados uma vez por semana, classificados por assuntos. Os prazos para envio das informações para publicação serão definidos pela DIRCOM e comunicados aos solicitantes.

## **4) Divulgação Científica**

As demandas de divulgação científica devem ser enviadas para o e-mail [dircom@ufob.edu.br](mailto:dircom@ufob.edu.br), com o título “Divulgação Científica + o nome do solicitante”. Após recebimento, a equipe de Comunicação avaliará qual o canal mais apropriado para publicação e informará o prazo.

## **5) Criação de páginas institucionais no Portal e SIG e hotsites para eventos**

A criação da arquitetura da informação de páginas institucionais no portal e no SIG ou hotsites para eventos da UFOB, hospedados no domínio [ufob.edu.br](http://ufob.edu.br), e a sugestão de layout serão responsabilidades da DIRCOM. À Pró-Reitoria de Tecnologia da Informação e Comunicação (Protic) caberá o suporte técnico às páginas. Todos os novos projetos que envolvem a produção de páginas institucionais deverão passar pela DIRCOM.

## **6) Eventos**

Os pedidos devem conter informações detalhadas sobre local, data e horário de realização; composição da mesa de abertura; contatos do coordenador do evento; programação; ações a serem realizadas (composição da mesa, pronunciamento das autoridades, homenagem, coffee break, atividades culturais, dentre outros), visando uma melhor organização da atividade.

# GLOSSÁRIO

**Assessoria de imprensa:** um dos mais importantes serviços de comunicação organizacional. É a gestão dos fluxos de informação e relacionamento entre fontes de informação e os jornalistas. Trata-se de atividade que mescla o caráter difusor de notícias, ou de acontecimentos programados, relativos à instituição ou às pessoas físicas, com outro, de recorte mais estratégico, no qual se estabelecem mecanismos de relacionamento e aproximação com os jornalistas.

**Banner:** Peça gráfica de grande dimensão, com grande variedade de tamanhos e é impressa em materiais duráveis, como a lona vinílica. Possui diversas funções como a de divulgar e sinalizar.

**Briefing:** resumo de informações relativas a um fato, normalmente relatado por meio de contatos informais, que servem na elaboração de textos e artes.

**Campanha publicitária:** conjunto de ações para informar o público sobre uma ideia, marca ou produto. Essas ações são planejadas e executadas para que um objetivo seja atingido.

**Cartaz:** Peça mais comum do design gráfico, serve para anunciar algo através de um conceito artístico atrativo. Em sua modalidade textual, deve conter apenas as informações necessárias para sua compreensão, como por exemplo: “O que está se divulgando?”, “A que horas?” e em “Em que lugar?”.

**Check list:** lista de controle, supervisão, checagem de tarefas que devem ser realizadas para o sucesso completo de algum trabalho da assessoria de imprensa

**Clipping:** serviço de apuração, coleção, recorte (no caso de jornais e revistas) e fornecimento diário, sistematizado, das notícias veiculadas sobre a instituição na mídia.

**Divulgação jornalística:** atividade que contempla o caráter exclusivamente difusor de notícias. Não envolve o aspecto mais amplo e estratégico do atendimento à demanda do jornalista. É o ponto de corte existente entre o trabalho dos divulgadores e dos assessores.

**Folder:** é o nome utilizado no Brasil para designar um tipo de impresso publicitário parecido com o

flyer, só que sem dobras. Serve para divulgar eventos, palestras e oficinas e pode conter um pouco mais de informação do que um cartaz, por exemplo.

**Identidade Visual:** Conjunto de elementos formais que representa visualmente e de forma sistematizada, um nome, uma ideia, um produto, uma empresa, instituição ou serviço.

**Interesse público:** critério asseverador de relevância de determinada informação para toda a sociedade, e não apenas para a fonte que a fornece. Está relacionado ao próprio compromisso ético da atividade jornalística. Selecionar o que é, ou não, do interesse público constitui a primeira lição do jornalismo. O interesse privado pode coincidir, ou não, com o interesse público.

**Lead:** a introdução do texto jornalístico, que vem no primeiro parágrafo. O que há de mais importante na notícia. Nele, o jornalista procura responder o “o quê”, o “quando:”, o “onde” e o “quem”.

**Marca:** É um símbolo perceptivo associado a um conjunto de cores. Representa a “personalidade” da empresa\corporação e compõe seu sistema de Identidade Visual.

**Media training:** é o treinamento de fontes de uma instituição para lidar com a mídia. Contempla “sabatinas” e laboratórios diversos, que municiam as fontes com dicas e conhecimentos básicos para relacionamento com a imprensa.

**Notícia:** relato de acontecimentos que organizam, reorganizam ou desorganizam a atualidade.

**Pauta:** a agenda dos assuntos previstos numa cobertura jornalística.

**Release:** material distribuído para a imprensa sobre o assunto ao qual se pretende dar divulgação. Respeita a linguagem específica dos diferentes veículos e a estrutura discursiva básica do texto jornalístico.

## Referências

<http://www.mk2.com.br/mk2/identidade-visual-a-personalidade-representativa-da-empresa.asp>  
<https://agenciaespaco.wordpress.com/2010/07/19/o-que-e-o-folder/>