



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO**

Manual com normas para solicitação de produção e publicação de material informativo jornalístico no site, lista de notícias e Facebook da UFOB e para a imprensa

1. Objetivo

Este documento tem como objetivo tornar pública a política editorial de produção e publicação de material informativo jornalístico no site e Facebook da UFOB e para a imprensa. Dessa forma, a Assessoria de Comunicação pretende criar uma rotina a fim de facilitar a comunicação interna e a divulgação das atividades acadêmicas ao público externo, além de otimizar a relação com os demais órgãos da universidade.

2. Estrutura do setor

A Assessoria de Comunicação da UFOB trabalhará focada em quatro grandes áreas: Comunicação Organizacional, Comunicação Digital, Comunicação Pública e Centro de Arte e Produção Gráfica. Elas atuarão de forma integrada para atender às demandas da instituição, contribuir para a publicização das atividades acadêmicas e promover a aproximação entre universidade e comunidade

3. Serviços disponibilizados

3.1 A Comunicação Organizacional tem como atividades:

- a) elaborar textos e editar um periódico impresso voltado ao público interno e externo;
- b) divulgar, através de boletins internos, as decisões administrativas da universidade;
- c) aprimorar os mecanismos de comunicação interna com vistas à obtenção de uma maior colaboração de servidores, professores e alunos;
- d) difundir missão, valores e visão da universidade;
- e) divulgar para a imprensa notas, releases e sugestões de pautas sobre as realizações e atividades acadêmicas e culturais da instituição;

- f) manter atualizado o mailling de jornalistas;
- g) indicar especialistas aptos a tratar dos assuntos solicitados pela imprensa ou qualificados para repercutir temas de interesse e relevância regional, nacional ou internacional;
- h) acompanhar as matérias veiculadas pelos meios de comunicação sobre a UFOB e produzir o clipping;
- i) atender às solicitações da imprensa por informações de interesse público, divulgadas por meio de notas e comunicados oficiais;
- j) apoiar eventos de todas as áreas da universidade, com produção de material gráfico, textos, press-kit, roteiros de vídeos e coordenação do atendimento à imprensa;
- k) realizar oficinas de texto e de fotografia para capacitar servidores da universidade a atuarem como agentes de comunicação nos câmpus da UFOB;
- l) promover a imagem da UFOB junto ao público, objetivando conquistar uma opinião favorável da sociedade;
- m) conceber e executar campanhas institucionais para conscientizar a comunidade acadêmica sobre a relevância de adotar novos hábitos na sua rotina laboral e de estudos; e
- n) viabilizar a divulgação científica dos estudos e pesquisas realizados na UFOB.

3.2 A Comunicação Digital tem como atividades:

- a) elaborar textos e manter atualizado o portal e as redes sociais da UFOB;
- b) produzir boletim virtual com informações referentes ao dia a dia da universidade;
- c) criar e aperfeiçoar o Portal Intranet, com conteúdos de interesse dos servidores e professores da instituição.

3.3 A Comunicação Pública tem como atividades:

- a) criar e atualizar o Portal da Transparência da UFOB, com informações sobre despesas, receitas, salários, execução orçamentária e serviços contratados pela universidade;
- b) disponibilizar canais de contato que possibilitem ao cidadão maior participação, assim como respostas nos assuntos concernentes ao bem público da universidade; e
- c) divulgar as ações de utilidade pública, dados oficiais e informações de gestão da universidade.

3.4 O Centro de Artes e Produção Gráfica tem como atividades:

- a) receber, coordenar, produzir e entregar a criação de material gráfico e de programação visual para órgãos e centros da UFOB;
- b) tratar material fotográfico a ser utilizado pelas três áreas da Coordenação de Comunicação;
- c) auxiliar no desenvolvimento de projetos gráficos de propaganda e de campanhas dos veículos de

comunicação interna;

d) desenvolver projetos gráficos especiais voltados para a divulgação da UFOB;

e) acompanhar a utilização das peças gráficas produzidas, no intuito de alcançar os melhores resultados dentro do objetivo proposto;

f) uniformizar a 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) zelar pela identidade visual em todas as suas formas de uso, observando sua adequação quanto a forma e conteúdo do material veiculado.

4. Política editorial para publicação de textos jornalísticos

Os textos jornalísticos produzidos pela Assessoria de Comunicação da UFOB prezam pela veracidade, pluralidade e transparência das ações desenvolvidas. Enquanto instituição de ensino pública, a Universidade deve estar aberta à comunidade, oferecendo-lhe os dados solicitados com objetividade e presteza. Por isso, os releases e materiais informativos de divulgação devem possuir, dentre outros, os seguintes critérios para aproveitamento: interesse público; ser novidade; estar disponível; e adequado ao meio de destino (site, TV e rádio).

4.1 Estrutura para envio de material informativo

Os órgãos da UFOB, ao solicitar divulgação de um evento, programa ou ação, devem enviar um texto-base para o e-mail comunicacao@ufob.edu.br. Essa comunicação online precisa conter o nome do proponente, telefone para contato e as fontes para apuração da informação. Esse texto servirá como pauta para a produção da notícia, que será adequada 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 (16, por exemplo), 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 o primeiro parágrafo de um texto jornalístico com a introdução resumida do conteúdo mais importante. Responde às cinco perguntas: *o quê, quem, onde, quando e por quê*.
- ✦ Seis linhas são suficientes para fornecer as informações.

c) Texto

- ✧ Redação em fonte Garamond, 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.

4.2 Prazo para envio de material, publicação e/ou solicitação de cobertura jornalística

Para facilitar a produção dos releases para a imprensa e textos para o boletim informativo, Facebook e site da UFOB, faz-se necessário enviar o material informativo com maior ou menor antecedência, a depender do tipo de notícia. A de caráter urgente, deve ter um tratamento diferenciado. De modo geral, os prazos são para:

- a) notícias factuais: até dois dias antes do que será noticiado;
- b) eventos: até 20 dias antes da realização;
- c) editais: até cinco dias antes da abertura da inscrição e no arquivo original em formato PDF – documentos escaneados não serão publicados ;
- d) cobertura fotográfica: de três a quatro dias antes do fato.

4.3 Criação e manutenção de páginas no Facebook ou outras redes sociais vinculadas a UFOB

A criação e manutenção de páginas no Facebook pelos órgãos da UFOB deve ser tratada com cautela. O canal oficial da instituição na rede social mais popular do mundo é a Fanpage da UFOB. As outras páginas que já existiam devem ser alinhadas com a política editorial de comunicação da universidade. Cabe à Assessoria de Comunicação avaliar a pertinência ou não de uma nova página e supervisão dos conteúdos postados a fim de que estejam adequados com a linguagem da rede e os princípios institucionais. Portanto, antes de ocupar espaço nas redes sociais online, é preciso ter o aval da Assessoria de Comunicação.

4.4 Publicação no Boletim de Notícias ou nas listas moderadas da UFOB

A publicação de eventos e/ou fatos no Boletim de Notícias deve ser demandada à equipe de Comunicação por meio do e-mail: comunicacao@ufob.edu.br. A avaliação sobre a viabilidade do atendimento da solicitação obedecerá aos princípios da política editorial adotados pela Assessoria de Comunicação. Caso seja necessário, a publicação poderá ser feita em outro canal de comunicação mais adequado, a depender do que for solicitado.

4.5 Acompanhamento da criação de sites ou hotspots para eventos e órgãos

O acompanhamento da criação de sites ou hotspots para eventos e órgãos da UFOB será responsabilidade da Assessoria de Comunicação. À Protic, caberá a proposição de layout e a execução do desenvolvimento, ao passo que a equipe de comunicação cuidará dos assuntos concernentes ao conteúdo. Todos os novos projetos que envolverem a produção de páginas virtuais deverão ter a participação da Assessoria de Comunicação.