



CRITÉRIOS

DE DIVULGAÇÃO DE NOTÍCIAS PELA
COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL DA UFJF

UFJF | Comunicação Institucional







CRITÉRIOS

DE DIVULGAÇÃO DE NOTÍCIAS PELA
COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL DA UFJF

UFJF | Comunicação Institucional



UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA

Marcus Vinicius David
Reitor

Girlene Alves da Silva
Vice-Reitora

Jorge Carlos Felz Ferreira
Diretor - Comunicação (IMAGEM) Institucional

CRITÉRIOS DE DIVULGAÇÃO DE NOTÍCIAS PELA COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL DA UFJF
VERSÃO: dezembro 2023

Este manual contém os CRITÉRIOS DE DIVULGAÇÃO DE NOTÍCIAS PELA COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL DA UFJF. Essas diretrizes devem ser respeitadas a fim de garantir a padronização de todo e qualquer material de divulgação, comunicação ou produto relacionado eventos institucionais e, assim, garantir a qualidade e a efetividade do trabalho de comunicação institucional integrada.

SUMÁRIO

06	APRESENTAÇÃO
07	PRODUTOS
09	CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE
12	PRIORIZAÇÃO DE DEMANDAS
15	GLOSSÁRIO
15	CONTATOS

APRESENTAÇÃO

A Diretoria de Comunicação Institucional da Universidade Federal de Juiz de Fora (IMAGEM/ UFJF) tem entre suas atribuições a tarefa de cuidar da imagem da instituição, zelando por sua reputação junto aos vários públicos com os quais lida. Para tanto, é necessário que a comunidade acadêmica esteja sintonizada com o propósito de criar e manter uma visão afirmativa sobre a UFJF.

É papel desta Secretaria trabalhar a comunicação interna e externa da Universidade, além de reforçar o papel social da Universidade e promover eventos que estimulem a comunidade acadêmica a participar das atividades de ensino, pesquisa e extensão. A IMAGEM/UFJF também tem por objetivo divulgar o conhecimento produzido na Universidade e os atos da administração, zelando pelos pressupostos de austeridade, transparência e de responsabilidade ética, intelectual e administrativa da UFJF. Como responsável pela gestão da marca UFJF, a Diretoria de Comunicação protege e valoriza a imagem da Universidade, busca assegurar o uso correto da identidade visual e dá orientação sobre o uso da marca UFJF.

Nesse sentido, tanto as atividades da IMAGEM/UFJF como os produtos desenvolvidos pelo setor têm como meta aproximar a sociedade do cotidiano universitário. É necessário que a comunidade acadêmica esteja sintonizada com o propósito de criar e manter uma visão afirmativa da Universidade. A IMAGEM/UFJF oferece capacitação e, através de cursos e serviços de suporte, a fim de esclarecer e treinar a comunidade universitária sobre as potencialidades da comunicação, instruindo sobre, por exemplo, como relacionar-se com a imprensa, como trabalhar as informações para divulgação e como redigir um press-release.

Os canais pelos quais a IMAGEM/UFJF se comunica com o público são vários. Alguns deles são produtos oferecidos e que atendem a uma periodicidade fixa, outros são extemporâneos e dependem de demandas da comunidade, sendo eles:

- PORTAL DA UFJF – engloba os espaços: Portal do Servidor; Portal do Estudante; Portal do Campus Avançado de Governador Valadares; Minha UFJF; Fala Ciência e;
- Revista A3;
- Mídias Sociais – envolve Facebook, Twitter, Instagram, Flickr e YouTube.

Todo esse complexo informativo funciona de acordo com fluxos de trabalho específicos da área de comunicação e possui regras estritas, a fim de que a comunidade seja devidamente satisfeita, e os servidores da Diretoria de Comunicação Institucional possam cumprir sua missão de bem informar a sociedade acerca da UFJF. Assim, a IMAGEM/UFJF conta com o seu apoio no sentido de verificar os normativos e encaminhamentos a seguir sobre seus principais canais e formas de divulgação.

PRODUTOS

PORTAL DA UFJF

O portal www.ufjf.br reúne as principais informações sobre a Universidade de Juiz de Fora e está em constante mudança. A plataforma é um veículo dinâmico que procura disseminar, sob a forma de notícias, as atividades universitárias. Embora deva ser o portal institucional, por onde o usuário externo ou membro da comunidade acadêmica tem o primeiro contato com as atividades da UFJF, o portal está organizado a partir de cinco blocos visuais horizontais, numa estrutura hierárquica voltada para a publicação de informações sobre o que acontece na universidade: (a) slides com chamadas para as principais notícias (b) bloco de destaques; (c) o que acontece na diversas redes sociais (TV UFJF; INSTAGRAM e TWITTER); (d) Últimas Notícias e (e) Faça Parte da UFJF.

Para saber sobre o funcionamento da Universidade, o usuário deve clicar em um dos botões localizados no topo da página. Através destes botões, é possível acessar seções com informações sobre: Estrutura Institucional; Ensino de Graduação e de Pós-Graduação; Pesquisa; Extensão; Cultura e Lazer; Serviços e Acesso à Informação (transparência, prestação de contas e governança). Logo acima dos destaques, no segundo bloco visual, o usuário poderá ainda acessar links para um dos sub-portais: Estudantes (<https://www2.ufjf.br/estudante/>); Servidores(<https://www2.ufjf.br/servidor/>); Campus Governador Valadares (<https://www2.ufjf.br/gv/>); Portal Internacional (<https://www2.ufjf.br/internacional/>); Minha UFJF (<https://www2.ufjf.br/minhaufjf/>) e SEI/UFJF (<https://www2.ufjf.br/sei/>).

Notícias

Como o portal está voltado para a publicação de notícias, os slides do topo, assim como os “destaques”, os links para as redes sociais digitais e o bloco de últimas notícias, levam o usuário diretamente para o sub-portal UFJF NOTÍCIAS (www2.ufjf.br/noticias) que reúne as principais notícias sobre a Universidade. Nela são divulgadas notícias factuais, como: eventos, reuniões administrativas, editais de processo seletivo de ingresso, entre outros. Busca-se oferecer textos com equilíbrio, credibilidade e confiabilidade, obedecendo à premissa do direito à informação como requisito básico da cidadania, e atendendo aos princípios da comunicação pública de transparência, publicidade, impessoalidade, de formar e informar.

UFJF FAZ CIÊNCIA

Com previsão de entrada no ar no primeiro semestre de 2024, o portal www.ufjf.br/fazciencia é um produto jornalístico cujo objetivo é divulgar a produção científica da Universidade Federal de Juiz de Fora. As notícias têm como foco as pesquisas desenvolvidas nos programas de pós-graduação da UFJF, além de atividades de extensão e iniciação científica. O menu principal é dividido em áreas de conhecimento, e as matérias procuram apresentar os temas de maneira acessível, trazendo-os para o cotidiano do leitor. O portal dará também acesso aos artigos de opinião, elaborados por especialistas de diversas áreas e encaminhados para publicação. A seção de artigos é dedicada a difundir a opinião de professores, alunos de pós-graduação e de servidores da UFJF.

ACONTECE NA UFJF

O Acontece na UFJF é um boletim informativo semanal que será distribuído por e-mail a partir do segundo semestre de 2024, afixado em murais da Universidade e divulgado no site de notícias da UFJF. Nele, serão veiculados eventos científicos, acadêmicos e culturais da UFJF de interesse da comunidade. É uma ferramenta de serviço, funcionando como uma espécie de agenda. Para receber a publicação via e-mail, é necessário realizar cadastro neste endereço: imagem@ufjf.br.

REVISTA A3

A revista A3 é uma publicação da IMAGEM/UFJF, com circulação impressa. Após os sucessivos cortes de recursos, ela foi descontinuada em 2016. Em 2024, a partir do segundo semestre, a revista voltará a ser publicada em versão online e voltada exclusivamente para a divulgação científica e de inovação. Com reportagens baseadas em pesquisas desenvolvidas na Universidade, seu objetivo é democratizar o acesso ao conhecimento produzido nas diversas áreas do saber e colaborar para fomentar a reflexão e o debate sobre temas contemporâneos de interesse público.

MÍDIAS SOCIAIS DIGITAIS

Atendendo a uma estratégia de divulgação, a IMAGEM/UFJF busca a melhor maneira de atingir sua vasta audiência. Dessa forma, utiliza as mídias sociais digitais para estreitar o relacionamento com a comunidade acadêmica e o público externo. São realizadas campanhas, divulgação de pesquisas e anúncio de eventos. Quando se trata de material de grande interesse ou que envolva públicos-alvo distintos (servidores, estudantes, professores, público em geral), as mídias sociais podem se somar e se complementar na difusão de informações. Cada uma das redes possui especificidades. Veja a seguir:

Facebook

Essa plataforma é utilizada especialmente para divulgação de campanhas institucionais, matérias de pesquisa, processos seletivos de ingresso na UFJF, bem como projetos que envolvam a Universidade como um todo, por exemplo, a recepção aos calouros. Além disso, essa plataforma é utilizada para ações de engajamento com seguidores, como séries de postagens com temas específicos. O Facebook não é utilizado para divulgação de eventos de departamentos, lançamento de livros, entre outros.

Twitter

O Twitter é empregado principalmente para divulgação de eventos que ocorrem na UFJF e/ou são promovidos por ela. Dessa forma, congressos, seminários, palestras, lançamentos e debates, podem ser divulgados no perfil oficial da UFJF no Twitter. Também usamos o Twitter para informes rápidos sobre ações institucionais, campanhas internas e para informar a sociedade sobre o que ocorre em tempo real na UFJF.

Instagram

Essa rede social é utilizada para campanhas institucionais, divulgação de pesquisas científicas e reprodução de fotos produzidas pela equipe de comunicação institucional. Também usamos o perfil oficial para publicar informações sobre o cardápio do Restaurante Universitário, vídeos curtos sobre eventos e ações institucionais, etc.

Flickr e Youtube

No caso do Flickr, a IMAGEM/UFJF utiliza a plataforma como um repositório de fotografias, para consumo interno. Já o Youtube, a plataforma funciona como (i) repositório de conteúdo (vídeos) e (ii) como um canal de TV web (TV UFJF) onde são veiculados vídeos de campanhas institucionais, datas comemorativas e também boletins institucionais.

MARCA UFJF

A UFJF cuida, muito atentamente, da elaboração de critérios para utilização de sua marca, um dos patrimônios que imprimem credibilidade à instituição. Na página da IMAGEM/UFJF, é possível acessar um guia detalhado para orientar a aplicação em vários dispositivos e situações. A Diretoria de Comunicação Institucional solicita que aplicações fora dos padrões especificados no Manual da Marca e dúvidas sobre aplicação da marca UFJF em materiais de divulgação, sejam comunicadas pelo e-mail imagem@ufjf.br.

ASSESSORIA DE IMPRENSA

A Diretoria de Comunicação Institucional da UFJF é diariamente solicitada por jornalistas de todo o Brasil, que buscam fontes especializadas nas mais diversas áreas do conhecimento. A Assessoria de Imprensa, núcleo da IMAGEM/UFJF, é o setor que auxilia a Administração Superior a divulgar os assuntos da Universidade e de receber as demandas da mídia externa. O objetivo do atendimento realizado pela Assessoria de Imprensa é mediar o contato entre os veículos de comunicação e a comunidade acadêmica, gerenciando o fluxo de informações entre fontes (professores, pesquisadores e membros da administração superior) e jornalistas.

Como funciona

O jornalista envia e-mail ou liga para a assessoria, solicita informações ou indicação de especialista em determinado assunto. O pedido e os dados do repórter solicitante são registrados em um sistema interno. A partir daí, a equipe procura a fonte (professor, pesquisador, técnico) mais adequada para falar. O possível entrevistado é orientado sobre a pauta, o tipo de entrevista, se será por telefone, ao vivo, no local, em estúdio, por e-mail, em que data, horário e onde será veiculada (jornal, revista, rádio, TV, internet). Os dados para contato com os pesquisadores são repassados à imprensa somente após a anuência da fonte. Em alguns casos – e quando solicitada – a Assessoria de Imprensa poderá acompanhar as entrevistas.

A Assessoria de Imprensa também organiza entrevistas coletivas sobre questões de grande relevância envolvendo a UFJF. Diariamente, a equipe procura atender a todas as solicitações com agilidade e exatidão.

CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE

Todos os veículos que lidam com a comunicação precisam adotar critérios para selecionar e estampar o material que divulgam ao público. A IMAGEM/UFJF, baseando-se em documentos similares, produzidos por outras universidades, organizou as regras de publicação em seus canais com a finalidade de homogeneizar a escrita e estabelecer padrões para a seleção do conteúdo.

Acreditando atender a vasta audiência, dar transparência ao processo e explicar uma das facetas da função comunicativa, a IMAGEM/UFJF decidiu tornar público os processos de avaliação de pautas e divulgação de conteúdo. A seguir, encontram-se algumas indicações para que as comunidades acadêmica e externa possam melhor avaliar a pertinência dos conteúdos, dar uma contribuição em relação a novos assuntos e até sugerir conteúdos de modo mais direcionado. Os critérios estão divididos em:

- Orientações gerais para todos os canais;
- Categorias temáticas de divulgação;

Orientações gerais para todos os canais

1. **Prazos:** A IMAGEM/UFJF necessita que as solicitações de divulgação sejam enviadas com um mínimo de cinco dias úteis de antecedência da data do evento ou o quanto antes, no caso de divulgação de projetos que não possuam data definida. Assim, haverá tempo hábil para verificar a melhor forma de realizar a divulgação da solicitação. Pedidos enviados com menos de cinco dias de prazo têm menor chance de ser considerados.
2. **Conteúdo:** A solicitação deve ser enviada da maneira mais completa possível, com informações detalhadas sobre do que se trata, data, local e horário, no caso de eventos, e incluir outros materiais de divulgação, como um resumo da atividade e cartaz. Veja, no final deste documento, as informações que devem constar no e-mail de solicitação de divulgação.
3. **Vínculo:** Demandas que não tenham vínculo institucional com a UFJF não serão divulgadas. Apenas solicitações que sejam promovidas pela UFJF e/ou aconteçam nos espaços da Universidade serão veiculadas. No caso de eventos que extrapolem os limites da UFJF, os proponentes receberão uma resposta automática do sistema, informando essa condição.
4. **Seleção:** A decisão sobre como o material será divulgado, sua posição e/ou destaque no portal da UFJF e a utilização em outros canais de divulgação é exclusiva da IMAGEM/UFJF. Esse critério leva em consideração as categorias temáticas indicadas a seguir, fatores de noticiabilidade jornalísticos e a própria rotina de trabalho do setor.
5. **Autoria:** O material de divulgação (cartaz, vídeo, texto) deverá ser enviado pelo próprio solicitante. A IMAGEM/UFJF não produz materiais de divulgação e pode utilizar ou não informações enviadas sob a forma de press-releases. Os press-releases ou simplesmente releases, no jargão jornalístico, são textos liberados para publicação, escritos para fins de divulgação de atividades, produtos ou serviços. Devem ser redigidos preferencialmente em linguagem jornalística, ser claros, objetivos e conter informações completas, o que inclui e-mails e telefones para contato. Em caso de dúvida, os assessores da IMAGEM/UFJF poderão entrar em contato para esclarecimentos.
6. **Envio:** Todas as demandas por divulgação deverão ser enviadas necessariamente para o e-mail: assessoria.dci@ufjf.br, considerando as orientações deste documento em relação aos critérios de noticiabilidade, assim como às normas de escrita. Qualquer dúvida, solicita-se entrar em contato pelo telefones: 2102-3967 e 2102-3969.

Categorias temáticas para divulgação

Com base nas solicitações usualmente recebidas pela IMAGEM/UFJF, elaboramos uma lista de demandas com respectivos canais em que poderão ser divulgadas informações, de modo a orientar futuros pedidos. Haverá casos não abarcados por essas categorias.

Ressalta-se que, nessas situações, cabe exclusivamente à IMAGEM/UFJF decidir que tipo de divulgação será realizada. Em alguns casos há um tópico de observação. Esse item ressalta que a demanda será analisada para possíveis inserções em outros canais, além dos já citados. A advertência não obriga a IMAGEM/UFJF a realizar a divulgação, apenas destaca que essa situação poderá acontecer.

1. Reuniões ordinárias e extraordinárias de conselhos universitários: Todas as reuniões do Conselho Superior (CONSU) serão noticiadas com matéria publicada no portal principal e republicada nos sub-portais: de estudantes, de servidores e do Campus Avançado de Governador Valadares. Dependendo dos temas/ pautas discutidas no CONSU, poderemos produzir matéria prévia ou cobertura especial para o portal. As reuniões dos conselhos setoriais: de Extensão e de Pesquisa e Pós-Graduação, quando tratarem de assuntos de interesse geral e/ou institucional serão noticiadas, com análise da pauta de reunião para possível matéria prévia ou cobertura no portal da UFJF.
2. Iniciativas de financiamento coletivo (crowdfunding): A IMAGEM/UFJF não realiza divulgação de financiamentos coletivos.
3. Defesas de monografia, dissertação e tese: A IMAGEM/UFJF não realiza divulgação de defesas. Entretanto, os trabalhos e projetos resultantes das defesas citadas nessa categoria poderão ser analisados para pautas futuras, inserção na revista A3 ou no portal de divulgação científica. A IMAGEM/UFJF estimula o envio de sugestões de pauta com temas instigantes e assuntos inovadores pelo e-mail imprensa.dci@ufjf.br.
4. Editais promovidos por pró-reitorias, diretorias administrativas e acadêmicas, faculdades e institutos: todos os editais institucionais (concursos públicos, chamadas para intercâmbio, assistência estudantil, iniciação científica, projetos de extensão, projetos culturais, apoio à pesquisa, publicação e viagem) serão noticiados através do uso do sistema de e-mails institucionais, portais de estudantes e servidores, informativo UFJF e pelo PORTAL UFJF e nas plataformas do INSTAGRAM e TWITTER (para editais voltados para projetos de ensino, pesquisa e de extensão).
5. Eleições de entidades representativas, de conselhos superiores e de institutos, faculdades, departamentos e reitoria: A IMAGEM/UFJF, após o recebimento de demandas enviadas pelas entidades representativas (DCE, APES e SINTUFEJUF), vai analisar os pedidos para possível inserção nos sub-portais específicos. Os processos de eleição para a Reitoria serão noticiados no portal e nos sub-portais, bem como nas redes sociais. Eleições de diretores de unidades acadêmicas não serão noticiadas. Entretanto, quando da posse dos novos diretores, a IMAGEM/UFJF fará a cobertura com publicação no portal principal e nos informativos semanais.
6. Eventos promovidos pela UFJF ou que aconteçam na Universidade: A IMAGEM/UFJF fará cobertura noticiosa, com publicação nos informativos semanais e nas redes sociais de: colóquio, congresso, debate, encontro, homenagem, inauguração, jornada, mesa-redonda, mostra, palestra, posse, reunião, semana, seminário, simpósio, solenidade, conferência. todas as demandas serão analisadas para possível matéria de anúncio ou de cobertura no portal principal e para inserção no Facebook.
7. Informes setoriais internos: Mudança no horário de funcionamento dos setores, alteração de procedimentos educacionais e administrativos, gestão de pessoas, logística e administração dos campi; serão divulgados através do perfil institucional no Twitter, apenas nos casos em que o informe atinja diretamente os estudantes da comunidade acadêmica. Casos que afetem os servidores serão sempre divulgados através do portal do servidor e pela listas de e-mails institucionais
8. Lançamento de livros: A divulgação deverá ocorrer através do boletim semanal, pelo Twitter e Instagram. Matérias para o portal só deverão ocorrer quando se tratar de lançamento de livros editados pela Editoria UFJF.

9. Notas de manifestação da UFJF: Serão divulgadas no portal principal e nas redes sociais. Nos casos de notas produzidas pelo conselho Superior, terão destaque no alto do portal, nos slides e deverão permanecer em destaque por quantos dias for necessário.
10. Obituário: A IMAGEM/UFJF enviará, por meio das listas e-mails institucionais, notas de falecimento de: servidores, efetivos e aposentados, e de estudantes de graduação e pós-graduação regulares. Os pedidos de nota deverão ser enviados, com a devida autorização dos familiares, para o e-mail: imagem@ufjf.br contendo as seguintes informações: nome do servidor e/ou estudante, relação institucional (local de trabalho, função, etc.), dados do local de velório e/ou sepultamento. Nos casos de comoção pública, falecimento de professores eméritos, honoris causa, pró-reitores e/ou diretores em exercício, reitores e ex-reitores, a IMAGEM/UFJF poderá divulgar a notícia através das mídias sociais e o portal da UFJF. O meio de divulgação pode ser um texto jornalístico.
11. Premiações e homenagens locais, regionais, nacionais e internacionais a cursos e membros da comunidade acadêmica: Serão divulgadas através do Twitter e do Instagram. Entretanto, a premiação será analisada para possível inserção no portal, no Facebook, na revista A3 ou ainda ser direcionada, como pauta, para reportagem especial para o portal de divulgação científica.
12. Programação cultural e esportiva dentro da UFJF (artes cênicas, cinema, exposição, feira, festival, música, campeonato, jogos): Serão divulgadas através dos informativos semanais, portal principal e pelas redes sociais. A demanda será analisada para possível matéria de anúncio ou de cobertura no portal da UFJF e para inserção no Facebook da Universidade.
13. Projetos de extensão e/ou de iniciação científica: serão divulgados pelas redes sociais e informativos semanais. Toda demanda será analisada para possível matéria no portal da UFJF ou inserção nas redes sociais e Revista A3.
14. Projetos pessoais da comunidade acadêmica: Quando recebidas, as demandas serão analisadas para possível inserção em um dos canais de comunicação.
15. Processos seletivos de ingresso na graduação (PISM, ENEM/SISU, Seleção para Portador de Diploma de Curso Superior, Admissão para Transferência Facultativa, Seleção para Vagas Remanescentes, Certificação de Habilidade Específica, seleções para educação a distância, etc.): Serão divulgados pelo portal principal e sub-portais, redes sociais e demais canais. As etapas divulgadas nos referidos canais são: abertura do edital; inscrições; resultado dos aprovados; registro acadêmico e evento institucional de recepção aos calouros. A IMAGEM/UFJF se envolve intensamente na divulgação destes processos e dá prioridade a este trabalho.
16. Processos seletivos de ingresso na pós-graduação: A divulgação deve ocorrer pelas redes sociais e informativos semanais. Quando possível, a divulgação será realizada de forma genérica, citando algumas seleções abertas e indicando o link para que o interessado confira todas as opções disponíveis.
17. Rankings universitários: Os resultados institucionais em rankings devem ser divulgados no portal UFJF e nas redes sociais.
18. Serviços de outras universidades e instituições: A IMAGEM/UFJF não realiza divulgação de serviços sem vínculo institucional com a Universidade Federal de Juiz de Fora.
19. Vagas de estágio e bolsas internas: Serão divulgadas através do portal dos estudantes e pelas redes sociais. A divulgação será realizada de forma genérica, não citando especificidades das vagas, mas apenas avisando à comunidade que elas existem. A IMAGEM/UFJF não realiza divulgação de vagas de estágio externas.
20. Visita de autoridades: As visitas serão analisadas para possível inserção no portal da UFJF e nas mídias sociais.

21. Posses internas: Os eventos solenes, como posses de diretores de unidades acadêmicas são divulgadas pelo portal UFJF e pelos informativos semanais. todo evento deverá ter cobertura fotográfica e as imagens disponibilizadas para a unidade acadêmica.
22. Cerimônias de Inauguração de prédios localizados nos Campi e/ou áreas da UFJF externas: Deverão ser cobertas, com notícia divulgada no portal e nas redes sociais.
23. Eventos externos onde a UFJF aparece como parceira: todas as demandas devem ser analisadas para determinar os canais de comunicação e a dimensão da cobertura necessária.
24. Posses externas: No caso de membros da comunidade acadêmica que assumem cargos máximos em instituições de grande relevância social, a sugestão de pauta será analisada para possível inserção no portal da UFJF caso a posse se referir a cargos de direção ou correlatos em instituições ligadas à educação.

PRINCIPAIS INFORMAÇÕES QUE DEVEM CONSTAR DOS E-MAILS DE SOLICITAÇÃO DE DIVULGAÇÃO

EVENTOS, CURSOS E PROJETOS	Título do evento; descrição; data de início; data de término; horário; local; valores; necessidade de inscrição; link para mais informações; contatos.
SELEÇÕES	Título da seleção; descrição; responsáveis; quantidade de vagas; período de inscrição; data do certame; valores; link do edital; contato para mais informações.
PESQUISAS	Título da pesquisa; descrição; categoria (TCC, dissertação, tese); pesquisador responsável; departamento promotor; link para mais informações; contatos.

PRIORIZAÇÃO DE DEMANDAS

Além dos critérios listados anteriormente, é importante avaliar o grau de prioridade de cada ação/ demanda apresentada, considerando parâmetros claros de relação com os objetivos da Comunicação Institucional. Para isso, vamos aplicar critérios de noticiabilidade para verificar cada demanda. Os seguintes critérios de noticiabilidade serão utilizados para avaliação de solicitações, pedidos de cobertura, sugestões de pauta, solicitações de notícia, etc.:

- Critérios subjetivos envolvidos no processo de validação: relevância, novidade, proximidade, temporalidade, atualidade, notabilidade, notoriedade e ação;
- Critérios contextuais: disponibilidade, equilíbrio, visualidade, dia noticioso;
- Critérios de construção: simplificação, amplificação, consonância.

Além disso, no caso de eventos previstos, além de verificarmos o alinhamento ao plano estratégico da instituição, vamos usar também os critérios apresentados no quadro 1.

CRITÉRIOS	DESCRIÇÃO	NOTAS
<p style="text-align: center;">A</p> <p style="text-align: center;">Previsão do evento no plano institucional (peso 30%)</p>	<p style="text-align: center;">Avalia se o evento solicitado consta do plano</p>	<p style="text-align: center;">0</p> <p>O evento não consta do plano institucional e será organizado integralmente pelo setor proponente sem apoio da Comunicação Institucional</p> <p style="text-align: center;">50</p> <p>O evento não consta do plano institucional e será parcialmente apoiado pela comunicação institucional por ser emergencial ou estratégico</p> <p style="text-align: center;">75</p> <p>O evento não consta do plano institucional e será parcialmente apoiado pela comunicação institucional por ser emergencial ou estratégico e requerer apenas apoio de divulgação</p> <p style="text-align: center;">100</p> <p>O evento consta do plano institucional</p>
<p style="text-align: center;">B</p> <p style="text-align: center;">Possível impacto nos projetos prioritários e estratégicos (peso 20%)</p>	<p style="text-align: center;">Avalia se os temas abordados no evento estão relacionados a algum dos projetos da UFJF e como a realização do evento contribui para a execução, melhoria ou conclusão desse processo ou projeto</p>	<p style="text-align: center;">0</p> <p>Não está relacionado a nenhum dos processos/projetos ou está relacionado a algum processo de negócio ou projeto da UFJF embora a realização do evento não contribua para sua execução ou aperfeiçoamento</p> <p style="text-align: center;">50</p> <p>Está relacionado a algum processo de negócio ou projetos e com ele a realização do evento contribui, de maneira secundária</p> <p style="text-align: center;">100</p> <p>Está relacionado a algum processo de negócio ou projetos e a realização do evento, além de ser parte da execução do processo, contribui, de maneira significativa, para sua melhoria e aperfeiçoamento</p>

CRITÉRIOS	DESCRIÇÃO	NOTAS
<p>C Possível impacto nas ações estratégicas ou nos meios finalísticos da Universidade (peso 20%)</p>	<p>Avalia se a programação do evento está relacionada com a agenda institucional atual ou possui potencial de impacto na agenda futura da UFJF e se os assuntos abordados no evento contribuem para positivar a imagem e reputação da instituição</p>	<p>0 Não está relacionada a nenhum tema da agenda atual e não tem potencial de impacto na agenda futura</p> <p>25 Possui potencial de impacto na agenda futura, e a realização do evento contribui para melhoria da gestão</p> <p>50 Impacta a agenda atual, e a realização do evento contribui para melhoria da gestão</p> <p>75 Possui potencial de impacto na agenda futura e a realização do evento contribui para melhorar os processos internos da instituição</p> <p>100 Impacta a agenda atual e a realização do evento contribui para melhorar a performance de gestão institucional</p>
<p>D1 Possível impacto na imagem institucional da UFJF Junto ao público interno (peso 10%)</p>	<p>Avalia o impacto do evento sobre o público interno da UFJF e se sua realização afeta ou não a imagem institucional interna</p>	<p>0 Não há nenhum impacto negativo sobre o público interno e nenhum prejuízo na imagem institucional interna.</p> <p>50 Há impacto negativo sobre o público interno e não há prejuízo na imagem institucional interna.</p> <p>100 Há impacto negativo sobre o público interno e prejuízo na imagem institucional interna.</p>
<p>D2 Possível impacto na imagem institucional da UFJF Junto ao público externo (peso 20%)</p>	<p>Avalia o impacto do evento sobre o público externo e se sua realização afeta ou não a imagem institucional externa</p>	<p>0 Não há nenhum impacto negativo sobre o público externo e nenhum prejuízo na imagem institucional externa.</p> <p>50 Há impacto negativo sobre o público externo e não há prejuízo na imagem institucional externa.</p> <p>100 Há impacto negativo sobre o público externo e prejuízo na imagem institucional externa.</p>

GLOSSÁRIO

Anúncio: Denominamos matéria de anúncio a publicação produzida antes do evento com o intuito de divulgar a atividade e convidar o público a comparecer ao evento.

Cobertura: Matéria de cobertura é a produção de notícia que se refere a um evento, acontecimento, atividade ocorrido na UFJF ou que tenha a Universidade como foco. Um repórter da IMAGEM/UFJF é o responsável pela cobertura, que preferencialmente é pautada com antecedência. As matérias podem exigir ou não fotografias.

Pauta: Documento básico no jornalismo, é um instrumento de planejamento do cotidiano das redações. Serve para prever, anunciar, determinar assuntos que serão cobertos pelos repórteres da IMAGEM/UFJF ou que serão trabalhados pela assessoria de imprensa. As sugestões de temas que podem ser transformadas em pautas, devem ser enviadas para o e-mail: imprensa.dci@ufjf.br.

Press-release: Também chamados releases, são textos liberados para publicação, escritos para a divulgação de atividades, produtos ou serviços. O ideal é que sejam redigidos em linguagem jornalística, apontados o que, quando, como, onde e por que o tema é importante. Um release deve ser claro, objetivo e conter informações completas, o que inclui e-mails e telefones para contato. Nenhum setor, administrativo ou acadêmico, deverá enviar releases diretamente à imprensa externa sem antes passar o material pela IMAGEM/UFJF, para evitarmos erros de construção ou situações que possam afetar a Imagem Institucional.

CONTATOS DA COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

Diretoria

direcao.comunicacao@ufjf.br | (32) 2102-3997

Secretaria

imagem@ufjf | (32) 2102-3967

Assessoria e Relacionamento com a Mídia

assessoria.dci@ufjf.br e imprensa.dci@ufjf.br | (32) 2102-3970

Produção de Conteúdo Multiplataforma

pcm.dci@ufjf.br | (32) 2102-3969

Eventos e Cerimonial

cerimonial@ufjf.br | (32) 2102-3966

Central de Atendimento

faleconosco@ufjf.br | (32) 2102-3911







UFJF | Comunicação Institucional

DIRETORIA DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
IMAGEM/UFJF

imagem@ufjf.br | (32) 2102-3967

Edifício da Reitoria | Campus Universitário

Rua José Lourenço Kelmer, s/n | São Pedro, Juiz de Fora (MG) | CEP: 36036-900

