



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
UNIVERSIDADE FEDERAL DA FRONTEIRA SUL
Gabinete do Reitor
DIRETORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

MANUAL DAS DIRETRIZES DA DIRETORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DA
UFFS 1 APRESENTAÇÃO

Serão apresentadas a seguir as diretrizes que orientam o trabalho da Diretoria de Comunicação Social na Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS). Elas são o resultado de três anos de práticas, reflexões e debates em busca das melhores formas de dar visibilidade às ações da Instituição. As diretrizes, como linhas gerais de atuação da estrutura da comunicação, farão parte da Política de Comunicação da UFFS.

A formalização das diretrizes é o primeiro passo para que se possa ampliar o trabalho na direção de uma Política de Comunicação. A diferença entre as diretrizes e a política é que a primeira estabelece um conjunto de princípios e critérios de atuação da Diretoria de Comunicação Social e a segunda, além de incorporar esses elementos, amplia o foco para toda a Instituição como um “Conjunto de princípios, diretrizes e estratégias que objetivam orientar, de maneira uniforme, profissional e sistemática, o relacionamento de uma organização com os seus diversos públicos de interesse (*stakeholders*).” (BUENO, 2009, p. 2).

O trabalho da Diretoria de Comunicação Social está pautado em princípios que garantem a visibilidade das ações da UFFS e o fortalecimento da sua imagem como instituição que se propõe a oferecer uma educação de qualidade para todos. Este documento é o primeiro passo para a consolidação do trabalho da Diretoria de Comunicação Social da UFFS.

2 A INSTITUIÇÃO

As diretrizes de comunicação da UFFS possuem como parâmetro fundamental a missão da Universidade Federal da Fronteira Sul, colocando-se a serviço da sua divulgação. É a partir dela que a comunicação atuará.

2.1 MISSÃO

A Universidade Federal da Fronteira Sul tem como missão:

- a)** Assegurar o acesso à educação superior como fator decisivo para o desenvolvimento da região da Fronteira Sul, à qualificação profissional e à inclusão social;
- b)** Desenvolver atividades de ensino, pesquisa e extensão, buscando a interação e a integração das cidades e estados que compõem a Grande Fronteira do Mercosul e seu entorno;

c) Promover o desenvolvimento regional integrado — condição essencial para a garantia da permanência dos cidadãos graduados na região da Fronteira Sul e a reversão do processo de litoralização, que atualmente está em curso.

3 CONCEITOS

Seguem os conceitos a partir dos quais este documento foi elaborado e que fazem parte do trabalho cotidiano da Diretoria de Comunicação Social.

3.1 UNIVERSIDADE *MULTICAMPI*

Uma universidade *multicampi* caracteriza-se por uma estrutura composta de uma sede e de um conjunto de *campi*. Assim, a UFFS possui sua sede em Chapecó (SC), com *campi* em Chapecó (SC), Erechim, Cerro Largo e Passo Fundo (RS), Laranjeiras do Sul e Realeza (PR).

O desafio é manter uma linha de atuação geral ao mesmo tempo em que a particularidade de cada *campus* seja garantida. Assim, o objetivo da comunicação em uma universidade *multicampi* deve ser o de fortalecer a mesma imagem da Instituição em todos os espaços que ela esteja.

3.2 COMUNICAÇÃO PÚBLICA

Compreende-se comunicação pública em pelo menos duas acepções: realizada por instituição pública e, ao mesmo tempo, que visa ao interesse público. Nessa direção, o principal objetivo é disponibilizar a todos os cidadãos informações confiáveis para que possam conhecer e acessar tudo o que a UFFS oferece.

“A abertura das fontes e a transparência das ações serão fundamentais para que as organizações possam se relacionar com a sociedade e contribuir para a construção da cidadania na perspectiva da responsabilidade social.” (KUNSCH, 2003, p. 90). Portanto, as instituições não podem estar restritas ao *marketing*; necessitam de práticas que privilegiem o estabelecimento estratégico e político de canais de comunicação que possibilitem a interação e a mediação entre a organização e seus diversos públicos.

3.3 COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

O principal foco da comunicação é tornar a missão da instituição visível e que seja apropriada pelos públicos de interesse. Para Bueno (2009, p. 314), a comunicação institucional é um “Conjunto integrado de processos, estratégias, ações, produtos e planos que têm como objetivo estabelecer, consolidar e ampliar o relacionamento de uma organização com todos os seus públicos de interesse.”

Ainda, segundo Kunsch (2003, p. 165),

[...] a comunicação institucional é a responsável direta pela construção e formação de uma imagem e identidade corporativas fortes e positivas de uma organização. A comunicação institucional está diretamente ligada aos aspectos corporativos institucionais que explicitam o lado público das organizações, constrói uma personalidade creditiva organizacional e tem como proposta básica a influência político-social na sociedade onde está inserida.

3.4 GESTÃO DA COMUNICAÇÃO

O principal desafio de gestão da Diretoria de Comunicação Social é a criação de condições estruturais e de recursos humanos para dar visibilidade à missão da Instituição. Para isso, ela precisa

ter um lugar estratégico na gestão da Universidade e contar com profissionais de diversas áreas, a fim de que a comunicação com o seu público de interesse seja efetiva. Em uma universidade *multicampi*, como é o caso da UFFS, é fundamental uma estrutura geral que dialogue com as *equipes* específicas dos *campi* e as oriente.

4 PRINCÍPIOS

O trabalho da Diretoria de Comunicação Social da Universidade Federal da Fronteira Sul será realizado a partir dos princípios expressos a seguir.

4.1 BEM PÚBLICO

A Universidade é um bem público; como tal, é um bem da e para a comunidade. Esse princípio orienta o trabalho da Diretoria de Comunicação Social no sentido de ampliar cada vez mais o público que recebe as suas informações, adotando como estratégia a intensificação do trabalho jornalístico e reforçando-o com os materiais da comunicação visual.

4.2 INSTITUCIONAL

A Diretoria da Comunicação Social orienta-se pelo princípio institucional, cujo foco maior é a visibilidade da missão da UFFS a partir de uma mesma linha de comunicação.

4.3 FORTALECIMENTO DA IMAGEM

A imagem de uma instituição é reforçada ou fragilizada pelas ações de todos os seus integrantes. O trabalho da Diretoria de Comunicação Social é consolidar uma imagem positiva da Universidade, com a divulgação dos seus pontos fortes e de ações direcionadas aos públicos de interesse. Fortalecendo a imagem da UFFS, toda a comunidade acadêmica será fortalecida.

4.4 DISCURSO INSTITUCIONAL

Todos os servidores e estudantes de uma instituição são identificados pelo espaço em que atuam. Quando alguém faz parte de uma repartição pública, principalmente, a imagem e a ação dessa pessoa são associadas à instituição. Por isso, é fundamental que todos conheçam a missão da UFFS e os seus documentos básicos, além das informações sobre as ações em andamento.

A Diretoria de Comunicação Social da UFFS trabalha com porta-vozes adequados para cada situação comunicativa. Por isso, diante de qualquer solicitação de posicionamento, a Diretoria será acionada para mobilizar e organizar a fala institucional.

5 PÚBLICOS DE INTERESSE

O conceito de *stakeholders* ou públicos de interesse surgiu no *marketing* de relacionamento e apresenta uma definição mais ampla que a de público-alvo: são aquelas pessoas ou grupos que possuem interesses, afinidades e com os quais a instituição deve manter relacionamentos de proximidade. Esse público é determinante no sucesso e no crescimento de uma organização.

A Diretoria de Comunicação Social da UFFS trabalha para a ampliação do relacionamento com os públicos de interesse, orientando a criação de estratégias, fluxos e veículos de comunicação. Apresentamos a seguir aqueles públicos com os quais a UFFS se relaciona atualmente.

5.1 INTERNOS

- a) Primário: acadêmicos e servidores;
- b) Secundário: fornecedores de materiais e suprimentos e equipes terceirizadas.

5.2 EXTERNOS

- a) Primário: estudantes e professores da educação básica;
- b) Secundário: formados que pretendem cursar nova graduação ou pós-graduação;
- c) Terciário: veículos de imprensa e formadores de opinião;
- d) Quaternário: Ministério da Educação, agências de fomento e órgãos relacionados à educação.

5.3 RELAÇÃO COM OS PÚBLICOS DE INTERESSE

A comunicação com os públicos de interesse levará em conta a linguagem e os veículos mais adequados. Para isso, é fundamental conhecer os destinatários, a fim de que a interação aconteça, ou seja, que eles possam ser sensibilizados e as informações sejam recebidas.

6 FOCO

A Diretoria de Comunicação Social terá como foco a missão da UFFS, a partir de duas frentes: institucional e imagem.

6.1 INSTITUCIONAL

O produto das ações ligadas à missão da Universidade terá centralidade nos trabalhos de jornalismo e de comunicação visual. A Diretoria de Comunicação Social trabalhará em todos os seus veículos, divulgando as atividades de ensino, pesquisa, extensão, pós-graduação e administração desenvolvidas pela Universidade.

O foco institucional dará exclusividade às ações da UFFS e orientará as linhas de atuação da Diretoria.

6.2 IMAGEM

O universo que abrange a imagem de uma instituição é amplo e materializado por todas as ações da Universidade e dos segmentos que a integram. Por isso, os materiais de comunicação e os públicos devem reforçar publicamente a missão da UFFS, para que ela seja lembrada como pública, popular, gratuita e de qualidade. O uso da marca deve seguir as orientações do Manual de Identidade Visual da UFFS.

A imagem da instituição diz respeito a todo conteúdo veiculado sobre a Universidade, seja em âmbito interno, seja em veículos de comunicação, o que contribui para a formação da identidade da marca. Além disso, esse processo também é responsável por definir como os públicos de interesse visualizam a imagem da UFFS e quais associações ela suscita.

7 LINHAS DE ATUAÇÃO

A Diretoria de Comunicação Social está vinculada à Reitoria, o que determina o caráter institucional de sua atuação e, ao mesmo tempo, o vínculo com a gestão da Universidade. Ela possui duas linhas de atuação: jornalismo e comunicação visual.

7.1. JORNALISMO

O jornalismo atua em duas frentes: geral e local. Compreende-se geral por ações, eventos e assuntos que envolvam e sejam de interesse de toda a Instituição, realizada ou coordenada pelos jornalistas da Diretoria de Comunicação Social. A frente local diz respeito à vida nos *campi* da UFFS e é de responsabilidade dos jornalistas das Assessorias de Comunicação dos *campi*.

A organização do trabalho jornalístico se dá, especialmente, através da reunião de pauta semanal, que é realizada pela DCS em conjunto com as Assessorias de Comunicação (ASCOM) dos *campi*. Na reunião são debatidos e aprovados os encaminhamentos das pautas coletadas, durante a semana, pelos jornalistas lotados nos *campi*:

- São fontes de pautas gerais: reitor, vice-reitor, pró-reitores, secretários especiais, assessores, servidores e discentes;

- São fontes de pautas nos *campi*: coordenadores de curso, professores, coordenadores acadêmico e administrativo, diretor do *campus*, alunos e servidores.

Após a coleta das pautas, a DCS e as ASCOM reúnem-se, via videoconferência, para debatê-las e encaminhá-las.

As sugestões de pautas extraordinárias são aquelas que não são captadas pelo jornalista no dia específico. Essas sugestões devem ser formalizadas para e-mail pautas@uffs.edu.br com o maior número possível de dados.

As pautas aprovadas na reunião de pauta terão prioridade, sendo que temas e atividades que não forem informados com antecedência terão a cobertura condicionada pela relevância, urgência (factualidade) e possibilidade de atendimento.

- A periodicidade da publicação de notícias nos diferentes veículos de comunicação será definida, exclusivamente, pela DCS/ASCOM, com base nas datas encaminhadas na solicitação e no caráter jornalístico das publicações. Mesmo que as solicitações sejam enviadas com antecedência, a periodicidade e o número de divulgações serão definidos pela DCS/ASCOM, considerando as especificidades de cada veículo;

- Os textos encaminhados para divulgação da DCS/ASCOM serão editados, de acordo com conceitos e técnicas jornalísticas. O foco do tema também poderá ser alterado para atender o caráter institucional das publicações.

- Cabe a DCS/ASCOM a definição dos conteúdos que ganharão mais destaque no *site* da Instituição, por exemplo, os que ficarão disponíveis como banners ou notícias em destaque;

- Os materiais produzidos pela DCS/ASCOM podem ser cedidos às fontes e à comunidade acadêmica e externa, mediante termo de autorização de uso, assinado pelo solicitante e autorizado pelo Diretor de Comunicação ou pelo Diretor do Campus. O termo está no Anexo I deste Manual e será utilizado como forma de determinar as possibilidades de uso do material fornecido, garantindo que tal material não seja utilizado de forma a macular a imagem da Instituição ou mesmo comprometer o profissional responsável pela sua produção.

- Os textos produzidos pela DCS/ASCOM somente serão enviados aos solicitantes para aprovação e/ou edição caso o profissional da Diretoria/Assessoria julgue necessário e/ou em casos excepcionais justificados;

- Um dos compromissos prioritários da DCS é disseminar o conhecimento produzido dentro da UFFS. Para que isso aconteça, é fundamental que as fontes informem sobre seus trabalhos no momento de captação da pauta.

- A DCS/ASCOM divulga, exclusivamente, assuntos de interesse da Instituição, preterindo, portanto, toda e qualquer matéria que se caracterize como promoção pessoal, campanhas políticas externas e internas, de entidades de representação profissional e estudantil, além de propagandas de empresas privadas.

- A DCS/ASCOM, cuja preocupação é a imagem positiva da Instituição, considera, na criação e divulgação de pautas, somente os fatos concretos, evitando, assim, a oferta de promessas aos públicos de interesse.

7.1.2 Produtos e serviços

jornalísticos Site da UFFS

O *site* da Universidade é um meio de comunicação direcionado à comunidade regional da UFFS e é o principal veículo de comunicação. São divulgadas notícias institucionais, atividades e eventos abertos ao público, pesquisas desenvolvidas no âmbito da Instituição, além de informações culturais. As notícias são atualizadas diariamente e podem remeter a outros *links* que complementam os dados divulgados. A DCS também é responsável pela inserção de notícias nos espaços dos *campi* da UFFS, caso seja necessário. Cada ASCOM gerencia o espaço do seu *campus* específico.

Serão divulgadas no *site* somente atividades, pesquisas e eventos acadêmicos regulamentados pelas unidades responsáveis (programas de pós-graduação, pró-reitorias, diretorias, departamentos, etc.), além de notícias relacionadas à Universidade e direcionadas aos públicos regionais da Instituição.

A DCS/ASCOM é responsável por determinar quais solicitações serão veiculadas ou não no *site* da UFFS, de acordo com parâmetros jornalísticos. Cabe à DCS/ASCOM também a definição do destaque da notícia e seu período de veiculação.

São pertinentes ao conteúdo e formato do site as solicitações de divulgação de eventos, pesquisas, prêmios, serviços e informações de interesse das comunidades regionais da UFFS, excetuando-se qualquer material que possa promover interesse individual ou particular, assim como divulgação de notícias de entidades de representação profissional e estudantil, considerando que cada entidade pode construir veículos próprios para divulgação de suas ações.

Releases

Os *releases*, *press-releases* ou sugestões de pauta são textos enviados para a imprensa local, regional e nacional (contatos cadastrados no *mailing* da DCS e ASCOM) com o objetivo de informar aos jornalistas dos mais diversos setores sobre temas da Universidade que interessam à sociedade em geral. O objetivo é que se tornem notícia nos veículos. O foco desse trabalho é

ampliar a inserção de notícias sobre a UFFS na mídia, promover a transparência das atividades da Instituição e contribuir para uma imagem positiva da Universidade. A elaboração do texto é feita visando um público mais amplo, às vezes alheio ao cotidiano da Instituição. Por isso, é necessário que o texto tenha mais informações e uma linguagem mais acessível.

- Quando a ação for realizada e/ou apoiada por outras instituições, a divulgação, cobertura e pós-evento podem ser planejadas em conjunto;
- A DCS e as ASCOM são responsáveis por determinar que as solicitações sejam veiculadas, ou não, por *release*, de acordo com parâmetros editoriais;
- O envio do *release* não garante a sua veiculação, já que a UFFS não tem interferência sobre as linhas editoriais dos veículos.
- São pertinentes ao conteúdo e formato do *release* as solicitações de divulgação de ações de interesse da comunidade regional.
- Os *releases* pós-evento poderão, ou não, ser produzidos pela DCS e pelas ASCOM, que são responsáveis por decidir a cobertura do evento.

Não se constituirão como *release* conteúdos provenientes de solicitações de divulgação de:

- Eventos restritos à comunidade acadêmica da Universidade;
- Material de interesse individual;
- Notícias de entidades de representação profissional e estudantil, considerando que cada entidade pode construir veículos próprios para divulgação de suas ações.

Informativo eletrônico

Importante meio de comunicação interna, o informativo eletrônico é enviado, via *e-mail*, para informar servidores, docentes e técnicos administrativos dos *campi* da UFFS. Além de informações relacionadas à rotina da Universidade e informes administrativos, o informativo reúne notícias sobre oportunidades para os servidores, agenda local de eventos e serviços. Cada pró-reitoria, diretoria, assessoria e diretoria de *campus* poderá inserir informações de interesse institucional nesse veículo. Cabe às ASCOM a edição e definição de periodicidade, notícias e informações que terão destaque.

São pertinentes ao conteúdo e formato do informativo eletrônico as solicitações de:

- Divulgação de editais, serviços, acordos interinstitucionais e de interesse do público interno;
- Divulgação de oportunidades para pós-graduação em instituições públicas e/ou parceiras da UFFS, desde que a vaga disponibilizada seja relacionada a algum curso ou serviço oferecido pela Universidade;
- Divulgação de cursos e oportunidades relacionados à UFFS ou instituições parceiras;

- Divulgação de eventos que estejam relacionados à UFFS e que tenham seu conteúdo relacionado com ensino, pesquisa e extensão;
- Divulgação de prêmios, concursos e editais que estejam vinculados às áreas de conhecimento da Universidade ou que se configurem como oportunidade para a comunidade universitária;
- Divulgação de resultados de premiações, concursos e editais que estejam vinculados às áreas de conhecimento da UFFS e que não se configurem como promoção pessoal do premiado;
- Divulgação de eventos culturais que tenham parceria, realização ou apoio da UFFS ou nos quais a comunidade universitária tenha condições especiais (descontos integrais ou parciais);
- Divulgação de cursos, eventos e demais atividades que não sejam restritas a um público específico de um departamento ou curso e que sejam abertos aos demais interessados;
- Pedidos de divulgação de portarias do Gabinete do Reitor e das direções dos *campi*;
- Informes da Reitoria, pró-reitorias, diretorias e unidades administrativas de caráter estratégico.

Serão desconsideradas solicitações de divulgação de:

- Cursos e oportunidades que não estejam relacionados à UFFS ou instituições parceiras e que não tenham vínculo com o ensino, a pesquisa ou a extensão;
- Eventos que não estejam relacionados à UFFS;
- Prêmios, concursos e editais que não estejam vinculados às áreas de conhecimento da Universidade ou que não se configurem como oportunidades para a comunidade universitária;
- Resultados de premiações, concursos e editais que não estejam vinculados às áreas de conhecimento da UFFS ou que se configurem como promoção pessoal do premiado;
- Cursos, eventos e demais atividades que sejam restritos a um público específico de um departamento ou curso e que não sejam abertos aos demais interessados. A promoção de ações voltadas a públicos muito restritos pode ser realizada por outros canais, direcionados a esse público, e não pelos meios abrangentes gerenciados pela DCO/ASCOM;
- Notícias de entidades de representação profissional e estudantil, considerando que a entidade pode construir veículos próprios para divulgação de suas ações;
- Artigos publicados em revistas, exceto se tiverem sido premiados.

Notas

- Nota oficial: informações destinadas aos veículos de imprensa que representam um posicionamento oficial da Universidade sobre um determinado assunto. De caráter emergencial e estratégico, as notas à imprensa são definidas pela DCS em conjunto com a Reitoria. Ou então, são definidas e produzidas pelas ASCOM em conjunto com as direções dos *campi*, sob orientação da DCS.

- Notas de falecimento: são elaboradas em decorrência do falecimento de membros da comunidade acadêmica.

Atendimento à Imprensa

O atendimento à imprensa ocorre por meio da relação com os veículos de comunicação locais, regionais e nacionais, contribuindo para a presença da UFFS na mídia. Por meio dele, a DCS e as ASCOM fazem a mediação entre a imprensa e a Universidade. O atendimento à imprensa é considerado uma questão estratégica, principalmente em ocasiões de vulnerabilidade.

- A DCS e as ASCOM são responsáveis pela mediação entre a fonte e o veículo de comunicação, não tendo controle sobre o conteúdo do material produzido pela imprensa a partir das informações concedidas pelo entrevistado. Nos casos em que a DCS e as ASCOM perceberem que as informações concedidas pelas fontes tenham sido descontextualizadas ou que a imagem da Instituição tenha sido negativizada, poderão intervir com a imprensa para a publicação de erratas ou de correções da informação publicada. Quando a fonte se sentir lesada deve comunicar o fato imediatamente à DCS ou à ASCOM;

- O atendimento à imprensa realizado pela DCS/ASCOM é restrito às informações pertinentes à Universidade, seus alunos e servidores, desde que o foco seja relacionado à atuação dentro da Instituição;

- A DCS/ASCOM não presta serviço de assessoria de imprensa às entidades representativas das categorias que compõem a comunidade universitária e aos estabelecimentos comerciais instalados nos *campi*, como restaurantes universitários, lanchonetes, bancos, dentre outros, e nem aos serviços de transporte;

- Todos os atendimentos solicitados pela imprensa são feitos pelos profissionais da DCS/ASCOM através de *e-mail* e/ou telefone;

- É indicado que toda entrevista concedida à imprensa seja mediada pela DCS/ASCOM, quando forem presenciais. Em casos contrários, a Diretoria deve ser informada sobre o atendimento paralelo à solicitação da imprensa;

- As fontes (servidores e alunos) têm total liberdade para aceitar ou negar as solicitações de atendimento à imprensa;

- Para gravações e fotos fora das instalações dos *campi* não há a necessidade de autorização prévia;

- É indicado que as fontes contatadas pela DCS/ASCOM atendam às solicitações com a maior antecedência possível, conforme orientação dos assessores;

- A DCS/ASCOM atua na assessoria institucional da Universidade, não tendo gerência sobre solicitações de atendimento de cunho pessoal;

- O acompanhamento de entrevistas com fontes e personagens da UFFS será realizado apenas com solicitação prévia. Além disso, a quantidade e o perfil dos entrevistados também deverão ser repassados com antecedência.

- A decisão pela realização de entrevistas coletivas é atribuição da DCS/ASCOM. Da mesma forma, a organização e coordenação das coletivas. Esse tipo de intervenção é realizado em caso de assunto de relevada importância.

7.1.3 Redes sociais

- A UFFS segue as diretrizes para o uso seguro das redes sociais na Administração Pública Federal, Norma Complementar nº 15/IN01/DSIC/GSIPR, do Conselho de Defesa Nacional (CDN). Caso sejam criadas novas redes sociais, todas deverão estar em conformidade com este Manual. Em linhas gerais, o documento traz informações sobre conceitos e definições, princípios e diretrizes e responsabilidades para aquelas unidades do Governo Federal que possuam estratégias nessa área. Entre os princípios e diretrizes, a norma estabelece que os perfis institucionais mantidos nas redes sociais devem ser administrados por servidores ocupantes de cargo efetivo ou por equipe mista, desde que sob responsabilidade de um servidor;
- As políticas de divulgação das redes sociais são especificadas pelas próprias plataformas, não tendo a DCS a gerência sobre a difusão das informações publicadas. O conteúdo das publicações das páginas oficiais gerais da UFFS é de responsabilidade exclusiva da DCS, e as páginas oficiais dos campi são de responsabilidade das ASCOM;
- A DCS e as ASCOM são responsáveis por determinar qual conteúdo será direcionado para publicação, respectivamente, nas redes sociais oficiais gerais da Instituição e nas redes oficiais dos campi;
- A DCS e as ASCOM não recomendam a criação de páginas nas redes sociais, bem como grupos públicos ou privados de discussão que utilizem o nome ou a marca da UFFS de maneira indevida e sem autorização, salientado que sempre que isso ocorrer procurar-se-á pelas vias legais extinguir tais meios.

Serão desconsideradas solicitações de divulgação de:

- Material de interesse individual ou particular;
- Entidades de representação profissional e estudantil, considerando que cada entidade pode construir veículos próprios para divulgação de suas ações.

Facebook

A UFFS possui páginas oficiais no Facebook (www.facebook.com/uffsonline), (<https://www.facebook.com/uffschapeco>), (<https://www.facebook.com/cerrolargouffs>), (<https://www.facebook.com/uffspassofundo>), (<https://www.facebook.com/uffslaranjeirasdosul>) direcionadas à comunidade regional da Universidade, com foco na divulgação de eventos, atividades da Instituição, oportunidades e assuntos de interesse geral, sem periodicidade fixa.

- As ASCOM dos *Campi* deverão seguir as orientações do manual das redes sociais.

Twitter

Chamadas curtas direcionadas aos públicos interno e externo da Universidade, com foco na divulgação de eventos, atividades da Instituição, oportunidades e assuntos de interesse geral, sem periodicidade fixa. A UFFS possui uma página oficial nesta rede www.twitter.com/@UFFSonline.

Instagram

Postagens curtas direcionadas aos públicos interno e externo da Universidade, com foco na divulgação de eventos, atividades da Instituição, oportunidades e assuntos de interesse geral, sem periodicidade fixa. A UFFS possui páginas oficiais nesta rede (<https://www.instagram.com/escolhiseruffs/>) e (<https://www.instagram.com/uffs.campuschapeco/>).

7.1.4 Guia de Fontes

O Guia de Fontes da UFFS é um instrumento de divulgação científica e de democratização da informação, que contribui para o relacionamento da Universidade com a sociedade e para a formação da opinião pública.

Facilitar esta divulgação é dever de uma universidade ética e transparente e socializar os conhecimentos é dever do cientista comprometido com a cidadania. Ao disponibilizar uma relação de servidores da UFFS e suas áreas de *expertise*, o Guia tem como principal objetivo atender à demanda dos jornalistas que entram em contato frequentemente com a Universidade, para que eles tenham uma resposta cada vez mais eficiente e rápida. Espera-se que esse trabalho leve a um crescimento da divulgação da Instituição e dos projetos nela realizados.

No entanto, a imprensa não é o único público-alvo do Guia de Fontes da UFFS. Além de facilitar o trabalho do jornalista, o Guia serve também como base de dados para outros pesquisadores, instituições e empresários que mantenham relacionamento com a Universidade ou que tenham interesse nesse sentido.

A consulta ao Guia de Fontes é feita pelo portal da UFFS (www.uffs.edu.br>Imprensa>Guia de Fontes). A pesquisa pode ser feita por *campus*, nome do pesquisador ou assunto.

Os servidores da UFFS que quiserem fazer parte do Guia podem preencher o formulário disponível nas Assessorias de Comunicação dos *campi*.

7.1.1.5 Clipping

A DCS realiza a coleta das informações que são divulgadas sobre a UFFS na mídia local, regional e nacional. A clipagem é feita mensalmente.

Além de quantificar a eficácia dos *releases* enviados à imprensa, o *clipping* facilita a busca por informações divulgadas sobre a Universidade.

São realizados *clippings* de mídia impressa e eletrônica.

7.2 COMUNICAÇÃO VISUAL

O Departamento de Comunicação Visual da DCS é responsável pela forma visual da comunicação institucional, compreendendo ações direcionadas aos públicos interno e externo. Seu principal

objetivo é divulgar a Instituição nos mais diversos contextos, sempre pensando nas relações com os diferentes públicos, reforçando a imagem positiva da UFFS.

7.2.1 Informações Gerais

A Comunicação Visual da UFFS atua em duas frentes: geral e local. Compreende-se geral por ações, eventos e assuntos que envolvam e sejam de interesse da Instituição como um todo. A frente local diz respeito aos acontecimentos nos *campi* da UFFS.

O Departamento de Comunicação Visual da Diretoria de Comunicação Social trabalha na interpretação, no ordenamento e na apresentação visual de mensagens. O Departamento trabalha na objetividade, beleza, pertinência e economia das mensagens. Esse trabalho vai além da estética, com o objetivo de planejar e estruturar as comunicações, sua produção e avaliação, considerando os públicos de interesse citados neste documento.

O Departamento de Comunicação Visual atenderá às solicitações de criação de materiais do Gabinete do Reitor, das pró-reitorias, secretarias especiais e direções dos *campi*, por meio do Sistema ADICOM (<https://adicom.uffs.edu.br>). As impressões e aprovação da Marca também devem ser solicitadas pelo ADICOM.

7.2.2 Produtos e

serviços Projeto Gráfico

Visual

O Departamento de Comunicação Visual é responsável pela elaboração de soluções visuais para os materiais criados internamente, sendo também responsável pela aplicação correta da Identidade Visual da UFFS, zelando para que não a deformem e/ou utilizem outras cores que prejudiquem sua legibilidade e visibilidade. O objetivo é estabelecer a unidade visual da Instituição, além de proporcionar uma unidade visual aos eventos. Essa unidade visual ou padrão visual garante a clareza, o reconhecimento e o respeito necessários aos eventos, respeitando o manual de Identidade Visual da UFFS.

A divulgação das atividades desenvolvidas na UFFS, bem como as ações de reforço da sua imagem, também é realizada por meio da confecção dos produtos institucionais. São elaborados pelo Departamento de Comunicação Visual pôsteres, cartilhas, cartazes informativos, campanhas institucionais, dentre vários outros materiais.

O Departamento de Comunicação Visual é responsável pelos procedimentos editoriais dos materiais de divulgação, como elaboração de textos (quando solicitado), seleção de imagens e diagramação, após a solicitação mediante sistema ADICOM (<https://adicom.uffs.edu.br/>).

É indicado que as solicitações para produção de materiais sejam feitas com a maior antecedência possível para garantir a viabilidade e o comprometimento com prazos para a produção e divulgação.

Só serão elaborados materiais relacionados a atividades desenvolvidas no âmbito da UFFS ou que sejam apoiadas e organizadas pela Instituição.

Os chefes das Assessorias de Comunicação dos *campi* são responsáveis pelo atendimento às demandas locais, encaminhando para o Departamento de Comunicação Visual todos os materiais necessários para a alteração ou confecção de projetos gráficos.

A continuidade ou finalização dos materiais solicitados dependerá do retorno dos solicitantes.

Em relação à elaboração de Produtos Institucionais, somente serão atendidas as solicitações de materiais que não infrinjam regras de usabilidade preestabelecidas de elementos gráficos integrantes da Identidade Visual da UFFS.

Considerando a importância da marca da Universidade, não se atenderão solicitações de criação de Identidade Visual/logotipo ("logomarca") de curso ou setor específico, uma vez que identidades desse tipo diluem a marca da UFFS e criam ao longo da história da Instituição uma gama muito grande de marcas, difíceis de gerenciar e muitas vezes utilizadas sem a aplicação da marca da UFFS.

As demandas devem seguir os trâmites e os prazos estipulados. Exceções serão avaliadas de acordo com a disponibilidade do Departamento de Comunicação Visual e demanda recebida.

A elaboração de materiais somente será realizada se todas as informações necessárias para a criação do material solicitado forem fornecidas.

A elaboração de materiais também condicionar-se-á, além de estar em concordância com os prazos estipulados pelo setor, à disponibilidade de responsáveis da UFFS para eventuais consultas, pré-avaliações, avaliações, correções e finalização do(s) produto(s) em tempo hábil.

A solicitação de elaboração de materiais de interesse individual será desconsiderada, assim como a de entidades de representação profissional e estudantil, considerando que cada entidade pode construir veículos próprios para divulgação de suas ações.

Publicidade

O Departamento de Comunicação Visual é responsável pela elaboração de campanhas institucionais. Tais atividades atendem ao objetivo da publicidade, de informar, educar, orientar, mobilizar, prevenir ou alertar os públicos de interesse.

Dentro da Universidade, a publicidade se destina a divulgar atos, ações, programas, obras, serviços, campanhas, metas e resultados das atividades e eventos desenvolvidos pela Instituição, com o objetivo de atender ao princípio da publicidade, de valorizar e fortalecer a Instituição com seus públicos. A publicidade será sempre destinada aos públicos de interesse da UFFS

A elaboração de campanhas, estratégias, canais de divulgação, quando solicitada com antecedência, será realizada pela DSC.

Em relação à elaboração de publicidade institucional, somente serão atendidas as solicitações que não se caracterizem como interesse individual, nem de entidades de representação profissional e estudantil, considerando que cada entidade pode construir veículos próprios para divulgação de suas ações.

Impressões Internas

O Departamento de Comunicação Visual e as ASCOM ficam responsáveis pela impressão colorida até o formato A3 (42 x 29,7 cm). A arte, se criada fora do Departamento, deverá ser avaliada antes de impressa quanto à aplicação da Identidade Visual da UFFS. Também será julgada a legibilidade, leiturabilidade e visibilidade da peça gráfica.

O corte e a dobra desses materiais são de responsabilidade do setor solicitante. O número máximo de impressões é de 200 cópias.

Impressões Externas

O Departamento de Comunicação Visual e as ASCOM ficam responsáveis pela avaliação e pelo encaminhamento dos procedimentos necessários para realização de impressões acima de 200 cópias A3, quando cumpridos os requisitos necessários pelo solicitante para efetivação da demanda.

Site da UFFS

O *site* da Universidade é o principal veículo de comunicação da Instituição com os públicos de interesse, tanto internos quanto externos. Nele é possível encontrar os mais diferentes conteúdos relacionados à UFFS e aos seus interesses. A Diretoria de Comunicação Social é responsável pela gestão visual do *site*, arquitetura de informação conforme as diretrizes estabelecidas.

Em relação à manutenção do *site* devem ser observadas as seguintes regras:

- Toda e qualquer mudança no *layout* do *site* da UFFS somente poderá ser realizada pela Diretoria de Comunicação Social;
- Alterações na arquitetura de informação e *layout* podem ser realizadas a qualquer momento, sem prévio aviso aos demais setores;
- O gerenciamento de usuários e a distribuição correta dos conteúdos na arquitetura da página são realizados conforme as normativas estabelecidas;
- A DCS é responsável por determinar quais solicitações serão executadas ou não no *site* da UFFS, de acordo com parâmetros que envolvem design, publicidade, eficiência na comunicação e maximização de impacto nos públicos de interesse.
- A DCS faz alterações e inclusões no site a partir da apresentação de conteúdos, que são analisados considerando-se sua viabilidade; desse trâmite poderá, como consequência, ocorrer a criação de novos links.
- Não serão divulgados pelo *site* conteúdos provenientes de solicitações de divulgação de material visual de interesse particular, sejam estes pessoais ou corporativos.
- As orientações estabelecidas no Manual do Conteudista deverão ser observadas.

REFERÊNCIAS

BUCCI, Eugenio. **Brasília, 19 horas**. Rio de Janeiro: Record, 2008.

BUENO, Wilson da Costa. **Comunicação empresarial: políticas e estratégias**. São Paulo: Saraiva, 2009.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Marketing no setor público: um guia para um desempenho mais eficaz**. Porto Alegre: Bookman, 2006.

KUNSCH, Margarida M. Krohling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. São Paulo: Summus, 2003.

POLÍTICA de Comunicação. 2. ed. revista e ampliada. Brasília: Embrapa, 2002.

TREVISOL, Joviles; CORDEIRO, Maria Helena; HASS, Monica (Org.). **Construindo agendas e definindo caminhos**. Chapecó: UFFS, 2011.