

# MANUAL DE CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE DA UFFS

## 1. APRESENTAÇÃO

Em 2014, foi criado um dos primeiros norteadores do trabalho da Diretoria de Comunicação Social (DCS) e, conseqüentemente, das Assessorias de Comunicação (ASCOM) da Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS): o Manual das Diretrizes da Diretoria de Comunicação Social, que reflete a necessidade de estabelecer princípios para garantir que as ações da Instituição ocupem lugar de destaque, seja nos veículos de comunicação externos ou naqueles produzidos pelos servidores vinculados à DCS e às ASCOM. O Manual estabelece princípios que, em geral, buscam o fortalecimento da imagem institucional, além de explicar princípios fundamentais, conceitos e práticas de atuação do jornalismo e da comunicação visual da UFFS.

Entretanto, no Manual das Diretrizes da Diretoria de Comunicação Social não fica suficientemente esclarecido de que forma a DCS e as ASCOM definem os conteúdos que serão temas de matérias no site institucional ou serão remetidos às redes sociais e à imprensa, bem como não aponta a linha editorial estabelecida. É a partir dessa necessidade que servidores jornalistas e relações públicas da UFFS apresentam a proposta do Manual de Critérios de Noticiabilidade, assumindo uma obrigação social com o direito fundamental do cidadão à informação precisa e correta “independente da natureza jurídica – se pública ou privada – e da linha política de seus proprietários e/ou diretores”, conforme previsto no princípio do direito à informação do Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros.

Essa premissa baseou uma sequência de reuniões realizadas ao longo de 2021 a fim de abordar a importância dos critérios de noticiabilidade na definição do que é ou não notícia e apresentar uma linha editorial que convirja para o interesse público e coletivo. Tais critérios são fundamentais na comunicação pública em seus diferentes eixos, entre eles destacando também a comunicação científica voltada a despertar o “interesse da opinião pública em geral pelos assuntos da ciência, buscando encontrar respostas para a sua curiosidade em compreender a natureza, a sociedade, seu semelhante” (BRANDÃO, 2012).

Assim, para além do compromisso com o fortalecimento da imagem institucional, o trabalho desempenhado pela DCS/ASCOM é pautado pela ética profissional, em busca da valorização da comunicação pública/interesse público, formas de redação que evidenciem e que promovam a comunicação científica, firmando o compromisso com um processo comunicativo de construção da cidadania, conforme aponta Brandão (2012).

Dessa forma, o Manual das Diretrizes da Diretoria de Comunicação Social passa a ser complementado pelo Manual de Noticiabilidade da UFFS, especialmente, no que concerne à produção noticiosa dentro da Instituição.

## 2. DEFINIÇÃO DE CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE

Há possibilidade de tornar todo e qualquer acontecimento notícia? A resposta a esse questionamento é um sonoro não, visto que, de maneira prática, o espaço nos veículos informativos é limitado, bem como passa pela disponibilidade de recursos humanos e de materiais para o desenvolvimento adequado da produção noticiosa. É nesse contexto que surge a necessidade de apresentar os critérios de noticiabilidade, pois, por meio deles, é possível definir qual acontecimento merece receber tratamento jornalístico. Conforme explica Traquina (2005), “os critérios de noticiabilidade são o conjunto de valores-notícia que determinam se um acontecimento, ou assunto, é susceptível de se tornar notícia, isto é, de ser julgado como merecedor de ser transformado em matéria noticiável e, por isso, possuindo ‘valor-notícia’”. Ainda, de acordo com Wolf (2006), os valores-notícias também servem para tornar exequível e gerível a tarefa da produção da notícia.

Para Wolf (2006) e Traquina (2005), os valores-notícias estão presentes em todos os momentos da produção noticiosa, desde a seleção do fato a ser noticiado até a elaboração do texto

noticioso. Dessa forma, os valores-notícia de seleção apontam para os critérios subjetivos – avaliação da importância e de interesse sobre determinado acontecimento – e critérios contextuais – o contexto no qual ocorre o processo de produção da notícia, distinguindo-se das características do acontecimento. Ainda, segundo os autores, existem os valores-notícias de construção, que permeiam a forma com que o material noticioso deverá ser apresentado, o que deverá ser destacado ou, até mesmo, omitido durante o processo de construção daquilo que foi escolhido como notícia.

Vale ressaltar que os valores-notícias não podem ser vistos isoladamente. “Cada notícia requer, por conseguinte, uma avaliação – embora automática e inconsciente – da disponibilidade e credibilidade das fontes, da importância ou do interesse do acontecimento e da sua atualidade, para além de uma avaliação dos critérios relativos ao produto, ao meio de comunicação e ao formato” (Wolf, 2006).

Por fim, a escolha do que é ou não notícia para a UFFS passa pelo trabalho do jornalista ou, na inexistência deste profissional, dos responsáveis pelo setor de comunicação, a partir dos critérios de noticiabilidade a seguir destacados:

## **2.1. Valores-notícias de seleção – critérios subjetivos**

### **2.1.1. Relevância:**

Quanto maior o efeito de incidir e impactar a vida das pessoas, mais chance de o fato ter visibilidade.

Exemplos:

- Prorrogadas as inscrições para o SiSU 2021.1: [https://www.uffs.edu.br/institucional/reitoria/diretoria\\_de\\_comunicacao\\_social/noticias/prorrogadas-as-inscricoes-para-o-sisu-2021.1](https://www.uffs.edu.br/institucional/reitoria/diretoria_de_comunicacao_social/noticias/prorrogadas-as-inscricoes-para-o-sisu-2021.1)

- Docentes e acadêmico do curso de Medicina publicam estudo sobre a percepção do medo de ser contaminado pelo novo Coronavírus: <https://www.uffs.edu.br/campi/passofundo/noticias/docentes-e-academico-do-curso-de-medicina-campus-passofundo-publicam-estudo-sobre-a-percepcao-do-medo-de-ser-contaminado-pelo-novo-coronavirus>

### **2.1.2. Novidade:**

Acontecimentos que ocorreram pela primeira vez ou pela última vez.

Exemplos:

- Primeira usina fotovoltaica da UFFS inicia fase de produção em breve: [https://www.uffs.edu.br/institucional/reitoria/diretoria\\_de\\_comunicacao\\_social/noticias/primeira-usina-fotovoltaica-da-uffs-inicia-fase-de-producao-em-breve](https://www.uffs.edu.br/institucional/reitoria/diretoria_de_comunicacao_social/noticias/primeira-usina-fotovoltaica-da-uffs-inicia-fase-de-producao-em-breve)

- Conselho Universitário da UFFS aprova criação dos cursos de Pedagogia e Administração Pública para Realeza: <https://www.uffs.edu.br/campi/realeza/noticias/conselho-universitario-da-uffs-aprova-criacao-dos-cursos-de-pedagogia-e-administracao-publica-para-realeza>

- UFFS realiza evento de lançamento do primeiro doutorado ofertado pela Instituição: [https://www.uffs.edu.br/institucional/reitoria/diretoria\\_de\\_comunicacao\\_social/noticias/uffs-realiza-evento-de-lancamento-do-primeiro-doutorado-ofertado-pela-instituicao](https://www.uffs.edu.br/institucional/reitoria/diretoria_de_comunicacao_social/noticias/uffs-realiza-evento-de-lancamento-do-primeiro-doutorado-ofertado-pela-instituicao)

- Palestra "Libras e Inclusão" marca o encerramento de projeto de Extensão no Campus Laranjeiras do Sul: <https://www.uffs.edu.br/campi/laranjeiras-do-sul/noticias/palestra-libras-e-inclusao-marca-o-encerramento-de-projeto-de-extensao-no-campus-laranjeiras-do-sul-converted>

- Pesquisadores desenvolvem calculadora de risco de mortalidade para pacientes internados com covid-19: <https://www.uffs.edu.br/campi/chapeco/noticias/pesquisadores-desenvolvem-calculadora-de-risco-de-mortalidade-para-pacientes-com-covid-internados>

### **2.1.3. Proximidade:**

Refere-se à proximidade entre o fato e o público, tanto em aspectos geográficos como culturais.

Exemplos:

- Tragédias e acolhimento de comunidades são temas de palestra promovida pela Laneu: <https://www.uffs.edu.br/campi/chapeco/noticias/tragedias-e-acolhimento-de-comunidades-sao-temas-de-palestra-promovida-pela-laneu>

- UFFS monta laboratório para testagem de covid-19 em parceria com Prefeitura de Realeza, Rotary e UFPR: <https://www.uffs.edu.br/campi/realeza/noticias/uffs-monta-laboratorio-para-testagem-de-covid-19-em-parceria-com-prefeitura-de-realeza-rotary-e-ufpr>

- Docentes da UFFS iniciam atendimento nos serviços municipais de saúde: [https://www.uffs.edu.br/institucional/reitoria/diretoria\\_de\\_comunicacao\\_social/noticias/docentes-da-uffs-iniciam-atendimento-nos-servicos-municipais-de-saude](https://www.uffs.edu.br/institucional/reitoria/diretoria_de_comunicacao_social/noticias/docentes-da-uffs-iniciam-atendimento-nos-servicos-municipais-de-saude)

#### 2.1.4. Tempo/atualidade:

Além da sintonia com o presente, o tempo também pode servir de justificativa para relembrar um determinado assunto do passado, a exemplo das datas comemorativas.

Exemplos:

- A UFFS está on: inscrições no SiSU vão até a sexta-feira (09): [https://www.uffs.edu.br/institucional/reitoria/diretoria\\_de\\_comunicacao\\_social/noticias/a-uffs-ta-on-inscricoes-no-sisu-iniciam-nessa-terca-feira-06](https://www.uffs.edu.br/institucional/reitoria/diretoria_de_comunicacao_social/noticias/a-uffs-ta-on-inscricoes-no-sisu-iniciam-nessa-terca-feira-06)

- Boletim climático apresenta a condição meteorológica do trimestre na região do Campus Cerro Largo: <https://www.uffs.edu.br/campi/cerro-largo/noticias/boletim-climatico-apresenta-a-condicao-meteorologica-do-trimestre-na-regiao-do-campus-cerro-largo>

- Mestrado em Ciências Biomédicas está com edital aberto para disciplinas isoladas: <https://www.uffs.edu.br/campi/chapeco/noticias/mestrado-em-ciencias-biomedicas-esta-com-edital-aberto-para-disciplinas-isoladas>

- Editora UFFS organiza eventos para celebrar o Dia Nacional do Livro: [https://www.uffs.edu.br/institucional/reitoria/diretoria\\_de\\_comunicacao\\_social/noticias/editora-uffs-organiza-eventos-para-celebrar-o-dia-nacional-do-livro](https://www.uffs.edu.br/institucional/reitoria/diretoria_de_comunicacao_social/noticias/editora-uffs-organiza-eventos-para-celebrar-o-dia-nacional-do-livro)

- Autoridades regionais parabenizam UFFS pelos seus 10 anos: <https://www.uffs.edu.br/campi/erechim/noticias/autoridades-regionais-parabenizam-uffs-pelos-seus-10-anos>

#### 2.1.5. Notabilidade:

Segundo Traquina (2005), refere-se à cobertura de acontecimentos visíveis e tangíveis. Pode considerar-se, por exemplo, “a quantidade de pessoas que o acontecimento envolve” (Traquina, 2005), a falha, o excesso ou a escassez. Refere-se ainda a fatos que fogem do habitual, ou seja, que irrompem a normalidade coletiva ou institucional, constituindo uma inversão à norma.

- Costurando a História: <https://www.uffs.edu.br/campi/chapeco/noticias/costurando-a-historia>

#### 2.1.6. Notoriedade e ação:

Quando as ações daqueles que ocupam cargos de autoridade afetam um grande número de pessoas ou impactam determinados temas institucionais. A notoriedade também pode ser voltada a profissionais renomados com expertise em assuntos específicos. Importante ressaltar que, necessariamente, será considerado o princípio da impessoalidade, buscando priorizar, sempre que possível, o fato em detrimento da figura que ocupa a notoriedade.

Exemplo:

- Reitor cumpre agendas em Brasília: [https://www.uffs.edu.br/institucional/reitoria/diretoria\\_de\\_comunicacao\\_social/noticias/reitor-cumpr-agendas-em-brasilia](https://www.uffs.edu.br/institucional/reitoria/diretoria_de_comunicacao_social/noticias/reitor-cumpr-agendas-em-brasilia)

- Reitoria da UFFS pretende potencializar ações com a administração municipal de Chapecó: [https://www.uffs.edu.br/institucional/reitoria/diretoria\\_de\\_comunicacao\\_social/noticias/uffs-pretende-potencializar-acoes-com-a-administracao-municipal](https://www.uffs.edu.br/institucional/reitoria/diretoria_de_comunicacao_social/noticias/uffs-pretende-potencializar-acoes-com-a-administracao-municipal)

## **2.2. Valores-notícias de seleção – critérios contextuais**

### 2.2.1. Disponibilidade:

Refere-se aos recursos humanos disponíveis para a realização da cobertura jornalística, assim como a possibilidade de cumprimento de prazos pelo profissional que realizará esse trabalho.

### 2.2.2. Equilíbrio:

É o ato de racionalizar de maneira a verificar a quantidade de notícias produzidas sobre um determinado acontecimento. Algo comum, como a programação de bancas de TCCs, pode ficar repetitivo nos espaços jornalísticos.

### 2.2.3. Visualidade:

É a existência de elementos visuais, como fotografias e demais imagens, que ilustram o acontecimento, buscando fortalecer visualmente o texto jornalístico.

### 2.2.4. Dia noticioso:

Há uma concorrência natural entre os acontecimentos, sendo que em determinados dias e épocas há muitos assuntos com valores-notícias ou poucos. A depender de como os veículos de comunicação repercutem algo de dimensões consideráveis (tragédias, pandemia etc.), a Comunicação da UFFS deve atuar em sintonia com os acontecimentos do momento, observando que a divulgação de outros assuntos não é pertinente para a ocasião.

## **2.3. Valores-notícias – critérios de construção**

### 2.3.1. Simplificação:

A construção do texto jornalístico não deve conter ambiguidades, prevalecendo o conceito de fácil entendimento, objetividade e clareza, além de evitar termos complexos e adjetivações. Esse valor-notícia reflete também a importância de tornar o texto acessível para o público, principalmente em relação a assuntos científicos.

### 2.3.2. Amplificação:

“Quanto mais amplificado é o acontecimento, mais possibilidade tem a notícia de ser notada” (Traquina, 2005), ou seja, há a necessidade de tornar o acontecimento o mais abrangente para que a notícia seja notada e percebida pelo maior número de pessoas possível. Dessa forma, o texto jornalístico pode ter alcance nacional, estadual, regional e/ou municipal.

### 2.3.3. Exemplo:

A realização de projetos de pesquisa ou extensão que atendam expectativas locais, regionais ou nacionais.

### 2.3.4. Relevância:

Redação que busca destacar a capacidade de impacto do acontecimento, produzindo novos sentidos ou valores simbólicos de relevância para a vida das pessoas.

### 2.3.5. Exemplo:

Eventos que promovam discussões acerca de temas de apelo social – como violência contra à mulher, luta dos povos indígenas, vacinação – ou que tragam novas reflexões sobre determinados assuntos de interesse coletivo.

### 2.3.6. Consonância:

Acontecimento num contexto conhecido correspondendo às expectativas do público ou mesmo quando a novidade é inserida num contexto já conhecido pelo público.

Exemplos:

- Dia da Enfermagem: conheça mais sobre a profissão que cuida do ser humano em todos os seus ciclos de vida:

[https://www.uffs.edu.br/institucional/reitoria/diretoria\\_de\\_comunicacao\\_social/noticias/dia-da-enfermagem-conheca-mais-sobre-a-profissao](https://www.uffs.edu.br/institucional/reitoria/diretoria_de_comunicacao_social/noticias/dia-da-enfermagem-conheca-mais-sobre-a-profissao)

- Pesquisadores desenvolvem calculadora de risco de mortalidade para pacientes internados com covid-19: <https://www.uffs.edu.br/campi/chapeco/noticias/pesquisadores-desenvolvem-calculadora-de-risco-de-mortalidade-para-pacientes-com-covid-internados>

### **3. LINHA EDITORIAL DA UFFS**

O Manual das Diretrizes da Diretoria de Comunicação Social da UFFS enfatiza, em vários pontos, a importância da “visibilidade das ações da UFFS e o fortalecimento da sua imagem como instituição”. É preciso destacar, porém, que o trabalho da DCS e das ASCOM deve ser pautado pela ética profissional, pela valorização da comunicação pública/interesse público, pela redação e comunicação científica, entre outras premissas. Esses elementos são a base da linha editorial adotada pela Comunicação da UFFS.

#### **3.1. Ética profissional**

A Comunicação da UFFS segue os princípios do Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros. Os jornalistas que atuam na Instituição, assim, zelam pela obrigação social com o direito fundamental do cidadão à informação precisa e correta. Mesmo que em um ambiente não caracterizado como uma redação de um veículo de comunicação, os profissionais de Comunicação da UFFS seguem as premissas do Código no contexto do jornalismo institucional. Isso porque, seja para a comunidade universitária, para a comunidade regional ou para os veículos de comunicação, os jornalistas da UFFS difundem informações que podem impactar a vida dos cidadãos.

#### **3.2. Comunicação pública e interesse público**

Os textos produzidos e/ou difundidos pela Comunicação da UFFS assumem uma perspectiva voltada ao interesse público e coletivo, aspecto importante do conceito de Comunicação Pública em seus diferentes eixos.

Conforme Brandão (2012), são várias as acepções possíveis para o conceito de Comunicação Pública. São entendimentos que se misturam e, dependendo do ponto de vista, podem até ser identificados como iguais. Para a linha editorial da UFFS, elencamos as seguintes premissas:

- ✓ A Comunicação da UFFS organiza, planeja e executa seu trabalho com vistas à criação e fortalecimento do relacionamento da Instituição com seus diversos públicos, construindo sua identidade e imagem a partir dos conhecimentos especializados dos servidores que possuem formação de nível superior na área de Comunicação Social;
- ✓ A Comunicação da UFFS atua na difusão do conhecimento científico (produzido na Instituição) por entender que o acesso da sociedade a tais informações é essencial para o desenvolvimento e exercício da cidadania – premissa que também constitui o papel do jornalismo;
- ✓ A Comunicação da UFFS é instrumento de construção da agenda pública institucional, uma vez que atua para a divulgação e legitimação do saber científico e para a emancipação daqueles que vivem no entorno das comunidades nas quais a Instituição está inserida;
- ✓ A Comunicação da UFFS tem a consciência de que a Instituição é responsável pela transparência e publicidade de suas atividades, prestando contas daquilo que a comunidade acadêmica produz.

#### **3.3. Profissionalismo da atividade jornalística**

Os textos de cunho jornalístico-institucional da UFFS são produzidos por servidores do cargo de jornalista. Essa premissa, por si só, já contextualiza as características de redação adotadas no âmbito da DCS e das ASCOM. Além dos saberes intrínsecos à formação profissional, os jornalistas da Instituição seguem as normas adotadas no Manual de Redação Jornalística da UFFS e neste Manual de Critérios de Noticiabilidade da UFFS.

Sendo uma instituição de ensino, é salutar que a comunidade acadêmica, incluindo o corpo diretivo da UFFS, siga orientada pelo saber do profissional jornalista, formado em IES e devidamente registrado nas entidades de classe. Os jornalistas possuem autonomia no seu processo de trabalho – incluindo a redação e a definição das pautas a serem executadas –, no planejamento estratégico da Comunicação (principalmente na comunicação com a imprensa), na escrita e na edição das matérias.

#### **3.4. Os critérios de noticiabilidade**

Com base nos critérios de comunicação e na linha editorial anteriormente explicada, a Diretoria de Comunicação Social e as assessorias de Comunicação definem os critérios de

noticiabilidade da UFFS, ou seja, o que é notícia ou não e em quais veículos de comunicação oficiais da Universidade ela será divulgada:

### **3.5. Projetos de pesquisa**

Um dos principais focos das matérias da DCS e das ASCOM. Matérias mais produzidas, podem ser do início da pesquisa (como busca de voluntários ou primeira ida a campo, por exemplo), do andamento ou da finalização e repercussões. São matérias mais elaboradas, que podem ser publicadas no site, ir para redes sociais e serem enviadas à imprensa).

### **3.6. Artigos publicados pela comunidade acadêmica**

Somente será feita a divulgação de publicações em revista internacional e Qualis A, e a matéria no site será com ênfase no resultado da pesquisa. A matéria também pode ser divulgada nas redes sociais e enviada para a imprensa, dependendo do assunto.

### **3.7. Projetos de extensão**

Outro dos principais focos das matérias da DCS e das ASCOM. Matérias no início do projeto, com agendamento das atividades; de uma ação (no decorrer do projeto, no máximo); e uma ao final, com resultados, ouvindo participantes, estudantes, professores, etc.

### **3.8. Processos seletivos de graduação e pós-graduação**

Divulgação em site, redes e imprensa. Abertura das inscrições, andamento do processo (prorrogações) e finalização.

Os órgãos responsáveis pelos editais devem enviar para a DCS ou para as ASCOM a minuta do edital com antecedência para que a comunicação possa programar a divulgação da melhor forma.

### **3.9. Processo seletivo de bolsistas, estagiários, monitoria**

Divulgação na abertura do edital. Caso não preencha as vagas, é possível fazer outra divulgação.

### **3.10. Programas dentro da universidade, como Residência Pedagógica, Pibid, PET**

A divulgação se dá na abertura do edital dos processos seletivos dos programas.

Especificidades relacionadas a cada programa serão de competência do campus avaliar e divulgar.

### **3.11. Cooperações técnicas**

Divulgação apenas quando a cooperação for assinada ou já estiver em pleno andamento.

### **3.12. Protocolos de intenções**

Não serão divulgados, pois as intenções não são fatos jornalísticos.

### **3.13. Entrega de documentos com solicitações/pedidos da universidade para autoridades políticas**

Divulgação de registro do que foi solicitado pela Universidade no site, redes e imprensa.

### **3.14. Conceitos dos cursos**

Divulgação dos dados oficiais vindos do MEC.

### **3.15. Consuni e Conselhos de Campus**

A divulgação será feita a partir das resoluções tomadas dentro dos Conselhos e, em todas as matérias, será colocado o link da respectiva reunião em que a decisão foi tomada.

### **3.16. Câmaras temáticas do Consuni**

Não será divulgado.

### **3.17. Biblioteca**

Eventos pontuais, promoções e avisos serão divulgados somente nas redes sociais.

Campanhas e eventos de maior abrangência serão divulgados em matérias no site e redes sociais.;

Acesso a novas plataformas de pesquisa, novos sistemas, publicação/atualização de manuais, alterações de estrutura e campanhas serão divulgados em matérias no site e redes.

### **3.18. Avaliações institucionais - Comissão Própria de Avaliação (CPA)**

Haverá divulgação de matéria inicial com os prazos, na metade do processo e no final dele.

Matérias frias para importância dos relatórios, balanço de atividades etc. serão divulgadas no site e em redes sociais.

### **3.19. Concursos públicos**

Divulgação em site, redes sociais e imprensa.

As minutas dos editais devem ser enviadas com antecedência para dar tempo de uma divulgação ampla.

### **3.20. Editais de bolsas**

Bolsas da UFFS e bolsas das agências de fomentos para a UFFS serão divulgadas no site e redes sociais.

As minutas dos editais devem ser enviadas com antecedência para haver tempo de um planejamento completo de divulgação.

### **3.21. Editais de pesquisa e extensão**

Divulgação no site e redes. As minutas dos editais devem ser enviadas com antecedência para que haja tempo de um planejamento de divulgação.

### **3.22. Eventos**

3.22.1. Semanas acadêmicas, palestras, cursos, rodas de conversa, lives, eventos dos quais a UFFS é parceira/apoiadora:

Textos jornalísticos sobre eventos, ainda que importantes para a divulgação da marca da UFFS, terão prioridade menor que matérias sobre projetos de ensino, pesquisa e extensão.

Para a divulgação dos eventos, a orientação é para que os coordenadores cadastrem o evento na agenda do site e também enviem pauta para a ASCOM do seu campus. (<https://www.uffs.edu.br/formularios/dicom/formulario-para-cadastro-de-eventos-geral>).

Quando feita, a divulgação em textos jornalísticos será da seguinte forma: matéria para site, nota para redes sociais e imprensa (conforme avaliação das ASCOM).

3.22.2. Eventos que têm etapas:

Não serão feitas matérias de cada etapa. Será realizado um material único com o cronograma.

3.22.3. JIC, Sepe e/ou Diversa:

Serão feitas mais matérias, já que se tratam de eventos que envolvem todos os cursos e todos os campi.

3.22.4. Mudança de programação:

A mudança ocorrerá no texto original e, em casos de eventos maiores e de destaque, a retificação será também postada nas redes sociais.

3.22.5. Cancelamento do evento:

Publicação das razões do cancelamento do evento.

3.22.6. Eventos externos:

Eventos que têm a UFFS como apoiadora, organizadora e/ou promotora serão divulgados no site e redes. Eventos que não têm a Instituição nos termos acima serão enviados para as coordenações de curso avaliarem e divulgarem entre seus alunos (caso considerem relevante).

### **3.23. Visitas técnicas**

Registros para redes sociais, com local onde aconteceu a visita e fotos. Se houver depoimentos, serão de professores e/ou estudantes. Não haverá depoimentos de donos/sócios/representantes da empresa. O envio para a imprensa será avaliado pelo jornalista da unidade (DCS ou ASCOM).

### **3.24. Visitas de estudantes**

Setores de eventos ou coordenadores da programação devem ficar responsáveis pela coleta de assinaturas dos termos de uso de imagem e entregar, antes da cobertura, para a ASCOM.

Se as visitas de estudantes forem dentro de eventos maiores promovidos na UFFS, serão feitas matérias para site mais completas e envio para a imprensa. As visitas esporádicas de escolas terão registro nas redes sociais.

### **3.25. Visitas de autoridades à Universidade**

Nota para imprensa (sem depoimento, centrando na visita) e redes sociais como registro.

### **3.26. Livros**

Serão divulgados no site e nas redes sociais a publicação de livros da Editora UFFS, livros lançados dentro da Universidade e livros produzidos dentro de projetos ou parcerias que envolvam diretamente a Instituição.

### **3.27. Capítulos de livros**

Não serão divulgados.

### **3.28. Patentes**

Serão divulgadas em matéria para site, envio à imprensa e redes sociais.

### **3.29. Participação de professores e estudantes em eventos**

No caso de premiação, será feita matéria para o site, redes e imprensa sobre o trabalho, com o gancho da premiação. Se não tiver premiação, apenas um registro (caso enviem fotos e informações) para as redes sociais.

### **3.30. Divulgação prévia de bancas de TCC e de mestrado**

A divulgação é responsabilidade dos cursos ou programas de pós-graduação nas suas páginas no site.

### **3.31. TCCs e dissertações**

Colegiados podem indicar um trabalho relevante por semestre para que DCS ou ASCOM faça matéria a respeito da pesquisa, para divulgação no site, nas redes e na imprensa. Caso ganhem prêmios ou algum tipo de destaque na área, será feita matéria para o site, redes sociais e imprensa.

### **3.32. Premiações e homenagens a professores, TAEs, alunos**

Divulgação com matéria no site, redes e imprensa.

### **3.33. Cotidiano**

Avisos à comunidade acadêmica como, por exemplo, falta de água ou mudança de horários de ônibus. A divulgação desses avisos fica a critério da Assessoria de Comunicação de cada campus, conforme a situação.

### **3.34. Editais de processos seletivos**

#### **3.34.1. Professores substitutos:**

Os setores devem informar a publicação dos editais e enviar as minutas com antecedência. Se possível, que sejam encaminhados – se for mais de um edital – todos juntos, para ser produzida e publicada uma matéria única. A publicação será no site, imprensa e redes.

#### **3.34.2. Programas de pós-graduação (PPGs):**

Os programas ficam responsáveis por enviar as minutas com antecedência. Matérias sobre PPGs multicampi ficam sob responsabilidade da DCS. Divulgação no site, imprensa e redes sociais.

#### **3.34.3. Ingresso na graduação (SiSU e Processo Seletivo Simplificado):**

Divulgação em site, redes sociais e imprensa assim que informadas as vagas e os cursos (divulgação pré-edital) e outra divulgação quando o edital for publicado.

#### **3.34.4. Ingresso na Graduação:**

Divulgação no site, redes sociais e imprensa, assim que informadas as vagas e os cursos (divulgação pré edital). Depois, divulgação do edital publicado.

### **3.35. Histórias de egressos**

Matérias alusivas a comemorações (com ênfase institucional) quando o egresso retorna à instituição como palestrante ou participante de ações desenvolvidas pelos cursos de graduação e pós-graduação ou, ainda, histórias inspiradoras para que a comunidade acadêmica e regional reconheça a importância da UFFS na vida das pessoas. A divulgação será no site, redes sociais e imprensa.

### **3.36. Empresas juniores – consultorias**

Consultorias que empresas juniores fazem com empresas da região são extremamente importantes. Geram matéria para site, envio à imprensa e redes sociais. As ações pontuais geram matéria para site, posts em redes sociais e deve-se avaliar se vale o envio à imprensa.



Podem ser feitas as chamadas matérias de gaveta, explicando o que são as EJs, o que fazem e como podem contribuir com a comunidade regional, focando na imprensa, com a divulgação também no site e redes sociais.

### **3.37. Formaturas**

Apenas registro nas redes sociais. O cronograma de formaturas deve ser publicado no calendário de eventos ou agenda do campus, no site.

### **3.38. Serviços oferecidos por setores**

Divulgação no site e redes sociais.

### **3.39. Agendas, ações e eventos de grupos de pesquisa**

Início dos encontros dos grupos de pesquisa serão divulgados nas redes sociais condicionado ao recebimento de imagem (card ou foto) e texto de apoio de até um parágrafo. Os eventos organizados pelos grupos seguem os critérios já descritos para eventos.

### **3.40. Prêmios alcançados pela administração da UFFS**

A divulgação será feita quando a Universidade é reconhecida positivamente por ações administrativas, acadêmicas, entre outras relacionadas ao desempenho institucional. Matéria para o site, redes sociais e imprensa.

### **3.41. Conquista de bolsa produtividade por professor**

Divulgação no site e, a critério de cada campus, para os demais canais. O foco da divulgação sempre será nas pesquisas do professor, evitando a pessoalidade, e contando com o consentimento dele.

### **3.42. Participação da UFFS na organização de eventos com outras instituições**

A DCS e as ASCOM irão articular a divulgação, sempre que possível, com as demais instituições, sempre deixando claro que a UFFS está como parceira/apoiadora. A divulgação será no site e redes sociais.

### **3.43. Criação de novos cursos**

A divulgação só acontecerá após aprovação pelo Consuni. Se o curso for aprovado, haverá matéria para site, redes sociais e imprensa.

### **3.44. Participação de servidores em conselhos externos**

A divulgação será feita quando tiver ações, projetos ou estudos desenvolvidos em parceria entre as entidades e a UFFS. A ação precisa ser relevante, com a justificativa colocada pelo demandante da divulgação. Preferência para ações que gerem resultados.

No cumprimento dos requisitos, a divulgação será feita no site e redes sociais.

### **3.45. Oferecimento de capacitação para servidores**

A divulgação dessas oportunidades deve ser feita pelos setores responsáveis, em canais internos como, por exemplo, o e-mail.

### **3.46. Campanhas não institucionalizadas (arrecadação de agasalhos, acolhimento de calouros, etc.)**

Divulgação em site e redes sociais, a critério da Assessoria de Comunicação de cada campus.

### **3.47. Volta às aulas**

Matéria geral para redes sociais e site abordando o retorno das atividades de maneira geral na UFFS. Particularidades, como ações de recepção desenvolvidas por cursos, apenas nas redes sociais.

### **3.48. Aniversário da UFFS**

Eventos e campanhas que marquem a atividade devem ser divulgados no site, redes sociais e imprensa.

### **3.49. Ações e pautas do DCE e centros acadêmicos**

Ações de cunho acadêmico e solidário, quando desenvolvidas com demais setores da Instituição, devem ser divulgadas em matérias no site e redes sociais.

### **3.50. Ações e pautas do SINDUFFS e SINDTAE**

Ações de cunho formativo e solidário, quando desenvolvidas com demais setores da Instituição, devem ser divulgadas no site e redes sociais.

### **3.51. Notas de Repúdio**

Somente serão publicadas na página principal do site as notas de repúdio que sejam de autoria da Reitoria ou do Conselho Universitário. Nas páginas dos campi, as notas de repúdio que podem ser publicadas são as de autoria do Conselho de Campus.

Notas de autoria de cursos, colegiados e demais instâncias devem ser publicadas em suas páginas específicas.