

**Consulta Pública**  
**Manual de Rotinas e Procedimentos da ASSECOM**



## Sumário

<b>1. DA DIVULGAÇÃO</b> .....	3
<b>Eventos</b> .....	3
<b>Processo seletivo - concurso, estágio, bolsas, monitoria</b> .....	4
<b>Indicadores de Avaliação</b> .....	5
<b>Publicação</b> .....	6
<b>Reconhecimentos</b> .....	7
<b>Campanhas Institucionais</b> .....	7
<b>Atos administrativos</b> .....	8
<b>Gestão</b> .....	9
<b>Comunicados</b> .....	9
<b>2. DAS FONTES</b> .....	11
<b>3. DOS PRODUTOS</b> .....	13
<b>Redes Sociais</b> .....	13
<b>Vídeo, áudio e fotografia</b> .....	15
<b>Artes e Produção Gráfica</b> .....	19
<b>Clipping</b> .....	20
<b>Fachada externa</b> .....	21
<b>4. DAS DISPOSIÇÕES GERAIS</b> .....	22

## **1. DA DIVULGAÇÃO**

### **Eventos**

1. Serão divulgados eventos de natureza institucional, acadêmica e administrativa promovidos diretamente ou em parceria com a Ufersa, que estejam alinhados com a Missão, Visão e Valores da Universidade.
2. São considerados eventos acadêmicos aqueles que tenham por finalidade a promoção, a discussão, a difusão e o fomento de atividades relacionadas à pesquisa, ao ensino, à extensão, à inovação e à internacionalização.
3. São considerados eventos administrativos aqueles voltados para a promoção de qualificação técnica, administrativa, de governança, de gestão, campanhas educativas, esportivas, de responsabilidade social, e solenidades relacionadas à gestão da Universidade.
4. A solicitação deve ser enviada ao Setor de Comunicação da Ufersa com as informações finais já consolidadas ou sob a menor possibilidade de alteração de dados como datas, locais, atrações ou de qualquer outra natureza que importe à divulgação do evento.
5. Em conformidade com os critérios de noticiabilidade, será priorizada a divulgação dos eventos de acordo com: (1) *Abrangência*, do maior para o menor (internacional, nacional, regional, local, setorial); (2) *Alinhamento Institucional*, cuja natureza e finalidade sejam consideradas estratégicas para a universidade seguindo seus documentos de Planejamento; (3) *Ineditismo*, cuja natureza e relevância tenham impacto sociocultural para o contexto da Universidade; (4) *Temporalidade*, sendo priorizada a brevidade do mais próximo aos mais distantes à data do evento.
6. Não necessariamente todas as fases do evento serão objeto de divulgação pela Assessoria de Comunicação (Assecom). Quando uma fase, ou mais, for objeto de divulgação e cobertura, seguirá a seguinte ordem e possibilidade de pauta:
  - 6.1 *Prévia do evento* - Material de divulgação para anunciar a promoção do evento com foco nas inscrições e programação;
  - 6.2 *Durante o evento* - Não é regra que o evento seja acompanhado em sua integralidade ou em partes da programação; porém, caso aconteça, fica a critério da Assecom, conforme disponibilidade de recursos humanos e relevância jornalística quanto às possibilidades de enquadramento da pauta;
  - 6.3 *Pós-evento* - Não serão divulgados eventos já encerrados, salvo nos casos em que a temporalidade e atualidade da pauta possa ser mantida, como, por exemplo, no anúncio de relação de premiados, documentos deliberados após o evento e afins.
7. A participação da comunidade acadêmica da Ufersa em eventos de ensino, pesquisa e extensão, internos ou externos, faz parte da rotina de atividades no ambiente universitário, de modo que não se constitui em

critério de noticiabilidade, salvo as seguintes situações, cuja participação incorra em:

- 7.1 *Recebimento de prêmios, homenagens, comendas e congratulações* em decorrência da participação ativa no evento, tais quais trabalhos apresentados, publicados, convidado, concurso, exposições, competições ou quaisquer outras disputas entre pares;
- 7.2 *Recorde de participação* ativa com apresentação de trabalhos, palestras ministradas, conferência, oficina, minicurso e afins em eventos promovidos por instituições com finalidade de ensino, pesquisa e extensão, de acordo com o critério de abrangência (internacional, nacional, regional e local);
8. Não são divulgáveis, exceto em caso de restrita observância aos critérios de noticiabilidade:
  - 8.1 Reunião de atividades restritivas às fases preparatórias do evento ou de avaliação pós-evento;
  - 8.2 Eventos privados ou particulares, ainda que com participação de membros da comunidade acadêmica da Ufersa em exercício de atividades pessoais, sem relação institucional e/ou formal com a Universidade;
  - 8.3 Eventos de pequeno porte com finalidade administrativa que integrem a rotina do setor, do curso e dos programas de Pós-Graduação (exemplos: reunião de planejamento, confraternizações, visita técnica, roda de conversa; defesas de Pós, aula de campo e afins).
9. Não compete à Assessoria de Comunicação produzir, reproduzir e disseminar nas plataformas, produtos, serviços e ações, conteúdo ou material de divulgação de eventos produzidos por outras instituições, ainda que relacionados às áreas acadêmicas da Universidade.
10. Na produção de texto jornalístico, ou qualquer outro produto para divulgação, deverá ser indicado o endereço da página na internet do evento.
11. Não compete à Assessoria de Comunicação a responsabilidade sobre a gestão de serviços relacionados aos eventos, tais quais criar e monitorar espaços de inscrição, de pagamento, de *chats*, de transmissão audiovisual ou correlatos.

### **Processo seletivo - concurso, estágio, bolsas, monitoria**

12. À Assecom compete a produção de conteúdo para divulgação dos certames cujas vagas e oportunidades são destinadas a vínculo institucional com a Ufersa (servidores, estudantes, estagiários, bolsistas e afins).
13. A gestão dos editais – e de qualquer ato administrativo com finalidades análogas – é de responsabilidade de cada setor ou unidade diretamente

relacionado(a) à organização do certame e, portanto, devem ser publicados, obrigatoriamente, em sua página no Portal Ufersa ou espaço correlato.

14. Quando o setor ou a unidade não dispuser de uma página no Portal Ufersa ou espaço correlato, o instrumento do certame deverá ser publicado na página do setor hierarquicamente superior mais próximo;
15. Não compete à Assecom, sob nenhuma hipótese, a produção, a alteração, a atualização do conteúdo do edital, ou tampouco a responsabilidade sobre a gestão de serviços relacionados às fases do edital, tais como: criar e monitorar espaços de inscrição, de pagamento, de formulários ou correlatos.
16. O material para divulgação produzido pela Assecom deverá, prioritariamente, ater-se às informações e dados contidos no edital, conforme os critérios de noticiabilidade, seguindo a ordem: (1) Abrangência; (2) Temporalidade; (3) Alinhamento Institucional; (4) Ineditismo.
17. Será divulgada, prioritariamente, a fase inicial referente ao lançamento ou início das inscrições, e, salvo em casos de extrema relevância, a fase final do certame com o resultado consolidado.
18. Não é objeto de divulgação, exceto em caso de restrita observância aos critérios de noticiabilidade, conteúdo referente a cada uma das fases do cronograma do certame.
19. O material produzido pela Assessoria de Comunicação para divulgação do edital deve disponibilizar o endereço eletrônico destinado ao certame.
20. O edital que seja objeto de divulgação deve estar publicado em extensão não editável, preferencialmente, em formato “*PDF*” ou análogo.
21. Quando procurada para prestar esclarecimentos ou informações referentes ao conteúdo de editais, a Assecom deve indicar ao solicitante os espaços de publicidade ou o setor responsável pela gestão do certame.
22. Não compete à Assecom produzir, reproduzir e disseminar nas plataformas, produtos, serviços e ações, conteúdo ou material de divulgação de edital cuja gestão seja de responsabilidade de outras instituições, ainda que as vagas e oportunidades possam estar relacionadas às áreas de atuação da Universidade.

### **Indicadores de Avaliação**

23. Será divulgado o desempenho da Ufersa nos indicadores de avaliação do Ensino Superior mantidos pelos órgãos formalmente competentes, internos e externos, conforme seus instrumentos para esta finalidade.
24. Poderá ser divulgado o desempenho nos indicadores de avaliação dos cursos de Ensino Superior elaborados por instituições não oficiais, desde que atendam a critérios de confiabilidade, como: clareza na metodologia, periodicidade e isonomia.

25. A Pró-reitoria, ou a unidade administrativa diretamente relacionada à natureza do indicador, deve, sempre que necessário, informar o nome dos indicadores e bases de avaliação com alto índice de formalidade e confiabilidade.
26. Compete aos jornalistas da Assecom a abordagem do material de divulgação, que deve, prioritariamente, ressaltar os aspectos positivos mediante contextualização dos resultados.
27. Resguardados os critérios de noticiabilidade, o material de divulgação do desempenho deve tratar com transparência e isonomia os resultados e as unidades objeto dos indicadores.
28. Na produção de texto jornalístico, ou qualquer outro produto para divulgação dos resultados de desempenho, é imprescindível a indicação e o referenciamento da fonte documental e de registro do indicador.

### **Publicação**

29. Publicações fazem parte da rotina produtiva no ambiente universitário, de tal modo que não constituem, em si, objeto de pauta para divulgação, resguardado os critérios de noticiabilidade.
30. Quando o conteúdo da publicação se tornar objeto de divulgação, deverá ser considerada a modalidade de publicação: *com periodicidade*, tais quais revistas, jornais, anais e afins; ou *sem periodicidade*, tais quais livros, catálogos, coletâneas e afins.
31. A publicação deve atender a natureza dos gêneros textuais científicos (artigo, relato, relatório, Trabalhos de Conclusão de Curso e afins) e técnicos (parecer, relatório, processos e afins).
32. O conteúdo da publicação objeto de divulgação deve versar sobre pesquisas científicas, conteúdo técnico, de inovação, sobre ciência, tecnologias ou áreas de interesse acadêmico da Universidade.
33. Publicações de qualquer natureza, cujo conteúdo não esteja diretamente relacionado à área de atuação profissional e acadêmica do(a) autor(a) na Universidade, não são objetos de divulgação.
34. Compete aos jornalistas da Assecom a abordagem da pauta, que deve, prioritariamente, ressaltar o conteúdo científico da pesquisa publicada e não, tão somente, a publicação.
35. Devem-se considerar as seguintes ressalvas para quando o conteúdo da publicação for objeto de divulgação pela Assecom:
  - 35.1 A publicação deve estar disponível para acesso no momento da divulgação promovida pela Assecom;
  - 35.2 Na produção de texto jornalístico, ou qualquer outro produto para divulgação, a publicação deve ser referenciada, indicada ou remetida para acesso, seja por meio respectivo endereço eletrônico (quando se tratar de publicação virtual); seja por meio

do nome da publicação por extenso, seguido de editora e ano (quando a publicação for impressa).

35.3 Os periódicos científicos devem constar de indexação em bases de altíssimo impacto, tais quais *Qualis* A1 e A2 ou, para os casos de publicações internacionais, que atendam parâmetros análogos.

35.4 Livros em mídia impressa e na versão *e-book* devem, obrigatoriamente, conter as informações catalográficas do Número Internacional Normalizado para Livro (ISBN) ou Número Internacional Normalizado das Publicações em Série (ISSN).

### **Reconhecimentos**

36. Serão objeto de divulgação os reconhecimentos obtidos por meio de prêmios, comendas, congratulações, selos, homenagens ou correlatos concedidos por mérito acadêmico, administrativo, artístico e esportivo nas áreas de atuação da Universidade.

37. Serão considerados os reconhecimentos concedidos por instituições públicas, tais quais: Governo, entidades representativas de categorias de classe profissional; entidades representativas de áreas da Ciência, do Ensino ou áreas de atuação e interesse da Universidade; terceiro setor e setor privado, cuja reputação e confiabilidade possam ser amplamente atestadas.

38. São reconhecimentos à Instituição aqueles por mérito de suas atividades de Ensino, Pesquisa, Extensão e práticas administrativas, concedidos aos setores e unidades acadêmicas e administrativas ou em nome direto da Universidade.

39. São reconhecimentos aos membros da comunidade acadêmica aqueles por mérito acadêmico, administrativo, artístico e esportivo concedido por sua atuação direta ou em representação da Universidade.

40. Não são objeto de divulgação pela Assecom os reconhecimentos concedidos aos membros da comunidade acadêmica cujo mérito da conquista seja de cunho estritamente pessoal ou ainda por iniciativas sem relação direta com sua atividade desempenhada na Universidade.

### **Campanhas Institucionais**

41. São consideradas Campanhas Institucionais as ações, atividades, projetos e programações desenvolvidas pela Universidade para sensibilização, educação e promoção da saúde, do desporto, do desenvolvimento ambiental, as agendas sociais, as iniciativas filantrópicas voltadas à comunidade acadêmica e à comunidade externa.

42. São objeto de divulgação pela Assecom as Campanhas Institucionais promovidas diretamente pela Universidade ou aquelas nas quais a Universidade seja parceira.
43. Não compete à Assecom produzir, reproduzir e disseminar nas suas plataformas produtos, serviços e ações, conteúdo ou material de divulgação de campanhas institucionais promovidas por outras instituições, ainda que relacionadas às áreas de atuação da Universidade.
44. Não compete à Assecom a responsabilidade sobre a gestão de serviços relacionados às campanhas institucionais, tais quais: criar e monitorar espaços de inscrição, de pagamento, de *chats*, de transmissão audiovisual, serviços de multimídia ou correlatos.
45. O material de divulgação produzido pela Assecom deve indicar ou referenciar o endereço eletrônico ou espaços correlatos referentes aos serviços da campanha institucional.

### **Atos administrativos**

46. Não compete à Assecom a edição, a publicidade e a divulgação dos atos administrativos emitidos pela Universidade, tais quais: Decisões, Emendas, Resoluções, Portarias ou correlatos. Estes seguem normas próprias de formatação e publicação conforme sua natureza e finalidade legal.
47. Os atos administrativos expedidos pela Universidade devem constar nos espaços de publicidade e transparência diretamente relacionados ao setor ou unidade que os expediram.
48. São objeto de divulgação os atos administrativos de amplo impacto e utilidade pública, a saber:
  - 48.1 Processos seletivos, leilões e convocações;
  - 48.2 Aqueles com objetivo de informar, orientar, mobilizar, prevenir ou alertar sobre, por exemplo, horário de funcionamento da instituição, alteração de procedimentos administrativos ou situações correlatas;
  - 48.3 Aqueles com caráter de comunicados amplo e irrestrito.
49. Não compete à Assecom a divulgação de atos administrativos expedidos por órgãos externos à Universidade. Estes somente serão objeto de divulgação quando o conteúdo detiver efeito direto, amplo e irrestrito impacto à rotina da Universidade ou da comunidade acadêmica, observados os critérios de noticiabilidade.
50. O material de divulgação sobre os atos administrativos deve indicar ou referenciar a fonte originária do Ato, como por exemplo o endereço eletrônico, a publicação no Diário Oficial da União ou espaços correlatos.

## **Gestão**

51. O conteúdo de divulgação envolvendo agendas, atos e decisões da alta gestão administrativa da Universidade deve primar pelos princípios da Administração Pública a fim de promover a transparência e a governança da Instituição.
52. O material de divulgação produzido pela Assecom a partir de pautas envolvendo a alta gestão deve considerar:
  - 52.1 A oitiva de fontes, conforme hierarquia na gestão e na administração da Universidade;
  - 52.2 Isonomia entre as fontes hierarquicamente equânimes;
  - 52.3 O potencial técnico e de acesso aos dados e informações estratégicas sobre a governança da instituição, em sua respectiva área de atuação e lotação;
  - 52.4 Consulta prévia à gestão para a tomada de decisões sobre a divulgação de dados e informações estratégicas para a gestão e para a governança da Universidade.
53. O conteúdo de divulgação produzido pela Assecom a partir da gestão deve observar os valores institucionais, o Estatuto da Ufersa, o Regimento Geral da Ufersa, o Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) e as decisões dos Conselhos Superiores.
54. Durante o período de Consultas à Comunidade Acadêmica para a Reitoria, em eleições para representantes da comunidade acadêmica nos Conselhos ou qualquer outra situação correlata, os conteúdos de divulgação produzidos pela Assessoria de Comunicação devem manter-se isentos, primar pela isonomia, transparência e impessoalidade dos pleitos.

## **Comunicados**

55. São considerados Comunicados as Notas de Pesar, de Falecimento e de Esclarecimento; o Comunicado à Imprensa; a Nota Pública e qualquer outro item desta natureza cujo objetivo seja apresentar o posicionamento formal da instituição.
56. À Assecom compete produzir Notas de Pesar ou de Falecimento em solidariedade e condolências pela morte de membros da comunidade acadêmica, sendo docentes e técnicos-administrativos (ativos ou inativos), estudantes, terceirizados, estagiários e bolsistas; ou ainda de personalidades de amplo envolvimento com as finalidades acadêmicas de Pesquisa, Ensino e Extensão.
57. As notas em virtudes de falecimento devem, quando pertinente, informar apenas os dados funcionais na Universidade, a trajetória acadêmica e administrativa na instituição e, em último caso, informações de amplo

- domínio público, mediante consulta e autorização da família ou responsável.
58. Em nenhuma circunstância as Notas sobre Falecimento devem tecer informações de foro íntimo, tais quais causa/motivo da morte e outras informações da vida pessoal.
  59. A Assecom produzirá e publicará Nota de Esclarecimento sempre que um determinado assunto, diretamente relacionado às questões acadêmicas ou administrativas da Instituição, de amplo impacto e repercussão pública na sociedade, necessitar de esclarecimentos.
  60. O conteúdo da Nota de Esclarecimento deverá ter por objetivo informar, esclarecer e elucidar embaraços e informações deturpadas, a fim de tornar público e transparente um assunto que potencialmente pode gerar crise à imagem institucional da Universidade.
  61. O conteúdo da Nota de Esclarecimento deverá ser produzido em comum acordo entre a Assecom e o setor ou unidade diretamente relacionado ao assunto do comunicado.
  62. A Assessoria de Comunicação se resguarda à condição de não emitir Comunicado cuja finalidade seja a publicidade de posicionamento sobre assuntos de amplo debate na vida pública, respeitando, assim, a pluralidade de ideias, crenças, pensamentos e posicionamentos no ambiente acadêmico.
  63. Não é objeto de Comunicado questões internas dos setores ou unidades, tampouco posicionamento destes sobre assuntos externos e fora da área de atuação da Universidade.
  64. A Assecom não produzirá e nem dará publicidade a Comunicados que desviem ou neguem os valores, princípios, objetivos e visões estratégicas de atuação da Universidade, sobretudo, os estabelecidos no Estatuto da Ufersa, Regimento Geral da Ufersa e Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI).
  65. Comunicados produzidos pelos Conselhos Superiores da Universidade serão publicados em sua integralidade, conforme texto deliberado em reunião ou assembleia, assinado pela presidência da reunião ou da assembleia e, preferencialmente, com a listagem contendo os nomes dos presentes.
  66. Os Comunicados produzidos pela alta gestão administrativa da Universidade somente serão publicados mediante aprovação e autorização do Gabinete da Reitoria, sendo devidamente assinados.
  67. A Assecom não se responsabiliza por eventuais Comunicados emitidos por unidades administrativas, órgãos de apoio e assessoramento, coordenação de cursos, coordenação de Programas de Pós-graduação, coordenação de projetos e programas, ainda que publicados em seus espaços de publicidade.
  68. Não são objeto de divulgação pela Assecom os Comunicados emitidos por órgãos externos à Universidade, salvo em casos específicos e

excepcionais que possam, mediante amplo e irrestrito interesse, impactar na rotina da Universidade ou em suas áreas de atuação.

## **2. DAS FONTES**

69. São consideradas fontes pela Assecom todas as pessoas, dados e demais informações de alta confiabilidade que possam subsidiar a produção de conteúdo e divulgação da Universidade.
70. Quanto aos Documentos e Registros:
- 70.1 São fontes de maior relevância e confiabilidade as publicações de atos administrativos; os documentos institucionais (PDI, Estatuto, Relatórios e afins) emitidos pela Universidade; ou atos e documentos públicos formalmente reconhecidos;
  - 70.2 Devem ser consultadas para a produção de material de divulgação, quando tratar-se de dados públicos, as fontes documentais de onde se originam os dados e as informações.
  - 70.3 Devem ser consultadas para a produção de material de divulgação as fontes que atestem a concessão de prêmios, comendas, homenagens, congratulações, reconhecimentos e afins;
  - 70.4 Quando a base de dados envolver pluralidade de agentes ou resultados, deve-se prezar pela divulgação do todo, cabendo à Assecom papel de potencializar os aspectos positivos ou que reforcem o posicionamento e a imagem da Universidade;
  - 70.5 O texto jornalístico, ou qualquer outro produto para divulgação, sempre que convier, deve mencionar, referenciar e contextualizar o documento ou o registro originário dos dados e as informações que o subsidiam.
71. Quanto à Comunidade Acadêmica:
- 71.1 Todos os membros da comunidade acadêmica são, potencialmente, fontes de dados e de informação para subsidiar a produção de conteúdo, conforme sua área de atuação e maior nível de acesso aos dados e às informações pertinentes à pauta;
  - 71.2 Administrativamente, deverão ser sempre consultados os ocupantes de cargos e funções da gestão administrativa da Universidade com acesso a dados e a informações estratégicas sobre a governança da instituição, em sua respectiva área de atuação e lotação;
  - 71.3 Academicamente, deverão ser consultados os ocupantes de cargos e funções responsáveis pelo desenvolvimento, elaboração, promoção e mediação das atividades acadêmicas em Pesquisa, Ensino e Extensão, como por exemplo as coordenações de cursos de graduação e pós-graduação; coordenação de projetos e programas de pesquisa, de ensino e de extensão; e afins;

- 71.4 As fontes serão consultadas, prioritariamente, pelo critério hierárquico de lotação ou pelo seu potencial para contribuir com dados e informações perante a pauta.
- 71.5 Em caso de projetos, programas, ações ou iniciativas de qualquer outra natureza, que tenham mais de um membro em sua gestão, será priorizada como fonte aquele(a) que formalmente responda pela iniciativa, conforme hierarquia.
- 71.6 Quando os dados e as informações repassados por membros da comunidade acadêmica mencionarem ou forem subsidiadas por fontes documentais e de registros, estas devem ser checadas pela Assessoria de Comunicação.
- 71.7 Em caso de incompatibilidade entre informações fornecidas pela comunidade acadêmica em relação aos dados e aos registros documentados, deve ser priorizada a fonte cujo registro e origem possa ser indicada, referenciada e esteja disponível para acesso.
72. Quanto às Fontes Indiretas:
- 72.1 Estas servem de subsídio ao material de divulgação produzido pela Assecom de forma indireta. São dados ou informações gerais repassadas ou acessadas de forma ampla, como por meio das Redes Sociais, comunidade externa, *clipping* de publicação na mídia, páginas pessoais de formadores de opinião ou situações correlatas.
- 72.2 Os dados e informações acessados de forma indireta devem ser tratados com baixo nível de confiabilidade de modo a serem, ao máximo, evitados como citação ou referência na produção de material.
- 72.3 Os dados e informações acessados de forma indireta devem, obrigatoriamente, serem aferidos, checados e confrontados com fontes documentais e registros, bem como conferidos com fontes da comunidade acadêmica.
73. Os profissionais da Assessoria de Comunicação devem relacionar-se com as fontes em estrita observância:
- 73.1 Ao Código de Ética Profissional do Servidor Público Civil do Poder Executivo Federal, no que concerne à atividade da comunicação;
- 73.2 Aos Códigos de Ética postulados ao exercício das atividades em Comunicação;
- 73.3 Em atenção à legislação sobre Acesso à Informação e Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais; sobre os documentos e dados públicos; sobre a legislação e documentos norteadores das atividades científicas, tecnológicas, de pesquisa, de inovação;
- 73.4 Com discrição, parcimônia e sigilo quanto aos dados e informações científicas, tecnológicas, de pesquisa, de inovação desenvolvidas por membros da comunidade acadêmica.

### **3. DOS PRODUTOS**

#### **Redes Sociais**

74. Os perfis oficiais da Universidade nas Redes Sociais da Internet refletem a imagem da instituição perante seu público e devem, por isso, transmitir em seus conteúdos a Missão, a Visão, os Valores e os Princípios Acadêmicos postulados no Estatuto da Ufersa, Regimento Geral da Ufersa e Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI), bem como reforçar a atuação da Universidade em suas áreas estratégicas.
75. Compete à Assessoria de Comunicação a salvaguarda e a gestão dos perfis e das contas oficiais da Universidade nas Redes Sociais da Internet, identificados na página da Comunicação no Portal Ufersa.
76. Fica vedado o compartilhamento dos dados de acesso aos perfis das Redes Sociais e demais propriedades digitais sob salvaguarda da Assecom a unidades administrativas e a servidores não lotados na Assecom, ou com qualquer outra forma de vínculo externo à Assecom.
77. A Assessoria de Comunicação da Universidade não se responsabiliza pela criação e gestão de perfis e contas nas Redes Sociais por demais unidades administrativas e membros da comunidade acadêmica, ou qualquer outra forma de vínculo externo à Assecom, ainda que sejam utilizados o nome e as marcas da Ufersa.
78. Os servidores da Assessoria de Comunicação com acesso às contas e aos perfis das Redes Sociais da Ufersa devem zelar pelo interesse público na transparência e publicidade, agindo sempre com impessoalidade na gestão dos conteúdos e no relacionamento com os usuários, adotando para isto uma postura de:
  - 78.1 Discricção, parcimônia e sigilo quanto aos conteúdos de mensagens em espaços privados ou fechados das redes sociais e, quando necessário, dar-lhe o devido encaminhamento administrativo;
  - 78.2 Não manter com os usuários relacionamento direto nem por meio de suas contas e perfis pessoais em nome da Instituição; nem por meio das contas e perfis institucionais para fins pessoais;
  - 78.3 Não produzir conteúdo em favorecimento pessoal de nenhum membro da comunidade acadêmica;
  - 78.4 Não produzir, disseminar ou repassar dados e informações pessoais de membros da comunidade acadêmica, informações sob tutela da Lei, resguardada por Patente, informações estratégicas de pesquisa e governança da Instituição;
  - 78.5 Comunicar às instâncias competentes no âmbito administrativo da Universidade os casos de conduta e infração ética constatados nas dependências da Universidade no âmbito da internet.
79. As Redes Sociais da Internet compõem o ecossistema de mídias, plataformas, produtos e serviços da comunicação integrada da Ufersa. Por isso, compete à Assecom o planejamento e a distribuição de conteúdo,

conforme estratégias de mídia e critérios de publicidade traçados para divulgação.

80. As contas e os perfis oficiais da Ufersa nas Redes Sociais não se sobrepõem ou se restringem aos demais atos, produtos, serviços e plataformas de comunicação, mas, atuam em cooperação e fluidez na divulgação para o fortalecimento da imagem e da disseminação de conteúdo informativo sobre as rotinas acadêmicas e administrativas da Universidade.
81. Os conteúdos de divulgação produzidos para disseminação nas Redes Sociais devem estar de acordo com a linguagem, o formato e a finalidade de cada plataforma, bem como, em obediência ao Manual de Identidade Visual da Ufersa, Manual de Rotinas e Procedimentos da Assessoria de Comunicação e correlatos.
82. A Assessoria de Comunicação atuará em cooperação com os setores, unidades acadêmicas e administrativas e membros da comunidade acadêmica para a produção de Campanhas Institucionais e produção de conteúdo para as Redes Sociais da Internet, quando convier.
83. Em máxima atenção ao Princípio da Impessoalidade, o conteúdo em texto, foto, ilustração, animação gráfica, áudio e audiovisual deve ressaltar as finalidades acadêmicas e administrativas em nome da Instituição e suas áreas de atuação.
84. Devem ser evitados o compartilhamento, a marcação, o enlace, a referência, a citação ou qualquer outra forma que remeta de forma direta a perfis e contas pessoais.
85. Deve ser evitada a produção de conteúdo, bem como a marcação, compartilhamento, enlace, referência, citação ou qualquer outra forma que remeta de forma direta a perfis e contas com finalidade mercadologicamente publicitária.
86. Nos espaços colaborativos das Redes Sociais da Internet, tais quais os comentários, *chats*, marcações e afins é livre a manifestação do pensamento de todos os usuários, independentemente de posicionamento político, filosófico, crença ou qualquer outra natureza.
87. A Assecom deve prezar pelo ambiente de cordialidade e parcimônia nos espaços colaborativos das Redes Sociais da Internet e, para tanto, deve remover as mensagens e, em caso de reincidência, excluir e bloquear contas e perfis quando:
  - 87.1 Expressarem linguagem ofensiva, desrespeitosa, abusiva, caluniosa, ameaçadora ou difamatória;
  - 87.2 Apresentarem conteúdo obsceno, racista, discriminatório e preconceituoso;
  - 87.3 Fizerem apologia a práticas ilícitas;
  - 87.4 Fizerem uso de informações e imagem de pessoas e instituições de forma indevida;

- 87.5 Tiverem conteúdo de cunho publicitário, conteúdo de *spam*, “correntes” e correlatos;
  - 87.6 Tiverem conteúdos com *links* suspeitos ou fora de contexto;
  - 87.7 Apresentarem conteúdo sem a identificação de autoria.
88. Todos os membros da comunidade acadêmica são, por meio de suas contas e perfis nas redes sociais, potencialmente disseminadores de informações sobre a Ufersa; contribuem para a divulgação científica e constituem importante elo no fortalecimento público da imagem da Instituição.
89. Quanto às contas, aos perfis ou a qualquer espaço pessoal na internet de membros da comunidade acadêmica da Ufersa, faz-se saber:
- 89.1 O pensamento expresso nestes espaços não reflete o posicionamento da Universidade. Trata-se de juízo privado, ainda que seja sobre temas relacionados à Universidade;
  - 89.2 Não é permitido o compartilhamento, a publicidade e a disseminação de dados e informações pessoais de membros da comunidade acadêmica, informações sob tutela da Lei, resguardada por Patente, informações estratégicas de pesquisa e governança da Instituição ou o uso de informações privilegiadas obtidas no âmbito interno de seu serviço;
  - 89.3 É recomendada atenção na produção de mídia e conteúdos gerados nas dependências da Universidade para compartilhamento, publicação ou disseminação em seus espaços pessoais a fim de evitar vazamento de dados e informações resguardadas e/ou que contrariem as recomendações éticas quanto aos dados e às informações científicas, tecnológicas, de pesquisa e de inovação;
  - 89.4 Orienta-se que as informações e os dados sobre a instituição que possam subsidiar a produção de conteúdo de divulgação e publicidade da Universidade sejam repassados à Assessoria de Comunicação da Ufersa.

### **Vídeo, áudio e fotografia**

90. À Assessoria de Comunicação compete a concepção, o planejamento, a execução e a disseminação de conteúdo em vídeo, áudio e fotografia para produção de material de divulgação sobre a Universidade.
91. A produção, a difusão e a salvaguarda do material em vídeo, áudio e fotografia produzido pela Assecom ou cedido a ela, devem estar em conformidade com a legislação de Direitos Autorais.
92. O material em vídeo, áudio e fotografia é produzido com a finalidade de:
- 92.1 Integrar o material jornalístico, ou qualquer outro produto para divulgação da Universidade, conforme arquitetura e estratégia da pauta, para disseminação nas plataformas mantidas pela Assecom;
  - 92.2 Peças institucionais para promoção da Universidade.

93. As peças em áudio e vídeo devem conter na sua estrutura:
- 93.1 Compatibilidade com o Manual de Identidade Visual da Ufersa;
  - 93.2 Vinheta com assinatura Assecom/Ufersa;
  - 93.3 Créditos dos personagens visualizados nas peças, contendo Nome e Referência quanto à profissão ou à função para o vídeo;
  - 93.4 Ao final, créditos do vídeo e expediente da Assecom/Ufersa.
94. As peças fotográficas devem conter em sua estrutura:
- 94.1 Qualidade técnica e estética, tais quais: resolução, foco, enquadramento, luminosidade adequada e elementos correlatos de fotogenia;
  - 94.2 Dimensões, resolução e propriedades técnicas compatíveis para o uso nos produtos, serviços, ações, plataformas e mídias de divulgação;
  - 94.3 Não constar de edição ou alteração grave e aberrante que comprometa o conteúdo da imagem;
  - 94.4 Conter os créditos de autoria, conforme as seguintes possibilidades:
    - 94.4.1 Quando de autoria de profissionais da Assecom, os créditos devem conter o nome do profissional, seguido de “/Assecom/Ufersa”. Ex.: João da Silva/Assecom/Ufersa;
    - 94.4.2 Quando se tratar de imagens de arquivo da Universidade, deve conter, se identificado, o nome do autor(a), seguido de “/Ufersa/Arquivo”. Ex.: Francisco da Silva/Ufersa/Arquivo;
    - 94.4.3 Quando se tratar de imagens cedidas, deve conter o nome do(a) autor(a), seguido de “/Cedida” ou o nome do autor, seguido de “/Nome do órgão/Cedida”. Ex.: Maria da Silva/Cedida ou José da Silva/MEC/Cedida; ou, em caso de desconhecimento da autoria, apenas “Cedida”.
95. As peças em áudio devem conter na sua estrutura:
- 95.1 Aceitabilidade linguística e formal da Língua Portuguesa;
  - 95.2 Qualidade técnica que torne o áudio plenamente compreensível
  - 95.3 Vinheta de identificação com assinatura Assecom/Ufersa;
  - 95.4 Créditos dos personagens audíveis nas peças, contendo Nome e Referência quanto à profissão ou à função para o áudio;
  - 95.5 Ao final, créditos com o expediente da Assecom/Ufersa.
96. O conteúdo das imagens fotográficas e em audiovisual envolvendo a Ufersa e os membros da comunidade acadêmica deve:
- 96.1 Versar sobre pesquisas científicas, conteúdo técnico, de inovação, sobre ciência, tecnologias, questões administrativas, artísticas, comemorativas e esportivas ou sobre as áreas de interesse e atuação direta da Universidade;
  - 96.2 Prezar pela boa reputação da imagem da Universidade a fim de valorizar sua estrutura e fomentar aspectos humanísticos;

- 96.3 Respeitar a discricção, a parcimônia e o sigilo envolvendo pesquisas científicas, conteúdo técnico e de inovação;
  - 96.4 Manter o rigor ético e a observância à legislação protetiva às imagens de criança, incapazes e sobre conteúdo objeto de pesquisas;
  - 96.5 Evitar exposição de imagens vexatórias ou constrangedoras;
  - 96.6 Banir conteúdo de linguagem ofensiva, desrespeitosa, abusiva, caluniosa, ameaçadora ou difamatória, obscena, racista, discriminatória, preconceituosa ou qualquer outro conteúdo inapropriado;
  - 96.7 Banir apologia a práticas ilícitas;
  - 96.8 Banir conteúdo de cunho mercadologicamente publicitário.
97. Quanto às solicitações da comunidade acadêmica à Assecom para a produção de peças em audiovisual, devem ser consideradas as premissas supramencionadas, bem como, quando pertinentes, os seguintes critérios:
- 97.1 *Viabilidade* – planejamento interno, tempo, equipamento e pessoal necessários à produção;
  - 97.2 *Relevância* - para as finalidades de divulgação pela Assecom quanto ao conteúdo acadêmico e administrativo;
  - 97.3 *Adequação* – às linguagens, aos formatos e às finalidades dos produtos de divulgação, tais quais portal, redes sociais da internet, plataformas de armazenamento de conteúdo e demais mídias que comportam conteúdo em audiovisual.
98. A produção e/ou edição do conteúdo é exclusividade do corpo técnico da Assecom, sendo vedado qualquer empréstimo de equipamento ou disponibilização de pessoal externo para realização de atividade precípua do setor, salvo com expressa anuência.
99. As peças em audiovisual para divulgação pela Assecom devem seguir os critérios técnicos estabelecidos pela equipe quanto à produção, tais como: tipos de câmeras, lentes, microfones, iluminação; quanto à edição, fontes, enquadramento de conteúdo, artes e vinhetas empregadas.
100. Depois de finalizada, a peça em audiovisual advinda de solicitação será submetida à avaliação do solicitante, que poderá sugerir mudanças, desde que não altere, acrescente ou retire conteúdo que fira as normas deste manual e respeite os prazos estabelecidos, salvo nas hipóteses de flagrante erro nas informações e dados.
101. A Assecom se compromete a inserir nas peças de vídeo e áudio medidas de Acessibilidade mediante disponibilidade de profissionais habilitados no quadro de servidores da Universidade.
102. Não compete à Assecom a cobertura instantânea de eventos, nem a disponibilidade de equipamentos para cobertura de eventos, sobretudo via *Streaming*.
103. Sempre que possível e convier, o profissional técnico da Assecom em cobertura ou atividade profissional em eventos, solenidades, espaços públicos e de ampla circulação de cidadãos, nas dependências da

- Universidade, deverá solicitar ao cerimonial que comunique a mensagem – ou conteúdo correlato: “Este evento/ato/solenidade está sob cobertura de divulgação da Assessoria de Comunicação da Universidade com registro de imagens e áudio”.
104. Compete à Assecom a salvaguarda do material fotográfico e em audiovisual captado, produzido ou cedido ao domínio da Assecom, publicado ou não.
  105. A Assecom buscará o melhor suporte e mídia para arquivamento do patrimônio fotográfico e em audiovisual.
  106. Compete à Assecom, em nome da Universidade, os direitos autorais e de reprodução da imagem, da voz e do áudio captado, produzido ou cedido ao domínio da Assecom, publicado ou não.
  107. A Assecom não se responsabiliza quanto ao uso de material em vídeo, áudio e fotografia adquirido, reproduzido e alterado indevidamente ou sem expressa cessão da Assecom, devendo o mesmo ser encaminhado às providências administrativas e legais.
  108. O material em vídeo, áudio e fotografia cedido por terceiros à Assecom e autorizados para uso nos seus materiais de divulgação deve se igualar às condições técnicas, éticas e estéticas consagradas neste documento.
  109. Quanto à cessão de material em vídeo, áudio e fotografia para uso externo aos produtos, serviços, ações, plataformas e mídias mantidas pela Assecom:
    - 109.1 Deverá constar de expressa cessão, por meio de termo que previamente informe a finalidade ou a natureza do uso do material cedido; assinado por servidor lotado na Assessoria de Comunicação e pelo(a) solicitante atestando ciência e comprometimento com os termos consagrados neste documento;
    - 109.2 O uso do material deve constar da indicação dos créditos, conforme possibilidades previstas no item 93.4;
    - 109.3 Ao(à) solicitante, não é autorizada a edição ou alteração das propriedades e do conteúdo que incorra em alteração ou grave comprometimento do conteúdo original.
  110. Quando cedido aos membros da comunidade acadêmica ou unidades e setores internos, deverá se observar o uso para finalidades de atividades acadêmicas e administrativas de interesse direto à atuação da Universidade.
  111. Aos membros da comunidade acadêmica que, em decorrência do exercício de suas funções, tenham acesso ao material de vídeo, em áudio e fotográfico, é vedada a sua cessão, compartilhamento ou a transferência para terceiros; bem como o uso pessoal e mercadológico e qualquer outra situação correlata que viole as finalidades institucionais;
  112. Quando o material for expressamente cedido à comunidade externa à Universidade, tais quais instituições, órgãos, empresas de mídia jornalística, entidades e afins, deve-se primar pelo uso público, não

mercadológico, em consonância com os termos consagrados neste documento e que agregue à imagem e reputação da Universidade.

### **Artes e Produção Gráfica**

113. A Assecom é responsável pela salvaguarda do Manual de Identidade Visual da Ufersa (MIVU), cabendo-lhe atualizá-lo e mantê-lo disponível à comunidade acadêmica.
114. O Manual de Identidade Visual da Ufersa normatiza o uso dos elementos visuais e gráficos concernentes à produção visual da Instituição, prezando pelos elementos de identidade dos seus símbolos oficiais.
115. São elementos de identificação da Ufersa: os símbolos (brasão e logo); as cores institucionais e suas variações cromáticas; as fontes tipográficas; e a parametrização de aplicação das marcas.
116. À Assecom compete a produção de arte e produção gráfica voltadas aos produtos, serviços, ações e iniciativas que promovem a Universidade.
117. A produção de arte e a produção gráfica demandada por iniciativa da Assecom, ou quando solicitada pela comunidade acadêmica, estão vinculadas ao MIVU.
118. As artes e produções gráficas cedidas à Assecom devem estar de acordo com parâmetros do MIVU e, em caso contrário, adequar-se a este documento.
119. A produção de artes e a produção gráfica devem atender às especificações técnicas, estéticas e de linguagem de cada meio a que se destinam.
120. É livre a manifestação artística e de criação na produção de artes e na produção gráfica por parte dos membros da Assecom, desde que não atentem contra pilares institucionais e legais.
121. As produções de arte e a produção gráfica devem ser adequados aos aspectos gramaticais e estilísticos da língua portuguesa;
122. É vedado em qualquer peça de produção artística e produção gráfica, assinada pela Assecom, expressar apologia a práticas ilícitas ou qualquer outro conteúdo inapropriado, tais quais:
  - 122.1 Expressar linguagem ofensiva, desrespeitosa, abusiva, obsceno, racista, discriminatório e preconceituoso;
  - 122.2 Expressar conteúdo de cunho calunioso; ameaçador ou difamatório;
  - 122.3 Façam uso de informações e imagem de pessoas e instituições de forma indevida.
123. A Assecom atenderá às solicitações da comunidade acadêmica da Ufersa mediante a disponibilidade de profissional técnico especializado na área e em conformidade com o item 149;

124. As solicitações de demandas devem ser encaminhadas via Formulário disponibilizado na página da Assecom, no Portal Ufersa, em estrita atenção aos prazos estabelecidos pela Assecom.
125. É imprescindível o fornecimento de informações que subsidiem a produção das artes e a produção gráfica solicitada. As informações devem ser enviadas com máxima precisão e dados já consolidados (data, horário, local, convidados, valores, inscrições e afins), dirimindo correções ou alteração de informações.
126. Quando for necessário fazer uso de fotografias ou imagens, deve-se, prioritariamente, dar preferência ao acervo de fotos e imagens sob salvaguarda da Assecom. Deve-se evitar uso de imagens oriundas de pesquisa em buscador da Internet, de banco de imagens comprado, de imagens sem crédito e sem autoria, de imagens que denotem dúvida quanto à autoria e origem.
127. Em caso do uso de fotografia ou imagens cedidas para a produção de arte e produção gráfica, deve-se observar o exposto neste Manual.
128. O(a) responsável pela solicitação deve dispor de contato para sanar dúvidas, fornecer novos elementos e informações sobre a produção do material solicitado, quando necessário.

### ***Clipping***

129. É *clipping* o serviço de coleta, avaliação e armazenamento de conteúdo publicado pela mídia para divulgação de ações institucionais da Ufersa.
130. O material coletado da mídia é um dos instrumentos de subsídio para avaliação, aferição de mídia, de imagem, de reputação, de posicionamento e de repercussão sobre a Universidade.
131. O conteúdo do *clipping* é de salvaguarda da Assessoria de Comunicação, que deve primar e buscar meios de arquivamento e trato do material.
132. O material coletado deve ser arquivado pela Assecom em formato compatível e conforme natureza da mídia, com tabulação única contendo resumo, data, veículo, indicação e referência do veículo, e aferição para a imagem da instituição.
133. O material virtual será disponibilizado em espaço reservado a esta finalidade no Portal Ufersa, contendo brevíssimo resumo, o veículo de publicação e a data.
134. É objeto de *clipping* as reportagens, notícias, notas e qualquer outra produção correlata ao gênero jornalístico, publicadas em espaços de mídia cuja confiabilidade e reputação sejam reconhecidas, bem como o seu potencial de impacto na opinião pública.
135. É objeto de *clipping* as reportagens, notícias, notas e qualquer outra produção correlata ao gênero jornalístico, cujo conteúdo verse sobre a Universidade; que tenha impacto direto na rotina, na imagem e reputação da Universidade; que mencione, evidencie ou destaque membros da

comunidade acadêmica por sua atividade diretamente relacionada à Universidade.

136. Não compete à Assecom atender solicitação cujo teor resulte em tabulação, análise, levantamento de material, dados e informações oriundas do *clipping*.
137. Em caso de compartilhamento, distribuição e publicidade interna do material do *clipping*, deve-se observar o potencial estratégico, de gestão, de administração e de governança administrativa e acadêmica do remetente.

### **Fachada externa**

138. A fachada externa às dependências da Universidade deve ser preservada quanto ao seu potencial de mídia e divulgação, sendo reconhecida como tal a estrutura com visibilidade a partir do logradouro, tais quais: alvenaria, gradeado em ferro, madeira, portões e correlatos.
139. É permitida a fixação de material para divulgação na fachada externa da Universidade mediante expressa autorização pela Assessoria de Comunicação por meio de termo previamente assinado pelo(a) servidor(a) solicitante.
140. O conteúdo expresso no material de divulgação deve versar diretamente sobre as atividades acadêmicas em Pesquisa, Ensino e Extensão; sobre as atividades administrativas; divulgação de campanhas institucionais e de eventos promovidas pelos setores e unidades; ações de divulgação das atividades sindicais promovidas por classes representativas dos servidores da Ufersa e Diretório Central dos Estudantes – DCE.
141. Para autorizar a fixação de material de divulgação, deve-se observar:
  - 141.1 Adequação aos aspectos gramaticais e estilísticos da língua portuguesa;
  - 141.2 Adequação ao Manual de Identidade Visual da Ufersa;
  - 141.3 É vetado conteúdo de cunho mercadologicamente publicitário;
  - 141.4 É vetado conteúdo obsceno, racista, discriminatório e preconceituoso;
  - 141.5 É vetado conteúdo que promova práticas ilícitas e que contrarie o consagrado em documentos normativos da Ufersa.
142. O(a) servidor(a) solicitante compromete-se em afixar e em retirar a faixa nas datas estipuladas.
143. O uso dos espaços disponíveis na fachada da Universidade deve zelar pela harmonia visual, pela segurança no trânsito e pelas normas de acessibilidade.
144. Para o uso harmônico e com economicidade da fachada da Universidade, não é permitida sobreposição de material. Em casos de limitação de espaço, serão considerados os critérios de ordem de solicitação e de datas pertinentes à divulgação.

145. A Assessoria de Comunicação da Ufersa, os funcionários da Guarita, a Superintendência de Infraestrutura – SIN, a direção dos campi, a chefia imediata de unidades fora dos campi, são aptos à remoção do material que:
- 145.1 Contrarie os termos Deste Manual;
  - 145.2 Permaneçam expostos após as datas previamente informadas em termo;
  - 145.3 Defasagem e desatualização nas informações expressas no material de divulgação.
146. A Universidade não se responsabiliza pela guarda de material removido, conforme o item anterior.
147. A Assecom disporá de painel de divulgação localizado em frente ao prédio do setor.

#### **4. DAS DISPOSIÇÕES GERAIS**

148. Os itens deste Manual perdem efeito se estiverem em disposição contrária à legislação ou aos atos administrativos expedidos por órgãos de Governo.
149. Os produtos, serviços e ações devem ser solicitados pelo Formulário da Assecom, disponível na página do Setor no Portal Ufersa (<https://assecom.ufersa.edu.br/>).
150. A Assessoria de Comunicação manterá atualizada a informação sobre os prazos estabelecidos para a execução das rotinas e procedimentos referentes aos produtos, serviços e ações de sua competência.
151. Este Manual será atualizado quando os servidores lotados na Assecom identificarem a necessidade. A versão mais recente deste documento ficará disponível à comunidade acadêmica na página da Comunicação, no Portal Ufersa.
152. A Assecom disponibilizará no Portal Ufersa Relatório Anual com desempenho dos serviços, produtos e ações do setor.