



CRITÉRIOS DE DIVULGAÇÃO DA
SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO DA UnB



Reitora

Márcia Abrahão

Vice-reitor

Enrique Huelva

Secretária de Comunicação

Thais de Mendonça Jorge

Redação: Kárin Ventura, Karoline Marques e Renan Apuk

Edição: Thais de Mendonça Jorge

Revisão: Vanessa Tavares

Projeto Gráfico e diagramação: Marcelo Jatobá

CRITÉRIOS DE DIVULGAÇÃO DA SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO DA UnB

Fundação Universidade de Brasília

Secretaria de Comunicação (Secom)

1ª Edição Brasília – DF – 2019

SUMÁRIO

| | |
|-----------|--|
| 4 | Apresentação |
| 6 | Nossos produtos |
| 6 | Portal UnB |
| 7 | UnB Hoje |
| 8 | Revista Darcy |
| 8 | Mídias Sociais |
| 9 | Marca UnB |
| 10 | Assessoria de imprensa |
| 11 | Nossos critérios de noticiabilidade |
| 11 | Orientações gerais para todos os canais |
| 12 | Categorias temáticas para divulgação |
| 23 | Contatos da equipe da Secom |
| 27 | Principais informações que devem constar no e-mail de solicitação de divulgação |

APRESENTAÇÃO

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

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

Nesse sentido, tanto as atividades da Secom como os produtos desenvolvidos pelo setor têm como meta aproximar a sociedade do cotidiano universitário. É necessário que a comunidade acadêmica esteja sintonizada com o propósito de criar e manter uma visão afirmativa da UnB. A Secom oferece uma vez por ano o curso *Mídia Training*, a fim de esclarecer e treinar a comunidade universitária sobre as potencialidades da comunicação, instruindo sobre, por exemplo, como relacionar-se com a imprensa, como trabalhar as informações para divulgação e como redigir um *press-release*.

Os canais pelos quais a Secom se comunica com o público são vários. Alguns deles são produtos oferecidos e que atendem a uma periodicidade

fixa, outros são extemporâneos e dependem de demandas da comunidade, sendo eles:

- **Portal da UnB** – engloba os espaços *Fique por Dentro*, UnB Notícias, UnB Ciência, artigos de opinião;
- **UnB Hoje;**
- **Revista Darcy;**
- **Mídias Sociais** – envolve Facebook, Twitter, Instagram, Flickr e YouTube.

Todo esse complexo informativo funciona de acordo com fluxos de trabalho específicos da área de comunicação e possui regras estritas, a fim de que a comunidade seja devidamente satisfeita, e os servidores da Secom (jornalistas, assessores de imprensa, produtores culturais, relações públicas) possam cumprir sua missão de bem informar a sociedade acerca da UnB. Assim, a Secom conta com o seu apoio no sentido de verificar os normativos e encaminhamentos a seguir sobre seus principais canais e formas de divulgação.

PRODUTOS

Portal da UnB

O portal www.unb.br reúne as principais informações sobre a Universidade de Brasília e está em constante mudança. A plataforma é um veículo dinâmico que procura disseminar, sob a forma de notícias, as atividades universitárias.

Seção *Fique por Dentro* e UnB Notícias

Na página principal da Universidade, está localizada a seção *Fique por Dentro*, que divulga eventos que acontecem na instituição e/ou são promovidos por ela. Por meio desta seção, qualquer pessoa pode ter acesso à programação cultural e científica da UnB.

| FIQUE POR DENTRO | 20 Fev • 18:00 | 22 Fev • 12:00 | 05 Mar • 08:00 | 07 Mar • 10:00 |
|------------------|---------------------------------|------------------------------------|------------------|-------------------------------|
| | Inscrição: Coro Italiano da UnB | Reunião do Clube de Leitura da BCE | Início das Aulas | #InspiraUnB com Elisa Lucinda |

Imagem 1 – Seção *Fique por Dentro* do portal da UnB

Dentro do portal da UnB, a página www.noticias.unb.br reúne as principais notícias sobre a Universidade. Nela são divulgadas notícias factuais, como eventos, reuniões administrativas, editais de processo seletivo de ingresso, entre outros. Busca-se oferecer textos com equilíbrio, credibilidade e confiabilidade, obedecendo à premissa do direito à informação como requisito básico da cidadania, e atendendo aos princípios do jornalismo de formar e informar.

UnB Ciência

No ar desde maio de 2011, o portal www.unbciencia.unb.br é um produto jornalístico cujo objetivo é divulgar a produção científica da Universidade de Brasília. As notícias têm como foco as pesquisas desenvolvidas nos programas de pós-graduação da UnB, além de atividades de extensão e

iniciação científica. O menu principal é dividido em áreas de conhecimento, e as matérias procuram apresentar os temas de maneira acessível, trazendo-os para o cotidiano do leitor.

Artigos de opinião

O portal dá acesso aos artigos de opinião, elaborados por especialistas de diversas áreas e encaminhados para publicação. Administrada pela Assessoria de Imprensa, a seção de artigos (www.noticias.unb.br/artigos) é dedicada a difundir a opinião de professores, alunos de pós-graduação e de servidores da UnB. Na seção 3.2.1, estão especificados os critérios para esse tipo de publicação.

Clipping

A Assessoria de Imprensa realiza o serviço de avaliação, classificação e divulgação das notícias, reportagens e entrevistas sobre a Universidade de Brasília e sua produção científica e cultural. O portal reúne, na seção *UnB na Mídia*, uma significativa parte do que foi difundido pela imprensa em todo o país, constituindo-se em um relevante acervo à disposição da comunidade universitária e da população em geral.

UnB Hoje

O *UnB Hoje* é um boletim informativo semanal distribuído por e-mail, afixado em murais da Universidade e divulgado no site de notícias da UnB (www.noticias.unb.br/unb-hoje). Foi criado em 1985, sendo o meio de informação mais antigo desenvolvido pela Secom. Nele, são veiculados eventos científicos, acadêmicos e culturais da UnB de interesse da comunidade. É uma ferramenta de serviço, funcionando como uma espécie de agenda. Para receber a publicação via e-mail, é necessário realizar cadastro neste endereço: <http://listas.unb.br/listinfo/unbhoje-l>.

Revista Darcy

A revista *Darcy* é uma publicação trimestral de divulgação científica e cultural da UnB. Com reportagens baseadas em pesquisas desenvolvidas na Universidade, seu objetivo é democratizar o acesso ao conhecimento produzido nas diversas áreas do saber e colaborar para fomentar a reflexão e o debate sobre temas contemporâneos de interesse público.

A tiragem da *Darcy* é de 2 mil exemplares, distribuídos entre a comunidade acadêmica, cultural e jornalística do Distrito Federal e do país. O site da revista *Darcy* pode ser acessado no endereço: www.revistadarcy.unb.br.

Mídias sociais

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

Facebook

Essa plataforma, disponível no endereço www.facebook.com/oficialUnB, é utilizada especialmente para divulgação de campanhas institucionais, matérias de pesquisa, processos seletivos de ingresso na UnB, bem como projetos que envolvam a Universidade como um todo, por exemplo, a recepção aos calouros. Além disso, essa plataforma é utilizada para ações de engajamento com seguidores, como séries de postagens com tema específico. O Facebook não é utilizado para divulgação de eventos específicos de departamentos, lançamento de livros, entre outros.

Twitter

O Twitter, acessado por meio do *link* www.twitter.com/unb_oficial, é empregado principalmente para divulgação de eventos que ocorrem na UnB e/ou são promovidos por ela. Dessa forma, congressos, seminários, palestras, lançamentos, debates, todos os eventos que, de alguma forma, sejam apoiados por algum setor da Universidade são divulgados no Twitter.

Instagram

Essa rede social, disponível no endereço www.instagram.com/unb_oficial, é utilizada para campanhas institucionais, divulgação de pesquisas científicas e reprodução de fotos produzidas por esta Secretaria.

Flickr e Youtube

As duas plataformas (www.flickr.com/unb_agencia e www.youtube.com/AgenciaUnB) são utilizadas como repositórios de conteúdo da Secretaria de Comunicação. Tanto as fotos, no caso do Flickr, como os vídeos, no caso do Youtube, podem ser reproduzidos por outros canais de comunicação, desde que os créditos sejam citados.

Marca UnB

A UnB cuidou da elaboração de critérios para utilização de sua marca, um dos patrimônios que imprimem credibilidade à instituição. Os designers da Universidade de Brasília organizaram assim um guia detalhado para orientar a aplicação em vários dispositivos e situações. As normas estão disponíveis no endereço www.marca.unb.br. A Secom solicita que aplicações fora dos padrões especificados no Manual da Marca e dúvidas sobre aplicação da marca UnB em materiais de divulgação, sejam comunicadas pelo e-mail **design.secom@gmail.com**.

ASSESSORIA DE IMPRENSA

A Universidade de Brasília é diariamente solicitada por jornalistas de todo o Brasil e também do exterior, que buscam fontes especializadas nas mais diversas áreas do conhecimento. A Assessoria de Imprensa, subdivisão da Secom que auxilia a Administração Superior a divulgar os assuntos da Universidade, atende uma média anual de 8 mil solicitações de entrevistas. Os pesquisadores da UnB estão entre os mais requisitados e respeitados pela imprensa.

O objetivo do atendimento realizado pela Assessoria de Imprensa é mediar o contato entre os veículos de comunicação e a comunidade acadêmica, gerenciando o fluxo de informações entre fontes (professores, pesquisadores e membros da administração superior) e jornalistas.

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

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

Critérios de noticiabilidade

Todos os veículos que lidam com a comunicação precisam adotar critérios para selecionar e estampar o material que divulgam ao público. A Secom organizou as regras de publicação em seus canais com a finalidade de homogeneizar a escrita e estabelecer padrões para a seleção do conteúdo. Acreditando atender a vasta audiência, dar transparência ao processo e explicar uma das facetas da função comunicativa, a Secretaria de Comunicação decidiu tornar público os processos de avaliação de pautas e divulgação de conteúdo. A seguir, encontram-se algumas indicações para que as comunidades acadêmica e externa possam melhor avaliar a pertinência dos conteúdos, dar uma contribuição em relação a novos assuntos e até sugerir conteúdos de modo mais direcionado. Os critérios estão divididos em:

- *Orientações gerais para todos os canais e*
- *Categorias temáticas de divulgação.*

Orientações gerais para todos os canais

Prazo – A Secretaria de Comunicação necessita que as solicitações de divulgação sejam enviadas com um mínimo de **dez dias corridos de antecedência** da data do evento ou o quanto antes, no caso de divulgação de projetos que não possuam data definida. Assim, haverá tempo hábil para verificar a melhor forma de realizar a divulgação da solicitação. Pedidos enviados com menos de dez dias de prazo têm menor chance de ser considerados.

Conteúdo – A solicitação deve ser enviada da maneira mais completa possível, com informações detalhadas sobre do que se trata, data, local e horário, no caso de eventos, e incluir outros materiais de divulgação, como um resumo da atividade e cartaz. Veja, no final deste documento (página 27), as informações que devem constar no e-mail de solicitação de divulgação.

Vínculo – Demandas que não tenham vínculo institucional com a Universidade de Brasília não serão divulgadas. Apenas solicitações que sejam promovidas pela UnB e/ou aconteçam nos espaços da Universidade serão veiculadas. No caso de eventos que extrapolem os limites da UnB, os proponentes receberão uma resposta automática do sistema, informando essa condição.

Seleção – A decisão sobre como o material será divulgado, sua posição e/ou destaque no portal da UnB e a utilização em outros canais de divulgação é exclusiva da Secretaria de Comunicação. Esse critério leva em consideração as categorias temáticas indicadas a seguir, fatores de noticiabilidade jornalísticos e a própria rotina de trabalho do setor.

Autoria – O material de divulgação (cartaz, vídeo, texto) deverá ser enviado pelo próprio solicitante. A Secom não produz materiais de divulgação e pode utilizar ou não informações enviadas sob a forma de *press-releases*. Os *press-releases* ou simplesmente *releases*, no jargão jornalístico, são textos liberados para publicação, escritos para fins de divulgação de atividades, produtos ou serviços. Devem ser redigidos preferencialmente em linguagem jornalística, ser claros, objetivos e conter informações completas, o que inclui e-mails e telefones para contato. Em caso de dúvida, os assessores da Secom poderão entrar em contato para esclarecimentos.

Envio – Todas as demandas por divulgação deverão ser enviadas necessariamente para o e-mail **pauta@unb.br**, considerando as orientações deste documento em relação aos critérios de noticiabilidade, assim como às normas de escrita. Qualquer dúvida, solicita-se entrar em contato pelo telefone **3107-0546** ou **3107-0307**.

Categorias temáticas para divulgação

Com base nas solicitações usualmente recebidas por esta Secretaria, elaborou-se uma lista de demandas com respectivos canais em que poderão

ser divulgadas informações, de modo a orientar futuros pedidos. Haverá casos não abarcados por essas categorias. Ressalta-se que, nessas situações, cabe exclusivamente à Secom decidir que tipo de divulgação será realizada.

Em alguns casos há um tópico de observação. Esse item ressalta que a demanda será analisada para possíveis inserções em outros canais, além dos já citados. A advertência não obriga a Secom a realizar a divulgação, apenas destaca que essa situação poderá acontecer.

Artigos de opinião

São critérios para a publicação de artigo:

- o texto pode ser de divulgação científica, análise do cotidiano universitário, defesa do interesse da Universidade ou de livre expressão do pensamento a respeito de temas relevantes da atualidade;
- ser redigido em linguagem acessível ao público em geral;
- conter até 3 mil caracteres, incluídos os espaços;
- ser encaminhado para o e-mail **artigos@unb.br**, acompanhado de uma foto do autor em arquivo.jpg;
- o texto não pode conter ataques pessoais, manifestações discriminatórias negativas de qualquer espécie, incitação à violência, assim como conteúdo que fira os direitos humanos;
- o recebimento do artigo não implica a obrigação de publicá-lo;
- não existe o compromisso de divulgar o artigo em data prefixada pelo autor;

- a publicação obedecerá a ordem de recebimento, considerando dia e hora constantes do e-mail encaminhado pelo remetente. Os temas factuais, que versem sobre datas específicas, terão prioridade na sua difusão;
- os textos poderão sofrer ajustes, tais como: adequação de termos e títulos, em função de critérios jornalísticos do portal da UnB. Se as mudanças forem extensas ou interferirem na compreensão do conteúdo, o autor será consultado.

São publicados até três artigos por semana, preferencialmente às segundas, quartas e sextas-feiras. Excepcionalmente, a critério da Secretaria de Comunicação, poderá haver publicação em outros dias da semana.

Chamadas para submissão de artigos científicos em congressos e revistas

- Canais de divulgação: seção *Fique por Dentro*, Twitter e informativo *UnB Hoje*.

Concursos públicos para servidores técnico-administrativos e docentes

- Canais de divulgação: mídias sociais.
- Observação: a divulgação será realizada de forma genérica, não citando especificidades das vagas, mas apenas avisando à comunidade que elas existem. O assunto também poderá ser tema de matéria no portal da UnB.

Reuniões ordinárias e extraordinárias de conselhos universitários

- Exemplos: Conselho Universitário (Consuni), Conselho de Administração (CAD), Conselho de Ensino, Pesquisa e Extensão (Cepe), Conselho Comunitário, Conselho de Segurança (Conseg).
- Canais de divulgação: seção *Fique por Dentro* e matéria no portal da UnB.
- Observação: em cada solicitação referente a conselhos, será analisada a pauta da reunião para possível matéria prévia ou cobertura no portal da UnB.

Iniciativas de financiamento coletivo (crowdfunding)

A Secom não realiza divulgação de financiamentos coletivos.

Defesas de monografia, dissertação e tese

A Secom não realiza divulgação de defesas.

- Observação: os trabalhos e projetos resultantes das defesas citadas nessa categoria poderão ser analisados para pautas futuras, inserção na revista *Darcy* ou na página UnB Ciência. A Secom estimula o envio de sugestões de pauta com temas instigantes e assuntos inovadores pelo e-mail **pauta@unb.br**.

Editais promovidos por decanatos, diretorias e secretarias

- Exemplos: chamadas para intercâmbio, assistência estudantil, iniciação científica, projetos de extensão, projetos culturais, apoio à pesquisa, publicação e viagem.

- Canais de divulgação: informativo *UnB Hoje* e Twitter (este último, no caso de editais direcionados a estudantes).
- Observação: editais inéditos ou com grandes mudanças em relação a suas edições passadas serão analisados para possível divulgação no portal da UnB.

Eleições de entidades representativas, de conselhos superiores e de institutos, faculdades, departamentos e reitoria

- Exemplos: Associação dos Docentes da UnB (ADUnB), Sindicato dos Trabalhadores da Fundação Universidade de Brasília (Sintfub), Sindicato Nacional dos Técnicos de Nível Superior das IFES (Atens), Diretório Central dos Estudantes (DCE), Conselho Universitário (Consuni), Conselho de Administração (CAD).
- Canais de divulgação: seção *Fique por Dentro* do portal da UnB e informativo *UnB Hoje*.
- Observação: a demanda será analisada para possível inserção no portal da UnB. Ressalta-se que a Secom não produz nem publica entrevistas com candidatos, exceto no pleito para a Reitoria.

Eventos promovidos pela UnB no DF ou que aconteçam na Universidade

- Exemplos: audiência, aula, colóquio, congresso, debate, encontro, homenagem, inauguração, jornada, mesa-redonda, mostra, palestra, posse, reunião, semana, seminário, simpósio, solenidade, conferência.

- Canais de divulgação: seção *Fique por Dentro* do portal da UnB, Twitter e informativo *UnB Hoje*.
- Observação: a demanda será analisada para possível matéria de anúncio ou de cobertura¹ no portal da UnB e para inserção no Facebook.

Informes setoriais internos

- Exemplos: horário de funcionamento dos setores, alteração de procedimentos educacionais e administrativos, gestão de pessoas, logística e administração dos campi.
- Canal de divulgação: Twitter, apenas nos casos em que o informe atinja diretamente os estudantes da comunidade acadêmica.

Lançamento de livros

- Canais de divulgação: seção *Fique por Dentro* e Twitter.
- Observação: a Secom somente divulga lançamentos que ocorram no Distrito Federal. Se o conteúdo do livro se referir a pesquisa realizada no âmbito da UnB, a demanda será analisada para possível inserção na revista *Darcy* ou na página UnB Ciência.

1 A matéria de anúncio refere-se à publicação produzida antes do evento com o intuito de divulgar a atividade e convidar o público a comparecer ao evento. Já a matéria de cobertura relaciona-se à produção de notícia que procure transmitir o desenrolar do evento, quais foram seus destaques e pontos fortes. Nesse caso, o repórter acompanha e apura a ação.

Notas de manifestação da comunidade acadêmica sobre questões relativas à UnB ou temas diversos

- Canal de divulgação: portal da UnB, no caso de notas aprovadas pelos conselhos superiores da Universidade – Consuni/CAD/Cepe.

Obituário

- Canais de divulgação: a Secom não publica notas de pesar.
- Exceções: casos de comoção pública, falecimento de professores eméritos, *honoris causa*, decanos em exercício, reitores e ex-reitores. Os canais de divulgação poderão ser as mídias sociais e o portal da UnB. O meio de divulgação pode ser um texto jornalístico. Para outras manifestações, sugere-se a elaboração de texto para publicação em artigos de opinião.

Premiações e homenagens locais, regionais, nacionais e internacionais a cursos e membros da comunidade acadêmica

- Canal de divulgação: Twitter.
- Observação: a premiação será analisada para possível inserção no portal da UnB, no Facebook, na revista *Darcy* ou na página UnB Ciência.

Programação cultural e esportiva dentro da UnB

- Exemplos: artes cênicas, cinema, exposição, feira, festival, música, campeonato, jogo.

- Canais de divulgação: seção *Fique por Dentro*, portal da UnB, Twitter e informativo *UnB Hoje*.
- Observação: a demanda será analisada para possível matéria de anúncio ou de cobertura no portal da UnB e para inserção no Facebook da Universidade.

Projetos de extensão cadastrados e regulares no Decanato de Extensão

- Canais de divulgação: seção *Fique por Dentro*, Twitter e informativo *UnB Hoje*.
- Observação: a demanda será analisada para possível matéria no portal da UnB ou inserção no Facebook da Universidade.

Projetos pessoais da comunidade acadêmica

- Exemplos: artes cênicas, cinema, exposição, feira, festival, fundação, música, participação em eventos, ONG.
- Canais de divulgação: seção *Fique por Dentro* e Twitter.

Processos seletivos de ingresso na graduação

- Exemplos: Vestibular, Programa de Avaliação Seriada (PAS), Sistema de Seleção Unificada (SiSU), Seleção para Portador de Diploma de Curso Superior, Admissão para Transferência Facultativa, Seleção para Vagas Remanescentes, Certificação de Habilidade Específica, seleções para educação a distância, Vestibular Indígena.

- Canais de divulgação: seção *Fique por Dentro*, mídias sociais, portal da UnB e informativo *UnB Hoje*. Os *releases* devem ser enviados pela banca organizadora do certame com antecedência.
- Observação: as etapas divulgadas nos referidos canais são: abertura do edital; inscrições; resultado dos aprovados; registro acadêmico e evento institucional de recepção aos calouros.

Processos seletivos de ingresso na pós-graduação

- Exemplos: processos seletivos de ingresso em especializações, mestrado e doutorado.
- Canais de divulgação: mídias sociais e informativo *UnB Hoje*.
- Observação: a divulgação será realizada de forma genérica, citando algumas seleções abertas e indicando o link para que o interessado confira todas os processos seletivos disponíveis.

Rankings universitários

- Exemplos: Ranking das Universidades do Brasil - RUF Folha SP, Índice Geral de Cursos (IGC/MEC), QS Rankings, Ranking CWUR, Rankings THE, Guia do Estudante.
- Canais de divulgação: mídias sociais e portal da UnB.

Serviços de outras universidades e instituições

- A Secom não realiza divulgação de serviços sem vínculo institucional com a Universidade de Brasília.

Vagas de estágio internas

- Canais de divulgação: mídias sociais e *UnB Hoje*.
- Observação: a divulgação será realizada de forma genérica, não citando especificidades das vagas, mas apenas avisando à comunidade que elas existem. A Secom não realiza divulgação de vagas de estágio externas.

Visita de autoridades

- Exemplos: reitores de outras instituições; ministros, secretários, governadores, presidente da República; embaixadores; representantes de segurança pública.
- Canais de divulgação: as visitas serão analisadas para possível inserção no portal da UnB e nas mídias sociais.

Posses internas

- Exemplos: diretores de faculdades e institutos.
- Canais de divulgação: seção *Fique por Dentro* e portal da UnB, a critério da Secom e na dependência da disponibilidade de repórteres/fotógrafos.

Posses externas

- Exemplos: membros da comunidade acadêmica que assumem cargos máximos em instituições de grande relevância social.

- Observação: a sugestão de pauta será analisada para possível inserção no portal da UnB caso a posse se referir a cargos de direção ou correlatos em instituições ligadas à educação.

CONTATOS DA EQUIPE DA SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO

Secretária de Comunicação

Professora Thaís de Mendonça Jorge
55 61 3107-0214

Produção de Conteúdo

E-mail da editoria – conteudosecom@gmail.com

Editores responsáveis

Renan Apuk – renanapuk@unb.br

Marcela D'Alessandro – marceladd@unb.br

55 61 3107-0534

Carolina Pires – carolina.pires@unb.br

55 61 3107-0306

Gisele Pimenta – giselepimenta@unb.br

55 61 3107-0306

Jorge Gil – jorgegil@unb.br

55 61 3107-0306

Kárin Ventura – karinventura@unb.br

55 61 3107-0534

Nair Rabelo – nairpassos@unb.br

55 61 3107-0306

Serena Veloso – serena@unb.br
55 61 3107-0548

Thaíse Torres – ttorres@unb.br
55 61 3107-0533

Vanessa Tavares – vanessatavares@unb.br
55 61 3107-0306

Vanessa Vieira – vanvieira@unb.br
55 61 3107-0306

Relações Institucionais

E-mail da editoria – pauta@unb.br

Angélica Peixoto – angelicapeixoto@unb.br
55 61 3107-0307

Hellen Camara – hellencamara@unb.br
55 61 3107-0546

Júlia Consentino – juliaconsentino@unb.br
55 61 3107-0307

Karoline Marques – karolinemarques@unb.br
55 61 3107-0546

Assessoria de Imprensa

E-mail da assessoria – assessoriasecom@unb.br

Editor responsável – Paulo Alziro Schnor – paulo2016@unb.br
55 61 3107-0535

Helen Lopes – helenlopes@unb.br
55 61 3107-0538

Lanuzia Nogueira – lanuzianogueira@unb.br
55 61 3107-0535

Jéssica Louza – jessicalouza@unb.br
55 61 3107-0535

Thiago Flores – thiago.flores@unb.br
55 61 3107-0535

Design

E-mail da editoria – design.secom@gmail.com

Editor responsável – Marcelo Jatobá – mjatoba@unb.br
55 61 3107-0537

Ana Grilo – anagrilo@unb.br
55 61 3107-0537

George Lopes – fgeorge@unb.br
55 61 3107-0533

Igor Outeiral – igorouteiral@unb.br
55 61 3107-0533

Fotografia

E-mail da editoria – unb.foto@gmail.com

Editor Responsável – André Gomes – andre.gomes@unb.br
55 61 3107-0540

Beto Monteiro – betomonteiro@unb.br
55 61 3107-0540

Júlio Minasi – foto@unb.br
55 61 3107-0540

Luis Gustavo Prado – lgprado@unb.br
55 61 3107-0540

Raquel Aviani – raquel.aviani@unb.br
55 61 3107-0540

Coordenação Administrativa

E-mail da secretaria – secom@unb.br

Doraci Pereira Rosa – doraci@unb.br
55 61 3107-0214

PRINCIPAIS INFORMAÇÕES QUE DEVEM CONSTAR NO E-MAIL DE SOLICITAÇÃO DE DIVULGAÇÃO

| | |
|-----------------------------|--|
| Eventos/projetos/ cursos | Título do evento; descrição; data de início; data de término; horário; local; valores; necessidade de inscrição; <i>link</i> para mais informações; contatos. |
| Seleções | Título da seleção; descrição; responsáveis; quantidade de vagas; período de inscrição; data do certame; valores; <i>link</i> do edital; contato para mais informações. |
| Pesquisas | Título da pesquisa; descrição; categoria (TCC, dissertação, tese); pesquisador responsável; departamento promotor; <i>link</i> para mais informações; contatos. |

Glossário

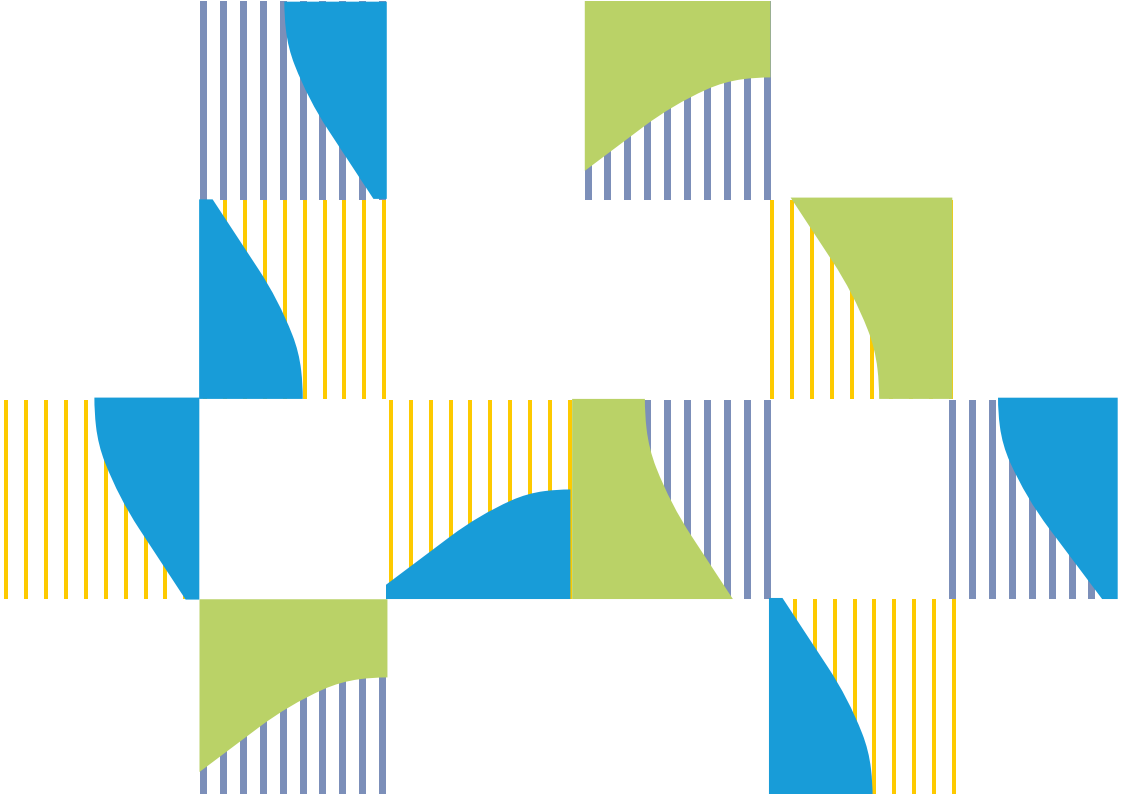
Anúncio – Denominamos matéria de anúncio a publicação produzida antes do evento com o intuito de divulgar a atividade e convidar o público a comparecer ao evento.

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

Pauta – Documento básico no jornalismo, é um instrumento de planejamento do cotidiano das redações. Serve para prever, anunciar, determinar assuntos que serão cobertos pelos repórteres da Secom ou que

serão trabalhados pela assessoria de imprensa. O endereço eletrônico **pauta@unb.br** recebe pautas – ou sugestões de temas – da comunidade acadêmica.

Press-release – Também chamados *releases* são textos liberados para publicação, escritos para a divulgação de atividades, produtos ou serviços. O ideal é que sejam redigidos em linguagem jornalística, apontados o que, quando, como, onde e por que o tema é importante. Um *release* deve ser claro, objetivo e conter informações completas, o que inclui e-mails e telefones para contato.



UnB | Secom

Secretaria de Comunicação da Universidade de Brasília
Campus Universitário Darcy Ribeiro
Prédio da Reitoria, 2º andar
Asa Norte, Brasília – DF, Brasil
CEP: 70.910-900
Telefone: +55 61 3107-0214
www.unb.br / secom@unb.br

