



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CAMPUS JOÃO DAVID FERREIRA LIMA
SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO

Diretrizes Técnicas de Comunicação da UFSC
Secretaria de Comunicação (Secom)

Florianópolis
Fevereiro de 2023



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CAMPUS JOÃO DAVID FERREIRA LIMA
SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO

1. APRESENTAÇÃO

Com a posse de uma nova gestão da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) em 2022, instituiu-se a Secretaria de Comunicação da UFSC (Secom), órgão responsável pela integração e articulação entre os diversos setores de comunicação da Universidade. Tendo como princípio as boas práticas de comunicação pública a Secom atua no planejamento e em frentes estratégicas relacionadas ao seu escopo de atividades, articulando e aproximando agentes internos e externos. Viabiliza, em frente específica, ações de capacitação e treinamento com o objetivo de preparar agentes de comunicação e gestão para desempenho das múltiplas interfaces comunicacionais. Zela, com extremo cuidado e sensibilidade, pela projeção de uma imagem institucional positiva junto à sociedade, fomentando conexões e desenvolvendo ações de comunicação com foco na promoção da divulgação científica, dos valores plurais e democráticos, em contraponto aos intensos ataques que a instituição é alvo, desde a “batalha do Bosque”, em 2014, passando pela operação “Ouvidos Moucos” (2017) - que vitimou o reitor Luiz Carlos Cancellier de Olivo - e tornando-se mais grave entre os anos de 2019 a 2022.

Atualmente, a Secom tem em sua estrutura organizacional a Assessoria de Imprensa do Gabinete da Reitoria, a Agência de Comunicação da UFSC e a TV UFSC; do projeto original, ainda falta estruturar o setor administrativo e implantar uma assessoria institucional de comunicação que atuará em sintonia direta com o titular da Secretaria, substituindo-o em suas eventuais ausências. Para organizar as atividades e fluxos de comunicação interna e externa desenvolveu diretrizes de comunicação, que estão consolidadas neste documento.

2. CONTEXTUALIZAÇÃO

Os parâmetros das diretrizes de comunicação da UFSC partem de princípios relacionados à Comunicação Pública (garantir amplo acesso à informação, fomentar o diálogo, estimular a participação, promover os direitos e a democracia, combater a desinformação, ser inclusiva e plural, garantir a impessoalidade), a missão (produzir, sistematizar e socializar o saber filosófico, científico, artístico e tecnológico, ampliando e aprofundando a formação do ser humano para o exercício profissional, a reflexão crítica, a solidariedade nacional e internacional, na perspectiva da construção de uma sociedade justa e democrática e na defesa da qualidade da vida) e a visão (ser uma universidade de excelência e inclusiva) da Universidade.

3. EIXOS NORTEADORES



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CAMPUS JOÃO DAVID FERREIRA LIMA
SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO

Após uma etapa de diagnóstico, que levou em conta aspectos estratégicos da gestão, foram elaborados eixos norteadores das diretrizes de comunicação da UFSC. Traçando um comparativo entre a descrição dos valores da instituição e os objetivos estratégicos projetados, registramos as seguintes ênfases relacionadas à comunicação:

- UFSC inclusiva comprometida com a permanência
- UFSC democrática e plural
- UFSC transparente
- UFSC dialógica

3.1 UFSC inclusiva e comprometida com a permanência

Uma Universidade inclusiva, capaz de olhar para os mais diversos grupos sociais e compor um ambiente em que impera o respeito e a interação para com todas as diversidades, nacionalidades, classes, etnias e pessoas com deficiência, comprometendo-se com a democratização do acesso ao ensino superior público, gratuito e de qualidade para todos, de forma a superar qualquer desigualdade, preconceito, exclusão ou discriminação, construindo uma sociedade mais justa e harmônica para as gerações vindouras.

3.2 UFSC democrática e plural

Uma instituição compromissada com a democratização do acesso ao ensino superior público, gratuito e de qualidade e que assegura o reconhecimento pleno de sua diversidade acadêmica, com espaço para o pluralismo ideológico e, primordialmente, o respeito a toda e qualquer diferença e diversidade pessoal, acadêmica, étnica, cultural e intercultural. Além disso, uma instituição que privilegia total abertura para o diálogo e a participação plena, prezando pelo compromisso e pela responsabilidade de construção e efetivação da prática democrática e cidadã.

3.3 UFSC transparente

Uma instituição que presta contas de suas ações e decisões à comunidade.

3.4 UFSC dialógica

Uma instituição que visa promover o diálogo e a reflexão não só entre os indivíduos que constituem seu corpo discente, docente e administrativo, mas também entre a Universidade e a



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CAMPUS JOÃO DAVID FERREIRA LIMA
SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO

sociedade como um todo, estimulando, dessa maneira, a coprodução do conhecimento para o desenvolvimento científico, tecnológico, econômico, humano e social.

4. ORIENTAÇÕES

4.1 Divulgação de eventos

Os promotores e propositores de eventos, ações e atividades que tenham interface com formas de comunicação institucional na UFSC devem:

- Enviar as informações para os órgãos centrais de comunicação com antecedência para viabilizar a divulgação e a boa execução das demandas.
- Indicar qual é o público-alvo da iniciativa.
- Enviar as informações para os órgãos centrais de comunicação com clareza e com a contextualização necessária para divulgação (data; hora; local; inscrição; promotores; público; etc.).
- Observar a necessidade de alinhamento entre as ações comunicativas empreendidas e as diretrizes apontadas pela Secom neste documento.
- Inserir e atualizar as informações nos sites institucionais setoriais.

4.2 Publicação de notícias no portal da UFSC

A Universidade produz muitos fatos passíveis de se tornarem noticiáveis, no entanto, as publicações devem seguir critérios jornalísticos permitindo que o usuário lide melhor com o fluxo de informações. Assim, são seguidas diretrizes para definição de quais conteúdos serão publicados no site conforme a política editorial do anexo II destas diretrizes.

Cabe salientar que as solicitações devem seguir as indicações da política editorial quanto à forma de envio da demanda e observar os critérios de divulgação que constam na normativa.

4.2.1 Sobre os padrões de publicação

Os textos produzidos para o site da UFSC seguem padrão jornalístico, que primam pela garantia da comunicabilidade do conteúdo para um público amplo e heterogêneo. Assim, solicitações de alteração nos textos podem ser sugeridas, mas sua pertinência será avaliada pelas equipes da



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CAMPUS JOÃO DAVID FERREIRA LIMA
SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO

Secom. A orientação geral é de que ocorrerão alterações apenas em casos de informações que estejam incorretas, inclusive do ponto de vista técnico. No tocante a estilo, formas específicas de grafar termos e ordenação das informações prevalecerão os entendimentos dos profissionais da Secom.

O usuário que enviar imagens para publicação junto à notícia deverá garantir que não possuam direitos autorais controlados e que tenham tamanho mínimo de 850 pixels de largura (sem distorções). Autorias de fotografias devem ser informadas. Se houver pessoas na foto, o solicitante deve identificá-las. Imagens de cartazes, anúncios e similares enviados sem informações básicas não serão divulgados sem a devida contextualização por parte do demandante.

A divulgação de conteúdos de interesse de públicos específicos será indicada para a publicação nos sites dos setores aos quais o tema estiver ligado.

Os solicitantes que encaminharem sugestão de notícia aos órgãos da Secom devem estar cientes de que, fazendo-o, estão também se colocando à disposição para atendimento à imprensa, caso veículos de comunicação apresentem demanda por informações complementares e gravação de entrevistas. Neste caso, o solicitante deve estar disposto a adequar sua disponibilidade à agenda dos veículos de comunicação, já que eles trabalham com prazos curtos e demandam, em geral, agilidade na divulgação. Por esse mesmo motivo, o telefone de contato informado quando da solicitação da divulgação deve ser preferencialmente o celular, de maneira que se permita a localização mais rápida para uma possível entrevista.

4.3 Publicação de conteúdo nas mídias sociais oficiais da UFSC

As mídias sociais constituem-se como espaço de disseminação de informações em diferentes formatos. Assim, é possível compartilhar não apenas textos, como também fotos, vídeos, animações (GIFs) e arquivos de áudio. Portanto, o conteúdo, descrito neste tópico, diz respeito a qualquer um desses formatos.

Independentemente da origem, o conteúdo divulgado segue critérios e orientações jornalísticas, de comunicação institucional e de comunicação pública. Portanto, este conteúdo deve possuir alguma relação com a Universidade. A viabilidade da publicação e a classificação dos conteúdos obedecerão, portanto, orientações legais e manuais de publicação e conduta em mídias sociais vigentes na Universidade.

Serão priorizados nas mídias sociais da UFSC conteúdos: a) que evidenciem o impacto e a relação da universidade com os diversos segmentos e setores sociais; b) a divulgação científica ampla



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CAMPUS JOÃO DAVID FERREIRA LIMA
SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO

e com linguagem acessível ao público em geral; c) campanhas institucionais de interesse da comunidade acadêmica e da sociedade; d) que contribuam para a inclusão de grupos sociais historicamente marginalizados; e e) premiações, certificações e outras distinções obtidas pela instituição, seus servidores e estudantes.

As mídias sociais oficiais da UFSC e as orientações gerais de público são as seguintes:

- **Facebook** – A página oficial da UFSC é destinada para ações que envolvam o público externo e/ou vários públicos internos simultaneamente (estudantes e servidores). Divulgação de informações que precisam atingir um público amplo. Utiliza como base as notícias veiculadas no portal da UFSC.
- **Instagram** – Rede destinada à publicação de conteúdo multimídia (imagens e vídeos) com foco no público externo. As peças devem apresentar qualidade, formato adequado aos dispositivos e validação pelos profissionais da Secom. Notícias efêmeras são veiculadas por meio da ferramenta *stories* (duração de 24h). Postagens ao público interno no *feed* serão avaliadas caso a abrangência do tema alcance mais de um segmento acadêmico (estudantes e servidores), simultaneamente.
- **Twitter** – Destinada prioritariamente para disseminação de ações que envolvem o público externo e/ou vários públicos internos simultaneamente (estudantes e servidores). Informações de amplo interesse e com foco na divulgação científica da UFSC. Reportagens de destaque serão trabalhadas por meio de fios (*threads*) para melhor adequação ao formato da rede social.
- **LinkedIn** – Destinada prioritariamente ao público externo e egressos da UFSC. Divulgação com foco em pesquisa, inovação e relacionamento com a sociedade (empresas, entidades, associações, poder público, etc.). Foco na divulgação de programas de pós-graduação e demais cursos oferecidos pela universidade (oportunidades de aperfeiçoamento profissional).
- **TikTok** – Rede focada no público externo e estudantes da UFSC. Valoriza as produções em vídeo, sendo utilizada tanto para conteúdos amenos com foco no engajamento e interação com os usuários (como a divulgação do cotidiano da universidade), até vídeos de divulgação científica e campanhas institucionais. Podem ser utilizados recursos de linguagem coloquial, desde que respeitados os princípios da comunicação pública e validados pela equipe da Secom.
- **YouTube** – Canal com foco no público externo, na divulgação científica e em vídeos institucionais oficiais da Universidade. Priorizará conteúdos como séries científicas, eventos de abrangência externa e a promoção da arte e cultura.
- **Telegram** - Canal de transmissão aberto ao público, com foco no público externo e informações de serviço ao público interno quando a abrangência for de mais de um segmento, simultaneamente (estudantes e servidores). Foco no envio semanal de boletins



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CAMPUS JOÃO DAVID FERREIRA LIMA
SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO

noticiosos sobre ensino, pesquisa e extensão na universidade. Avisos e/ou notas administrativas que impactem toda comunidade acadêmica podem ser enviados, eventualmente, após avaliação de pertinência pela equipe da Secom.

4.4 Identidade Visual

As ações de comunicação da Universidade são concebidas e executadas de forma integrada com a Coordenadoria de Design e Programação Visual, partindo-se do pressuposto que a identidade visual é fundamental para o fortalecimento da imagem da instituição junto a seus diversos públicos. Para tanto, busca-se consolidar a relação técnica entre forma e conteúdo, permitindo que o público possa identificar a UFSC – seus valores e sua missão – também a partir do uso adequado de sua marca (brasão, logotipo, símbolos e cores). Por isso, há um cuidado permanente com a gestão da marca UFSC, o que se observa na própria consolidação do Sistema de Identidade Visual (SIV), criado em 2005 e em constante processo de aperfeiçoamento.

4.4.1 Criação de campanhas

A Coordenadoria de Design e Programação Visual (CDPV) da Agência de Comunicação da UFSC (Agecom) gerencia o Sistema de Identidade Visual da UFSC e participa da criação e produção de campanhas educativas, informativas e institucionais, em conjunto com os demais setores da Agecom. Os serviços de design e programação visual prestados pela Agência de Comunicação buscam atender prioritariamente as demandas da administração central da Universidade (Reitoria, Pró-Reitorias e Secretarias) incluídas nas solicitações feitas por essas unidades à Agecom quando da publicação do edital anual de demandas de campanhas institucionais. Para os demais setores ou para peças gráficas pontuais solicitadas pela administração central (que não façam parte de campanhas institucionais), a equipe de programadores visuais atua na orientação quanto à aplicação do brasão da UFSC nos materiais gráficos, podendo fornecer, quando viável, modelos para uso da comunidade acadêmica. No site <https://identidade.ufsc.br/> são publicados o Manual de Identidade Visual e materiais complementares para orientação e uso pela comunidade acadêmica.

Para a realização de campanhas institucionais será lançado, anualmente, pela Secretaria de Comunicação, um edital de seleção visando adequar as demandas apresentadas pela administração central à capacidade de produção da equipe da Secom. De maneira geral, as campanhas institucionais envolvem a criação de identidade visual e conjunto de materiais gráficos (para mídias impressa e digital), além de textos jornalísticos e materiais audiovisuais que visam à promoção de um determinado evento, ação ou conceito.

4.4.2 Criação e uso de marcas gráficas



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CAMPUS JOÃO DAVID FERREIRA LIMA
SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO

A equipe de design e programação visual da Agecom não realiza a criação de marcas gráficas ou sistemas de identidade visual para setores da Universidade. Visando o fortalecimento da marca da própria UFSC, desencoraja-se a criação e uso de marcas setoriais, especialmente pelos órgãos da administração central, *campi* e centros de ensino. Para isso, orienta-se o uso do brasão institucional cujas versões estão disponíveis no site <https://identidade.ufsc.br/>.

Para ações efêmeras promovidas pela comunidade acadêmica, como divulgação de eventos, cursos, datas comemorativas, processos seletivos e similares, são permitidas a criação de identidades visuais específicas, desde que não conflitantes com o Manual de Identidade Visual da UFSC.

Ressalta-se, ainda, que é proibido o uso da marca da UFSC para fins lucrativos, ou ainda para ações que não tenham relação com a Universidade ou não sejam organizadas, promovidas ou apoiadas por setores da Universidade. Em caso de dúvidas ou denúncias sobre o uso indevido da marca da universidade (incluindo nome, símbolos, brasão, logotipo e bandeira), o Gabinete da Reitoria será consultado, podendo encaminhar solicitações ou denúncias para a Procuradoria Federal junto à UFSC.

4.4.3 Criação de materiais editoriais

A equipe de design e programação visual da Agecom se responsabiliza pela criação de projeto gráfico-editorial e diagramação do Relatório de Gestão e do Plano de Desenvolvimento Institucional. Relatórios setoriais ou materiais editoriais de naturezas diversas devem ser produzidos pelos setores responsáveis, considerando o Manual de Identidade Visual da UFSC e as normativas de redação oficial disponíveis em <https://redacaooficial.ufsc.br/>. Sempre que possível, serão disponibilizados à comunidade universitária no site <https://identidade.ufsc.br/> modelos de documentos que poderão ser utilizados (não sendo, portanto, de uso obrigatório). A produção de livros, revistas e similares deve ser solicitada à Editora da UFSC e submetida a seu Conselho Editorial (ver <https://editora.ufsc.br/como-publicar/>).

4.4 Criação de itens para sinalização

Cabe à Coordenadoria de Design e Programação Visual da Agecom a elaboração do Manual de Sinalização da UFSC e a orientação aos fornecedores licitados para produção de materiais de sinalização interna ou externa. As empresas licitadas terão como responsabilidade a produção dos layouts solicitados pelos setores diversos da Universidade, de acordo com a padronização definida pela CDPV/Agecom e publicada no site <https://identidade.ufsc.br/>. Cabe a cada setor da universidade a responsabilidade de observar a necessidade de atualização ou alteração de itens de sinalização em seus ambientes. Da mesma maneira, quando da existência de atas de preço para contratação de serviços de confecção de materiais de comunicação ou sinalização, os setores solicitantes devem ter verba disponível para arcar com os custos dos serviços.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CAMPUS JOÃO DAVID FERREIRA LIMA
SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO

4.4.5 Impressão de materiais gráficos

Ainda que sejam criados pela equipe da Secom, a impressão de materiais gráficos da universidade é feita pela Imprensa Universitária, sendo que os setores solicitantes devem ter verba disponível para arcar com os custos da produção. Para mais informações sobre a impressão de materiais, consultar a Imprensa Universitaria (<https://iu.ufsc.br/>).

Casos não contemplados nestas diretrizes serão analisados pela Secom.

5. AGENTES DE COMUNICAÇÃO DA UFSC

As estratégias de comunicação desenvolvidas pela Secom são capilarizadas na UFSC por meio da atuação do grupo de trabalho de [Agentes de Comunicação](#). Orienta-se, portanto, que todas as unidades acadêmicas (Centros) e administrativas (Secretarias, Pró-reitorias e Órgãos Suplementares) designem representação para o grupo, que busca aprimorar os fluxos de comunicação na UFSC.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CAMPUS JOÃO DAVID FERREIRA LIMA
SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO

ANEXO I

POLÍTICA EDITORIAL PARA PUBLICAÇÕES NOS CANAIS OFICIAIS DE COMUNICAÇÃO DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA (UFSC)

CAPÍTULO I DA DEFINIÇÃO E OBJETIVO

Art. 1º A Política Editorial para Publicações nos Canais Oficiais de Comunicação da Universidade Federal de Santa Catarina é o documento que normatiza a prática da comunicação institucional profissional baseada em parâmetros jornalísticos, de comunicação social, de preservação e padronização da identidade visual e de comunicação pública, definindo os critérios de conformidade, avaliação, aprovação e acompanhamento da produção de conteúdo institucional.

Parágrafo Único. Cabe salientar, que essa regulação não exclui diretrizes, características e aspectos específicos, já implementados ou que venham a ser normatizados a qualquer tempo, pelos serviços ofertados pela Agência de Comunicação da UFSC (Agecom), a saber:

- I. Execução da política pública de comunicação da UFSC;
- II. Gestão do acervo fotográfico da UFSC;
- III. Gestão do Sistema de Identidade Visual da UFSC;
- IV. Gestão das listas de e-mail da UFSC;
- V. Gestão e produção de conteúdo para os perfis oficiais da UFSC nas redes sociais;
- VI. Envio de informativos digitais;
- VII. Produção e difusão do Jornalismo de serviços, informativo, científico, institucional e factual relacionados à UFSC;
- VIII. Produção de fotografias e vídeos para fins de comunicação institucional e de apoio à produção jornalística e de design da Agecom;
- IX. Criação e produção de campanhas institucionais;
- X. Produção, atualização e disponibilização do Guia de Fontes;
- XI. Contribuição na formação acadêmica e profissional dos discentes, por meio de estágios nas áreas de Administração, Jornalismo, Design e áreas correlatas;
- XII. Orientação a outros setores da UFSC quanto à criação e gerenciamento de perfis institucionais nas redes sociais;
- XIII. Oferta de cursos de capacitação e de projetos de extensão sobre comunicação no ambiente organizacional em parceria com as pró-reitorias e secretarias;



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CAMPUS JOÃO DAVID FERREIRA LIMA
SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO

- XIV.** Atendimento às demandas da imprensa por informação sobre os mais variados assuntos relacionados à UFSC e por meio de diversas mídias, como telefone, e-mail e redes sociais, além do atendimento presencial;
- XV.** Promoção da integração entre a universidade e a comunidade, por meio dos veículos de comunicação internos e externos;
- XVI.** Promoção da comunicação interna, visando à interação entre os diversos segmentos da universidade;
- XVII.** Clipagem diária de notícias, ou seja, monitoramento e seleção das notícias veiculadas na imprensa a respeito da UFSC.

Art. 2º A Política Editorial tem o objetivo de instruir, organizar e qualificar o conteúdo institucional difundido nos canais oficiais de comunicação da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) baseado nos valores da Agecom: autonomia, comprometimento, cooperação, equidade, ética, transparência e pluralismo. Balizada pelo paradigma relacionado à defesa da universidade pública, exercendo a missão de gestão da comunicação pública da UFSC e de socialização da informação e do conhecimento, a fim de contribuir para a construção de uma sociedade justa, democrática e com qualidade de vida.

CAPÍTULO II DAS REGRAS E PRINCÍPIOS PARA PUBLICAÇÕES NO PORTAL UFSC.BR

Art. 3º O conteúdo jornalístico divulgado pelo portal UFSC.BR abrange publicações de matérias sobre projetos, ações e iniciativas relativas à pesquisa, à extensão e ao ensino da Universidade, com enfoque nas publicações de caráter científico.

Parágrafo único. O portal **UFSC.BR** é composto pelas URLs <http://ufsc.br/>; <http://noticias.ufsc.br/>, <http://ciencia.ufsc.br/> e qualquer outra que possa ser incluída no mesmo nível pela Agecom.

As publicações incluem, desde que preservados os critérios de noticiabilidade e o interesse público:

- I.** Ações de relacionamento com a comunidade tais como a divulgação de dados e informações de interesse público relacionados ao saber produzido pela e na Universidade;
- II.** Ações de internacionalização da UFSC;
- III.** Ações, planos e atividades da gestão universitária;



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CAMPUS JOÃO DAVID FERREIRA LIMA
SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO

- IV. Ações que envolvam egressos da instituição, desde que diretamente relacionadas às atividades exercidas enquanto estudantes da UFSC e/ou sob o enfoque da contribuição que a vida acadêmica trouxe para o egresso ou suas atividades e conquistas.

Art. 4º Serão avaliadas, a partir de critérios de relevância e noticiabilidade, as divulgações que tratem sobre os seguintes temas:

- I. Participação em eventos - No caso da participação de servidores ou pesquisadores da UFSC em eventos, poderá haver a divulgação prévia caso o assunto a ser tematizado/discutido/apresentado tenha ineditismo ou amplo interesse público. Também está prevista a divulgação de participação em grandes eventos internacionais. Não serão divulgados eventos com conteúdos que afrontem os direitos humanos e o Estado democrático de Direito. Cabe ressaltar que relatos de eventos já realizados serão avaliados caso a caso (levando em conta o contexto, a factualidade, amplitude e relevância). No caso de palestras de servidores ou estudantes em eventos de outras instituições e eventos organizados por empresas privadas que usem os espaços da UFSC, sem que a Universidade faça parte da organização, serão consideradas características como gratuidade, interesse público e impacto social.
- II. Conteúdos de outras entidades - Também poderão ser publicadas matérias abordando ações e iniciativas de entidades que atuam na defesa do ensino público, da ciência e tecnologia e da autonomia universitária, além de organizações envolvidas com a temática do ensino, extensão, pesquisa e inovação ou defesa da universidade pública. A critério da coordenação e da equipe de jornalistas, poderão ser publicadas ainda ações de pessoas físicas e jurídicas em defesa ou reconhecimento da atuação da UFSC.
- III. Questionários- Não são divulgados questionários para coleta de dados em pesquisas. Exceção ocorre em casos de interesse da Administração Central e os de projetos interinstitucionais. Nestes casos, os meios de coleta de dados deverão ter aprovação prévia do Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos da UFSC.
- IV. Cursos de Extensão - Serão divulgados os cursos de extensão devidamente oficializados pela UFSC que tenham interesse e abrangência pública, principalmente aqueles que envolverem atividades diretamente oferecidas à comunidade. Preferencialmente, serão publicados aqueles cursos oferecidos de forma gratuita ou que tenham possibilidade de isenção no pagamento. Não serão divulgados cursos não institucionalizados, ainda que oferecidos pessoalmente por servidores ou estudantes da UFSC.
- V. Comunicados aos servidores - Avisos e comunicados de interesse exclusivo de servidores em atividade deverão usar preferencialmente outros canais institucionais, como o e-mail funcional e a *newsletter* Divulga UFSC. Poderão ser divulgadas matérias de interesse amplo



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CAMPUS JOÃO DAVID FERREIRA LIMA
SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO

e/ou sobre políticas de desenvolvimento na carreira ou de gestão de recursos humanos, além de publicações do governo federal que interessem ao conjunto de servidores.

- VI.** Transmissões ao vivo (*lives*) e eventos abertos - *lives* e eventos abertos à participação da comunidade são ações de extensão, por isso poderão ser divulgados. No entanto, *lives* ou seminários sobre temas de interesse de um público muito restrito (hipersegmentação), com pouca oferta de vagas ou apenas para iniciados não serão divulgados pelo site.
- VII.** UFSC na mídia - Com o objetivo de valorizar a contribuição de especialistas ao debate público e à divulgação científica em diferentes mídias, serão divulgadas participações relevantes de servidores e estudantes da Universidade em conteúdos como programas televisivos, podcasts jornalísticos ou de divulgação científica, reportagens, séries e outros produtos. Nesses casos, será indicado no portal UFSC.BR se tratar de “UFSC na mídia”, quando o conteúdo foi gerado de forma espontânea, ou seja, sem que tenha sido sugestão ou apontamento da SECOM aos órgãos de imprensa. As publicações devem conter link para o conteúdo original, que deve estar disponível ao acesso público. O “UFSC na mídia” não contempla o gênero artigo opinativo.
- VIII.** Prêmios, reconhecimentos e homenagens - Poderão ser divulgados prêmios, reconhecimentos e homenagens obtidos por servidores e estudantes da UFSC, relacionados a atividades ligadas à vida acadêmica da pessoa agraciada, na medida da relevância da premiação, reconhecimento ou homenagem para a sociedade, em alinhamento com o exposto neste documento e nos objetivos da Universidade. Como regra, o portal UFSC.BR não divulgará finalistas em premiações, salvo em casos de ineditismo e na medida da relevância da premiação.
- IX.** Periódicos científicos - O portal UFSC.BR publicará notícias de lançamento de novas edições de periódicos científicos editados ou que tenham vínculo institucional com a Universidade, na medida de sua importância para comunidade de pesquisadores e abrangência para o público em geral. A notícia conterá link para a nova edição do periódico. Não serão reproduzidos artigos científicos no portal UFSC.BR, salvo em partes e quando integrem o material jornalístico.
- X.** Notas de falecimento - Serão divulgadas no site oficial da UFSC, em forma de notícia, somente as notas referentes a falecimento de pessoas que possuam vínculo direto com a UFSC, a saber: servidores docentes (ativos ou aposentados), servidores técnico-administrativos (ativos ou aposentados), discentes devidamente matriculados (graduação ou pós-graduação) e funcionários terceirizados.

Art. 5º O Portal UFSC.BR não fará a divulgação de artigos de opinião, notas de repúdio ou afins, exceto notas públicas emitidas pela Administração Central e/ou aprovadas pelo Conselho Universitário. Também não serão divulgados os seguintes conteúdos:



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CAMPUS JOÃO DAVID FERREIRA LIMA
SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO

- I. Ofertas de bolsas ou processos seletivos de estágios, empregos ou outras oportunidades remuneradas. Nestes casos, a divulgação será direcionada para outros canais oficiais, como a *newsletter* Divulga UFSC, cuja equipe fará a avaliação com base na abrangência de público e pertinência. Tais oportunidades podem ser direcionadas para o Departamento de Integração Profissional (DIP) da UFSC, que possui portal próprio (Central de Carreiras) para divulgação desses conteúdos.
- II. Processos seletivos para ligas acadêmicas ou esportivas, empresas juniores, clubes, e similares. Nestes casos, a divulgação será direcionada para outros canais, como a *newsletter* Divulga UFSC ou as mídias sociais da Universidade, que irão avaliar a possibilidade de divulgação conforme as características específicas de cada meio, abrangência de público e pertinência.
- III. Disciplina isolada em cursos de graduação ou pós-graduação, assim como seminários que - embora abertos - sejam equiparados a disciplinas.
- IV. Relatórios setoriais de gestão e balanços de atividades/realizações, exceto, para relatórios de gestão da Administração Central para fins de atendimento ao princípio da transparência, com amplo interesse da comunidade interna e externa.
- V. Chamadas para publicações de artigos em periódicos e submissão de trabalhos para eventos.
- VI. Publicações da UFSC sem ISBN.
- VII. Promoções de cunho estritamente pessoal ou nomeações em conselhos, entidades de classe ou cargos públicos que não envolvam amplo interesse público, a menos que sejam órgãos deliberativos nacionais com impacto em políticas de Educação Superior, Ciência e Tecnologia ou que sejam feitos inéditos.
- VIII. Etapas de concursos públicos para provimento de cargos que não sejam o lançamento de edital (e prorrogação, se for o caso), início de inscrições e divulgação de resultados.

Art. 6º Os textos publicados no Portal UFSC.BR deverão adotar o padrão formal da língua portuguesa, admitindo-se que sejam grafados em outras línguas títulos de artigos ou publicações, termos incorporados à língua portuguesa, expressões largamente utilizadas e conhecidas ou expressões específicas da área. Preferencialmente, as expressões em língua estrangeira devem ser acompanhadas de um sinônimo ou equivalente em língua portuguesa. Em conteúdos de caráter científico, o texto deve procurar “traduzir” os termos e expressões usados no universo acadêmico para a linguagem jornalística, processo que pode contar com a chancela das fontes. Deve-se evitar palavras e expressões que possam reforçar preconceitos ou discriminações e, sempre que possível, adotar termos que alcancem maior diversidade e inclusão.

§1º Todos os conteúdos enviados e sugeridos para publicação no portal UFSC.BR passarão pela validação e tratamento de servidores técnicos especializados em comunicação. Não serão publicados textos em linguagem inadequada ou não validada por esses profissionais. Todas as requisições de publicação devem ser encaminhadas, com antecedência mínima de



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CAMPUS JOÃO DAVID FERREIRA LIMA
SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO

dois dias úteis, para o e-mail agecom@contato.ufsc.br ou via formulário específico para essa finalidade disponível no site agecom.ufsc.br/sugira. Pedidos que não atendam a essas características não serão publicados no Portal UFSC.BR.

§2º Para a melhor análise, sugere-se ao solicitante que envie, além do formulário completo disponível em agecom.ufsc.br/sugira, uma sinopse, entre cinco e dez linhas, sobre o material a ser divulgado. Se for um evento acadêmico, por exemplo, é importante justificar sua relevância para a comunidade ou contextualizar brevemente o assunto; se for uma pesquisa acadêmica, um breve resumo contendo objetivos e resultados.

§3º Materiais recebidos apenas em formato de imagem (cartazes, folder digital, postagens, etc.) não serão avaliados.

DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 7º. Em razão do caráter altamente mutável das plataformas de mídia e das tecnologias da informação, que exigem revisão constante das práticas de produção e de moderação, as políticas editoriais específicas de mídias sociais da UFSC e da *newsletter* institucional Divulga UFSC poderão ser acessadas no site oficial da Agecom: agecom.ufsc.br.

Art. 8º Os casos omissos da presente Política Editorial serão resolvidos pela Agecom, em consonância com a Secretaria de Comunicação da UFSC (Secom).

Art. 9º Esta Política Editorial poderá ser complementada com novas normas, instruções e procedimentos em função de demandas específicas de comunicação apresentadas pelos diferentes públicos atendidos, bem como em decorrência das transformações tecnológicas no campo da comunicação.

Art. 10º Revogadas as disposições em contrário, a presente Política Editorial entra em vigor na data de sua publicação.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CAMPUS JOÃO DAVID FERREIRA LIMA
SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO

ANEXO II

SUGESTÕES DE AÇÕES INSTITUCIONAIS PRIORITÁRIAS POR EIXO NORTEADOR DE COMUNICAÇÃO

1. UFSC inclusiva e preocupada com a permanência

→ *Internamente*

- Promover ações entre os servidores para que haja amplo conhecimento das políticas de ações afirmativas em vigência na UFSC.
- Promover ações entre os servidores para que haja amplo conhecimento das políticas de permanência estudantil da UFSC.
- Promover ações entre os servidores e estudantes com vistas a consolidar uma cultura de acessibilidade em todos os âmbitos de atuação da UFSC.
- Prospectar e estabelecer parcerias intersetoriais para viabilizar ações nas áreas de inclusão e permanência.

→ *Externamente*

- Estabelecer projetos com instituições, entidades, associações com foco na divulgação das políticas de ingresso e permanência da UFSC (tanto para graduação, quanto para pós-graduação).
- Prospectar projetos de extensão da UFSC que atuam dentro do escopo da promoção da inclusão e da permanência e avaliar estratégias de divulgação institucional dos mesmos.
- Promover políticas, parcerias, eventos, cátedras com foco na equidade e na consolidação da cidadania ativa por meio da Educação.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CAMPUS JOÃO DAVID FERREIRA LIMA
SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO

2. UFSC democrática e plural

→ *Internamente*

- Incluir na capacitação obrigatória, quando do ingresso do servidor, temas que versem sobre a estrutura administrativa da Universidade, bem como suas instâncias decisórias e como se dá a participação de cada segmento nestes órgãos.
- Averiguar como estão as ações de capacitação entre os servidores nos temas afetos ao pluralismo, diversidade e a presença destes conteúdos nos cursos de graduação e pós-graduação.
- Observar, quando da composição de Grupos de Trabalho e Comissões no âmbito de gestão e demais instâncias decisórias, questões relativas à diversidade e representatividade de grupos e segmentos.

→ *Externamente*

- Revisar como está se dando a participação das entidades externas nos espaços previstos institucionalmente (colegiados, conselhos, etc.): se estão sendo utilizados, como está a adesão externa, se isso está sendo devidamente divulgado aos interessados.
- Fomentar a articulação com conselhos comunitários, conselhos de segurança, redes de saúde, associações e demais entidades públicas nos temas sociais, políticos, econômicos e educacionais.
- Garantir que a UFSC possua representações nos espaços sociais que preveem essa possibilidade.

3. UFSC transparente

→ *Internamente*

- Promover ações pedagógicas entre os servidores docentes e técnicos sobre aspectos e temas técnicos e administrativos afetos à Administração pública no âmbito do Executivo e da administração universitária.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CAMPUS JOÃO DAVID FERREIRA LIMA
SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO

- Realizar workshops/seminários/ciclos formativos com convidados externos para capacitação de gestores sobre temas relativos às áreas de direito, administração pública, contabilidade pública e orçamento.
- Desenvolver mecanismos institucionais que garantam que o princípio da publicidade seja de fato efetivado com base em uma comunicação assertiva e acessível à comunidade interna.

→ *Externamente*

- Desenvolver formas de divulgação de procedimentos e dados técnicos que sejam amigáveis e compreensíveis ao público em geral.
- Desenvolver ações educativas relativas ao funcionamento do orçamento público para mitigar a propagação de notícias falsas e desinformação, especialmente nos contextos de disputas por recomposição orçamentária.

4. UFSC dialógica

→ *Internamente*

- Fortalecimento dos canais de comunicação oficiais e estabelecimento de políticas claras de comunicação interna.
- Fortalecer mecanismos de diálogo interno e de cooperação intersetorial (grupos de trabalho, colaborações técnicas, workshops para o compartilhamento de soluções e de cases entre os servidores).
- Ações para ampliar a noção de pertencimento a UFSC com a finalidade de integração entre as áreas e setores.

→ *Externamente*

- Desenvolvimento de ações específicas que objetivem o melhor aproveitamento dos canais oficiais e desenvolvam linguagens específicas.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CAMPUS JOÃO DAVID FERREIRA LIMA
SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO

- Identificação/reconhecimento indicando o que a Universidade e o que oferta para a sociedade.
- Fortalecimento da cooperação com as demais instituições federais de SC (UFFS, IFSC, IFC).