

Procedimentos e critérios para produção e divulgação de materiais jornalísticos

1. A Coordenadoria de Comunicação Social (CCS) da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ) atende ao público interno (docentes, discentes, servidores técnico-administrativos e funcionários terceirizados) e ao público externo (imprensa, pesquisadores externos, instituições de ensino e pesquisa, entre outros) visando ao intercâmbio e à disseminação de informações públicas, acadêmicas e científicas, especialmente aquelas referentes a atividades de ensino, pesquisa e extensão desenvolvidas no âmbito da Universidade.
2. São veículos/produtos de comunicação sob responsabilidade da CCS:
 - a. Portal da UFRRJ – <http://portal.ufrrj.br/>;
 - b. Site da Coordenadoria de Comunicação Social – <http://institucional.ufrrj.br/ccs/>;
 - c. Portal do Servidor da UFRRJ – <http://portal.ufrrj.br/institucional/portal-do-servidor/>;
 - d. Hotsite Covid-19 – <http://coronavirus.ufrrj.br/>;
 - e. Boletim de Serviços Administrativos - <https://sipac.ufrrj.br/public/jsp/portal.jsf> ;
 - f. Informativo Rural Semanal - <https://portal.ufrrj.br/institucional/rural-semanal/>;
 - g. Rural Pesquisa (banco de pesquisadores da UFRRJ) - <http://institucional.ufrrj.br/ruralpesquisa/> ;
 - h. Mídias sociais institucionais (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Telegram; LinkedIn);


- i. Catálogo Institucional Bilíngue -
<http://institucional.ufrj.br/ccs/catalogo-institucional/>;
 - j. Manual de Redação e Estilo -
<http://institucional.ufrj.br/ccs/manual-de-redacao-e-estilo-ufrj/>;
 - k. Manual da marca - <http://institucional.ufrj.br/ccs/manual-da-marca/>.
3. A CCS oferece serviços à comunidade acadêmica e ao público externo. São eles:
- a. Atendimento à imprensa -
<http://institucional.ufrj.br/ccs/atendimento-a-imprensa/>
 - b. Solicitação de cobertura de eventos -
<http://institucional.ufrj.br/ccs/solicitacao-de-cobertura-de-eventos/>
 - c. Solicitação de criação de sites -
<http://institucional.ufrj.br/ccs/solicitacao-de-criacao-de-site/>
 - d. Solicitação de divulgação de eventos -
<http://institucional.ufrj.br/ccs/solicitacao-de-divulgacao-de-eventos/>
 - e. Solicitação de empréstimo de equipamentos -
<http://institucional.ufrj.br/ccs/solicitacao-de-emprestimo-de-equipamentos/>
 - f. Solicitação de serviço de design -
<http://institucional.ufrj.br/ccs/solicitacao-de-servico-de-design/>
 - g. Sugestão de pauta - <http://institucional.ufrj.br/ccs/sugestao-de-pauta/>
 - h. Consultoria em gestão de mídias sociais institucionais - Pedidos por e-mail comunicacao@ufrj.br
4. Sobre a linha editorial do Portal da UFRRJ e as características de suas publicações:

- a. O Portal Institucional é um canal à disposição da comunidade universitária para divulgação de atividades relacionadas à UFRRJ. O Portal também dialoga com os públicos de interesse, caracterizando-se como uma das fontes oficiais para divulgação de informações úteis, atualizadas e de qualidade.
- b. A gestão do Portal compreende três perspectivas de informações: jornalísticas, acadêmicas e administrativas. Os materiais jornalísticos poderão ser publicados de diferentes formas (reportagem, nota, entre outros) e em diferentes locais (notícias, agenda de eventos, Servidor na Mídia), de acordo com avaliação da equipe da CCS e de acordo com os critérios de noticiabilidade definidos. Toda produção jornalística deve considerar o interesse público em sua mensagem.
- c. O conteúdo das notícias publicadas no Portal da UFRRJ está enquadrado nas seguintes temáticas:
 - i. Administração – informações relativas à gestão universitária, no que diz respeito à Administração Central, Centros de Ensino e demais unidades acadêmicas e administrativas da UFRRJ. Exemplos: notas públicas, moções de pesar (discentes, docentes e técnico-administrativos), assinaturas de convênios, entre outras.
 - ii. Ensino – notícias relativas ao público discente da graduação ou pós-graduação; matérias relacionadas aos cursos oferecidos pela UFRRJ. Exemplos: matrícula, oportunidades de bolsas de estudo, monitorias e estágios, mobilidade estudantil, entre outras.
 - iii. Eventos – divulgação da agenda e demais informações sobre cursos e eventos que tenham a participação ou organização

da UFRRJ ou que sejam de interesse da comunidade universitária.

- iv. Cultura e Extensão – matérias sobre programas e projetos de extensão e atividades culturais que tenham a participação ou organização da UFRRJ. Exemplos: cursos de idiomas, serviços oferecidos à comunidade, apresentações do coral, Feira da Agricultura Familiar, entre outras.
 - v. Pesquisa – divulgação científica, tornando público os projetos de pesquisa, seus resultados e impactos para a sociedade. Exemplos: trabalhos desenvolvidos por grupo de pesquisas, etc.
 - vi. Concursos e Seleções – notícias sobre concursos e processos seletivos da UFRRJ, seja para docentes, discentes ou técnico-administrativos. Exemplo: divulgação de abertura de editais.
- d. Eventualmente, notícias versando sobre outros temas poderão ser avaliadas para publicação, caso o assunto seja considerado de interesse do público-alvo do Portal da UFRRJ.
- e. A publicação de interesse exclusivo a apenas de um grupo – por exemplo, curso, grupo de pesquisa ou extensão – deverá ser feita nos sites de cursos e/ou unidades acadêmicas e administrativas, conforme definições de seus respectivos gestores.
- f. O espaço destinado aos *banners* rotativos na parte superior do Portal da UFRRJ será utilizado exclusivamente para publicidade de caráter institucional e conteúdos de alta relevância, considerando o interesse do público-alvo.
5. As sugestões de pauta serão avaliadas, pela equipe de jornalistas da CCS, de acordo com os seguintes critérios de noticiabilidade:
- a. atualidade: ligada ao fator tempo, indicando que a notícia é recente, nova, atual;

- b. ineditismo;
 - c. novidade: por exemplo, fatos que acontecem pela primeira ou última vez;
 - d. inovação: entendendo-se como fatos/estudos/produtos novos ou que apresentem transformação/evolução;
 - e. notoriedade: autoridades cujas decisões afetam um grande número de pessoas; profissionais renomados especializados em determinados temas. Aqui, deve-se considerar o princípio da impessoalidade. O que se deve priorizar é o fato e não a figura que detém a notoriedade;
 - f. proximidade: pode ser geográfica ou cultural;
 - g. relevância: entendida como capacidade de o acontecimento incidir ou ter impacto sobre pessoas ou comunidades;
 - h. repercussão: entendida como o que se produz ou acontece envolvendo a UFRRJ e que repercute na comunidade, e vice-versa;
 - i. utilidade/serviço.
6. De acordo com o seu conteúdo, **não** serão aprovadas as sugestões de pauta que:
- a. Tenham caráter exclusivo de promoção pessoal e/ou profissional de docentes, discentes ou técnicos-administrativos;
 - b. Não contem com a participação e/ou organização da UFRRJ no fato ou evento;
 - c. Reproduzam conteúdos de terceiros (fotos, textos, vídeos, etc) sem citar as fontes correlatas;
 - d. Não disponibilizem o contato do solicitante para checagem das informações sugeridas para publicação;
 - e. Contenham insultos, palavrões, referências preconceituosas e difamatórias a terceiros;

- 
- f. Configurem propaganda ou campanha publicitária externa;
 - g. Versem apenas sobre a aprovação de trabalhos em publicações científicas e/ou participação de docentes e discentes em fóruns, seminários, simpósios, etc. Recomendamos a produção de notícias sobre o conteúdo do trabalho, de acordo com os critérios de noticiabilidade propostos;
 - h. Façam referência a reuniões administrativas. A exceção é a cobertura da agenda oficial da Reitoria, quando de interesse público;
 - i. Façam referência a alterações e encaminhamentos dos concursos da UFRRJ (homologação das inscrições, prorrogação de prazos, local de provas, resultados, etc). Estas notícias serão publicadas nos sites das unidades responsáveis pela publicação do edital.
7. Informamos, ainda, que os textos encaminhados nos pedidos de publicação noticiosa e que venham a ser utilizados para a produção das reportagens poderão ser editados pelos jornalistas para adequação aos critérios e à linguagem jornalística, sem prejuízos aos conteúdos encaminhados. O foco do texto poderá ser alterado para atender a critérios jornalísticos ou de caráter institucional.
 8. Os textos jornalísticos não serão enviados aos solicitantes/entrevistados para aprovação e/ou edição, ficando a cargo do jornalista autor a decisão de solicitar revisões de trechos ou de termos técnicos.
 9. O uso de fotos, tabelas e ilustrações nos textos jornalísticos será decidido pela CCS, e a produção desses itens estará condicionada à disponibilidade de recursos humanos e materiais.
 10. A CCS poderá, a qualquer tempo, requerer esclarecimentos aos demandantes sobre as solicitações encaminhadas e solicitar a participação em entrevistas para veículos de comunicação externos.

11. A reprodução do conteúdo informativo da CCS em qualquer meio de comunicação, eletrônico ou impresso, é permitida mediante a citação da fonte, conforme estabelece a Lei de Direitos Autorais (Lei 9.610/98).