



# ASCOM

## Informações Gerais

[ascom@ufra.edu.br](mailto:ascom@ufra.edu.br)

(91) 32054086

(91) 992050976



@UFRAOficial



@UfraOficial



@UfraOficial



@UFRAOficial

# EQUIPE ASCOM

**Ben Rholdan** – Relações Públicas/ Coordenador da ASCOM

**Adriane Terra** – Diretora de Produção

**Vanessa Monteiro** – Jornalista

**Jussara Kishi** – Jornalista

**Mário Guerrero** – Fotógrafo

**Augusto Cesar** – Cerimonial

**Renata Rodrigues** – Assistente em Administração

**Mariane Smith** – Técnica em Artes Gráficas





# ORIENTAÇÕES

# 1

## Orientações para divulgação de ações e projetos da Ufra

A Assessoria de Comunicação da UFRA é um setor de direção e serviço diretamente ligado ao Gabinete do Reitor e que busca, a partir de ações estratégicas, promover a socialização do conhecimento desenvolvido nos campi, mediar o relacionamento com a mídia e buscar ações para o fortalecimento da imagem institucional.

Com o objetivo de estabelecer um fluxo de informações para divulgar eventos, projetos e ações da instituição em nossos canais de comunicação (site institucional, divulgação por e-mail e redes sociais), apresentamos esta cartilha, que contém algumas orientações sobre o funcionamento, serviços e as demandas da Ascom Ufra. O objetivo é fazer com que a comunicação interna ocorra da maneira mais fluida possível, por isso, separamos algumas das dúvidas e informações essenciais para que essa dinâmica ocorra.

# 2

## Como divulgo meu evento?

Pedimos que as informações sobre o evento sejam enviadas por e-mail à Ascom, por no mínimo três dias úteis antes da data de início da programação (favor confirmar o recebimento via telefone).

A divulgação prévia de eventos (congressos, encontros, palestras, oficinas e outros) garante um maior alcance de público, maior repercussão e pode gerar interesse da imprensa, especialmente em caso de eventos abertos ao público.

Algumas informações necessárias:

- Data;
- Local;
- Objetivos;
- Programação completa;
- Logotipo do evento (se houver)
- Cartaz, banner etc. (se houver);
- Site do evento (se houver);
- Dados para inscrição (taxa, local de inscrição, público-alvo etc.);
- Outras informações que a coordenação julgar importantes;
- Contatos telefônico e e-mail do coordenador do evento, para que nossa equipe possa entrar em contato.



### 3

## O evento já ocorreu, e agora?

Caso o evento a ser divulgado já tenha ocorrido, solicitamos que as informações sobre ele, bem como fotos, sejam enviadas o mais rápido possível, preferencialmente no mesmo dia ou, no máximo, um dia após o evento, visto que, com o passar dos dias, a notícia pode perder a sua relevância para a comunidade.

Além das informações principais a respeito do evento, também é necessário enviar à Ascom as fotos tiradas durante sua realização. Para um melhor aproveitamento do material, seguem dicas quanto às imagens:

- É necessário que as fotos, mesmo que tiradas de celular, tenham uma boa resolução (resolução mínima de 1 mega);
- As imagens podem ser enviadas diretamente do aparelho, mas por e-mail, pois aplicativos de troca de mensagens, como o Whatsapp e o Messenger, reduzem automaticamente a qualidade das fotos;
- Em eventos, fotos das ações são preferíveis à fotos posadas;
- Atentar às feições de todos que estão na foto (para evitar a publicação de imagens com pessoas em situações constrangedoras).

### 4

## O que a ascom divulga nas redes sociais?

Em geral, divulga-se via Facebook ,Twitter e Instagram:

- Editais, especialmente de processo seletivo, pós-graduação, bolsas etc.;
- Seleções diversas, incluindo aquelas abertas ao público externo;
- Eventos de grande abrangência;
- Produtos e projetos da Ascom, tais como campanhas, o “Folheando” (divulgação de livros da Edufra) e “Olhar Ufra” (projeto fotográfico de valorização dos espaços da Universidade); e “Você sabia?” (posts sobre curiosidades científicas, com informações repassadas por pesquisadores da Ufra)
- Comunicados oficiais de interesse dos discentes;
- Reportagens sobre projetos de pesquisa da Ufra;
- Clipping (replicação de conteúdos sobre a Ufra publicados pela grande imprensa: jornais, TVs, revistas, portais etc.).



## 5

**O que a Ascom não divulga nas redes sociais?**

-Criação de “eventos” e “sorteios” no Facebook: A Ascom não utiliza as redes sociais para “criação de eventos”, pois trata-se de uma ação que exige constante acompanhamento de postagem e não há pessoal hábil para essa dedicação exclusiva. Esse acompanhamento inclui responder comentários em tempo hábil, abastecer o evento com fotos, esclarecer dúvidas etc. A não realização dessas tarefas influencia diretamente na imagem da instituição, pois gera uma série de comentários negativos por parte do público. A Ascom também não divulga ou realiza “sorteios” nas redes sociais da UFRA, pois estes necessitam de autorização da Caixa Econômica Federal e são proibidos de acordo com as regras do Facebook.

-Notas de pesar, excluindo-se casos excepcionais;

-Eventos que não tenham vinculação com a universidade;

-Todas as etapas de processos de seleção (editais, monitoria, concursos). A ascom divulga somente a abertura de inscrições e o resultado final se o processo for de interesse de toda a comunidade acadêmica. As etapas do processos e recursos são de responsabilidade do setor responsável pela seleção;

-Fotos que porventura causem constrangimento aos atores envolvidos ou prejudiquem a imagem institucional;

-Vídeos, músicas, textos e imagens de terceiros sem autoria ou que não pertençam à domínio público.

- Campanhas de arrecadação e doações que envolvam o depósito de dinheiro em contas de pessoas físicas.

- Divulgação de acordos, convênios e parcerias que ainda não foram legalmente firmados.

## 6

**Posso pedir para a Ascom produzir um banner, cartaz e identidade visual de um evento institucional?**

Sim. A Ascom trabalha com a criação de banners, cartazes, folders, logos e identidades visuais para eventos ou ações institucionais de grande abrangência. No entanto, materiais gráficos de eventos específicos e internos de setores, assim como ações individuais, são de responsabilidade da organização da atividade. O atendimento à solicitação levará em consideração a antecedência do pedido e a demanda de trabalho de nossa equipe de criação naquele período.

-Logos e identidades visuais: 15 dias para a produção;

-Banners, cartazes, folders: 10 dias para a produção.



# 7

## Como divulgo meu material na imprensa?

A Assessoria de Comunicação encaminha periodicamente à imprensa informações de interesse institucional de acordo com as demandas recebidas (e avaliação do conteúdo).

Projetos de extensão e ações de cunho social têm maior visibilidade junto aos veículos de comunicação. As informações são recebidas e repassadas com linguagem jornalística e de fácil entendimento e são encaminhadas como sugestão de pauta à imprensa, que acata ou não à divulgação.

As equipes de reportagem entram em contato com a Ascom motivadas por dois fatores:

- Divulgação do release (texto encaminhado pela Ascom aos veículos de comunicação);

- Demanda espontânea (interesse da mídia).

Principais veículos e dinâmica de funcionamento

- Portais: a redação funciona 24 horas (atendimento imediato com grande número de acessos e compartilhamentos)

- TV: matérias do jornal (são exibidas por no máximo 4 minutos) e matérias especiais (até 10 minutos). A maioria dos jornais têm duas edições e grande parte das redações funciona 24h, com escala das equipes.

- Jornais impressos: matérias podem ser feitas pessoalmente, por e-mail ou por telefone. Precisam estar prontas até as 18h, que é o prazo máximo de envio e recebimento pelas chefias de reportagem.

- Rádios: entrevistas são de forma presencial ou por telefone (dinâmicas, rápidas e na maioria das vezes ao vivo). Têm grande alcance junto à comunidade urbana e rural.

- Revistas: estrutura mais detalhada, equipe específica, maior tempo de apuração e trabalho. Possuem grande visibilidade (temas positivos, matérias maiores, fotos e estrutura gráfica convidativa).



## 8

**Antes de a Ascom divulgar minha pesquisa, posso dar uma olhada?**

As matérias produzidas pela Ascom prezam pela ética. Tanto as fontes quanto as informações são checadas. Muitas vezes, o material recebido pela Assessoria tem uma linguagem científica, com termos “não conhecidos” pelo público externo. Por esse motivo, as matérias são produzidas com uma linguagem acessível. Como as pessoas que produzem os textos não são detentoras das informações técnicas, as matérias costumam ser encaminhadas aos responsáveis para leitura (caso haja alguma interpretação errônea a respeito do assunto tratado, o texto será consertado antes da divulgação). Pedimos a compreensão aos responsáveis para que a leitura do texto seja feita o quanto antes, evitando, assim, o atraso na divulgação. Quanto maior a demora no retorno do material, mais tarde será feita a divulgação. Essa demora pode acarretar no desinteresse da imprensa pela pauta e na perda de espaço na mídia.

## 9

**Meu material saiu na imprensa, e agora?**

Quando uma notícia é transmitida pelos nossos canais de divulgação, esta pode despertar interesse da mídia. Sendo assim, faz-se necessária a disponibilidade do responsável pelo projeto, evento ou ação (ou alguém indicado por ele) para entrevistas e repasse de informações à imprensa. O não atendimento à imprensa das demandas previamente sugeridas pela Ascom (por falta de entrevistado) pode gerar problemas institucionais junto ao veículo, e falta de credibilidade, quando houver a tentativa de outras sugestões de pauta.





# PRODUTOS E SERVIÇOS

---



@UFRAOficial



@UfraOficial



@UfraOficial



@UFRAOficial

10

## Conheça os nossos produtos e serviços

### Folha do Campus

Boletim eletrônico com as principais notícias publicadas no site da Universidade, com informações de interesse tanto da comunidade acadêmica quanto da comunidade externa. É enviado diretamente para quem está cadastrado no mailing da ascom.



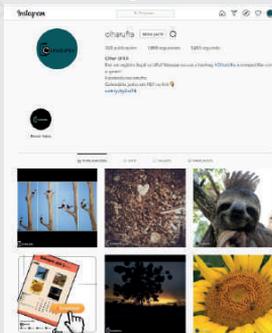
### Folheando

Postagens com sugestões de leitura, especificamente de livros lançados pela Editora da Ufra (EDUFRA).



### #OlharUfra

Imagens que tenham como referencial a Ufra, encaminhadas via e-mail ou hashtag, por quem gosta de contemplar as paisagens da universidade. As fotos enviadas e escolhidas pelas Ascom são compartilhadas nas redes sociais e passam a fazer parte de uma galeria colaborativa, além de integrarem o calendário mensal produzido pela Ascom. No final do ano, as 12 fotos mais curtidas vão compor o calendário anual seguinte.



@UFRAoficial



@UfraOficial



@UfraOficial



@UFRAoficial

11

## Campanhas Institucionais



Produção da arte para a Semana do Meio Ambiente



Mês da Mulher na Ufra



Produção de artes para a Campanha de Consumo Consciente na Ufra e Campanha contra o abandono de animais na Ufra





# 12

## Peças Institucionais

### AVALIAÇÃO INSTITUCIONAL ✓

Participe! Sua opinião ajuda a Universidade a melhorar.

Questionários disponíveis até o dia 11/03/2018 para alunos, professores e servidores técnico-administrativos.

CPAUFRA



Lançamentos da EdUFRA na XXXII Feira Fluminense de Livros

EdUFRA

Atlas



## VESTIBULINHO 2019

PROCESSO SELETIVO ESPECIAL

**HABILITAÇÃO DE MATRÍCULA - Aprovados na 2ª chamada: 14 de agosto**  
**LOCAL: PROEN, Prédio Central**  
**HORÁRIO: 8:30 AS 11:30/ 14:30 AS 16:30**



### Atenção, calouros:



### Amanhã tem matrícula!



@UFRAoficial



@UfraOficial



@UfraOficial



@UFRAoficial

# 13

## Coberturas Jornalísticas e fotográficas de eventos

Cobertura de eventos institucionais (internos ou externos)



# 14

## Publicidade legal

Publicações (em jornais de grande circulação) de avisos, balanços, relatórios, editais e outros comunicados que a instituição precise divulgar, por força de lei ou regulamento.

# 15

## Orientações quanto à utilização do Brasão e Logotipo da UFRA em documentos, eventos e apresentações:

Brasão



@UFRAoficial



@UfraOficial



@UfraOficial



@UFRAoficial

## Quando devo usar o brasão?

Em qualquer documento oficial e institucional dentro do próprio órgão ou entre instituições:

- Convênios
- Protocolo de Intenções
- Diplomas e/ou certificados
- Ofícios e Memorandos
- Editais
- Atas dos Conselhos Universitários
- Cartões de visita
- Placas oficiais de inauguração
- Identificação de veículos
- Contracheques
- Apresentações oficiais (relatórios, pesquisas, trabalhos institucionais).

O Brasão foi Instituído através de resolução e registrado no Instituto Heráldico Americano. Ele identifica a instituição, representa sua história e é permanente

Informações repassadas por Augusto César Lima dos Santos – Especialista em Cerimonial e Protocolo/Chefe do Cerimonial da UFRA

Logotipo



@UFRAOficial



@UfraOficial



@UfraOficial



@UFRAOficial

## E quando devo optar pelo Logotipo da instituição?

- Cartazes
- Avisos
- Propagandas
- Faixas e Outdoors
- Datas / momentos festivos
- Convites não oficiais
- Camisas
- Placas de agradecimento (não oficiais)

## Se eu precisar usar o Brasão do Governo Federal?

Ex: se o setor for o Gabinete da Reitoria

### Como usar o Brasão da Ufra

Sempre centralizado no papel



Universidade Federal Rural da Amazônia  
Gabinete da Reitoria

### Como usar o Brasão do Governo Federal

Sempre centralizado no papel



Governo Federal  
Universidade Federal Rural da Amazônia  
Gabinete da Reitoria



@UFRAOficial



@UfraOficial



@UfraOficial



@UFRAOficial

# 16

## Dimensões de banners para divulgação de eventos

### Publicações no site

Banner Rotativo



746 px

423 px

Mini Banner



136 px

230 px

### Publicações em Redes Sociais

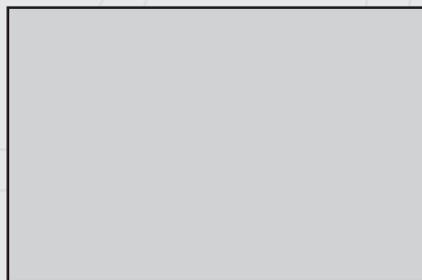
Facebook/Instagram



800 px

800 px

Twitter



900 px

450 px

As imagens devem ser salvas em:

**Formato RGB**

**72 DPI**

**Exportar PNG**



@UFRAoficial



@UfraOficial



@UfraOficial

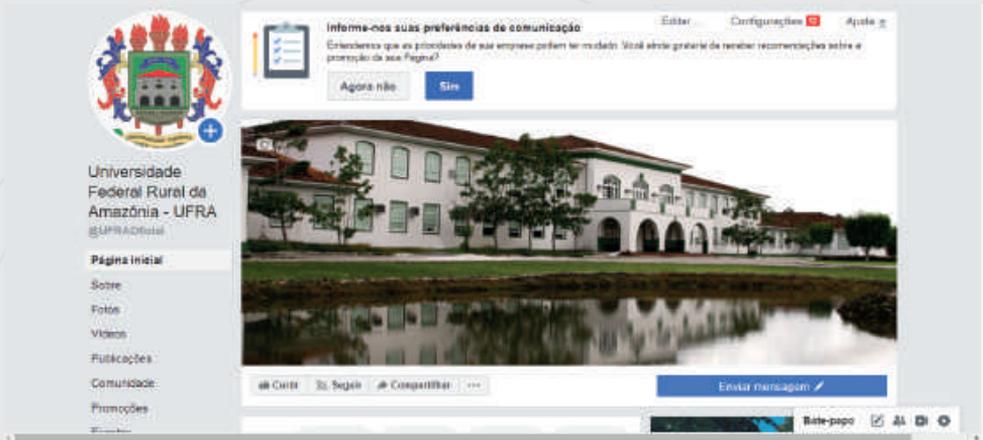


@UFRAoficial

## 16

## Mídias sociais

## facebook: @UFRAOficial



## Twitter: @UfraOficial



@UFRAOficial



@UfraOficial



@UfraOficial

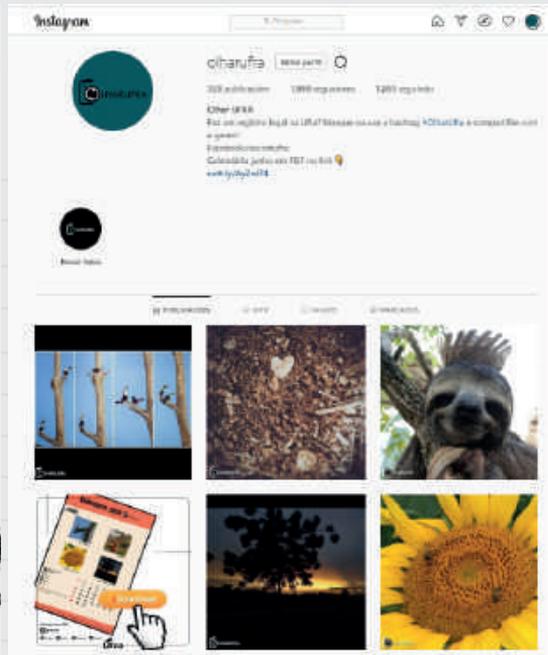


@UFRAOficial

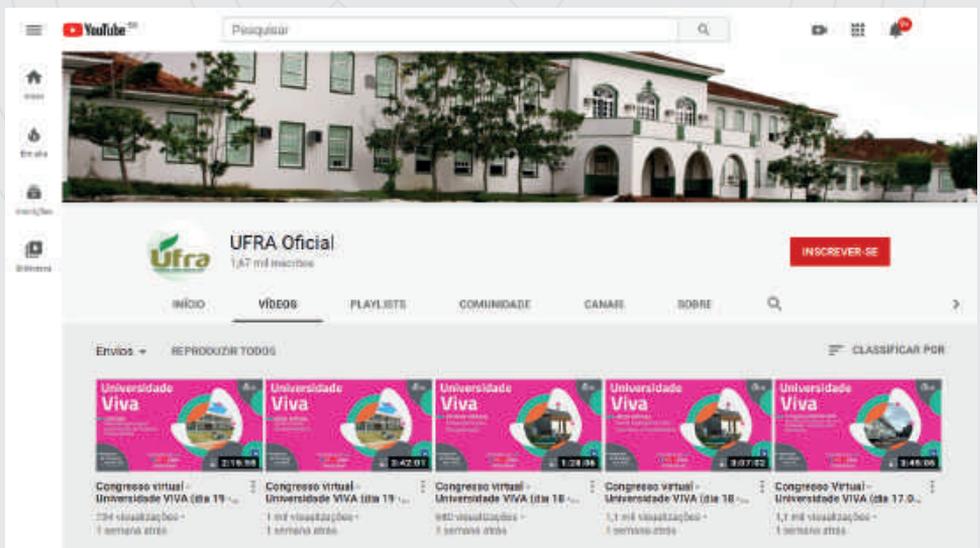
## Instagram @UfraOficial



## @olharufra



## YouTube: @UFRAOficial



@UFRAOficial



@UfraOficial



@UfraOficial



@UFRAOficial

