


# Manual de comunicação da UFDPAr

 **Pró-Reitoria de Tecnologia de  
Informação e Comunicação**  
Coordenadoria de Comunicação  
Institucional

---



**UNIVERSIDADE  
FEDERAL DO DELTA  
DO PARNAÍBA**

# **MANUAL DE COMUNICAÇÃO DA UFDPAr**

## **1ª Edição**

---

**Ministério da Educação**  
**Universidade Federal do Delta do Parnaíba (UFDPAr)**

João Paulo Sales Macedo  
**Reitor**

Vicente de Paula Censi Borges  
**Vice-Reitor**

Selmira Maria Ribeiro Alves  
**Chefe de Gabinete**

Silmar Silva Teixeira  
**Pró-Reitor de Tecnologia da Informação e Comunicação**

Heidi Gracielle Kanitz  
**Coordenadora de Comunicação Institucional**

### **Elaboração, edição e revisão:**

Heidi Gracielle Kanitz

### **Diagramação:**

Joanson Sousa

### **Equipe:**

Ana Clara Rocha Silva  
Eduardo das Chagas Machado  
Érita Rocha Nascimento  
Joanson Sousa  
José Armando Cabral Monteiro  
Marcos Carvalho Pereira  
Maria Eduarda Rodrigues Souza de Oliveira  
Maria Eduarda Teixeira Costa  
Maria Vitória Araújo Vasconcelos  
Thaís Rodrigues da Rocha

Coordenadoria de Comunicação Institucional (CCI) CNPJ:  
33.519.144/0001-00

**Parnaíba-PI, setembro/2024.**



# SUMÁRIO

<b>APRESENTAÇÃO</b> .....	<b>3</b>
<b>A COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL (CCI)</b> .....	<b>4</b>
<b>O TEXTO JORNALÍSTICO</b> .....	<b>5</b>
<b>Como redigir uma notícia?</b> .....	<b>6</b>
<b>O título de um texto jornalístico</b> .....	<b>7</b>
<b>REDIGINDO UMA NOTA/COMUNICADO</b> .....	<b>7</b>
<b>Informativa</b> .....	<b>7</b>
<b>De esclarecimento</b> .....	<b>7</b>
<b>De pesar</b> .....	<b>7</b>
<b>O USO DO NOME DA UFDPAr</b> .....	<b>8</b>
<b>Como citar cargos?</b> .....	<b>9</b>
<b>ESCREVENDO UM RELEASE</b> .....	<b>10</b>
<b>Como compartilhar as informações com a CCI?</b> .....	<b>10</b>
<b>Dicas de redação de textos informativos</b> .....	<b>11</b>
<b>FOTOGRAFIA E USOS DE IMAGENS</b> .....	<b>11</b>
<b>Dicas para a hora de fotografar</b> .....	<b>11</b>
<b>Créditos e legendas de fotos</b> .....	<b>12</b>
<b>Fotos nas redes sociais</b> .....	<b>13</b>
<b>APLICAÇÃO DO BRASÃO DA UFDPAr</b> .....	<b>13</b>
<b>RELACIONAMENTO COM A IMPRENSA</b> .....	<b>15</b>
<b>Atendimento aos jornalistas</b> .....	<b>15</b>





## APRESENTAÇÃO

São muitos os atores envolvidos na missão de comunicar o que acontece no campus Ministro Reis Velloso da Universidade Federal do Delta do Parnaíba (UFDPa). E para que esta divulgação ocorra de forma eficaz, estratégica, alinhada aos objetivos da UFDPa e, ao mesmo tempo, ancorada nos princípios que regem a Administração Pública, faz-se necessário estabelecer diretrizes quanto ao uso dos canais de comunicação institucionais, a exemplo do site e de redes sociais.

No intuito de dar suporte à produção de conteúdos pelos servidores e/ou bolsistas que atuam nas unidades administrativas, coordenações e órgãos suplementares, a Coordenadoria de Comunicação Institucional produziu este manual básico de comunicação, que inclui orientações sobre elaboração de notícias, postagens em redes sociais, entre outros conteúdos, em consonância com as orientações do Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) 2024-2028 da UFDPa.





## A COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL (CCI)

Vinculada à Pró-reitoria de Tecnologia da Informação e Comunicação (PROTIC), a Coordenadoria de Comunicação Institucional (CCI) é o órgão responsável pela gestão dos canais de comunicação institucional da universidade. Cabe à CCI a divulgação das atividades acadêmicas e administrativas para os públicos interno e externo, buscando a integração da comunidade universitária e o fortalecimento da imagem da UFDPAr na sociedade.

Entre as atribuições da CCI estão a produção de notícias para o site e envio à mídia; a gestão dos perfis com a chancela “ufdpar.br” (Instagram e Facebook) e orientação quanto às demais redes sociais oficiais da instituição; a cobertura jornalística e fotográfica de eventos (mediante análise das demandas cadastradas na Central de Serviços dentro dos critérios de noticiabilidade e capacidade da equipe); e o atendimento à imprensa.





## O TEXTO JORNALÍSTICO

O jornalismo possui linguagem e estilo peculiares, com técnicas próprias de redação. Seguindo os preceitos básicos da profissão, é necessário que o texto seja imparcial, direto, objetivo e claro, com linguagem simples para compreensão por diferentes públicos.

Assim, para conferir qualidade ao texto jornalístico, deve-se recorrer a um texto direto, sem "rodeios" e sem vocabulário rebuscado, e que preze pelo rigor, pela exatidão nos dados apresentados.

Nesta seção do manual, são dadas orientações sobre a redação de textos jornalísticos no âmbito da Universidade, por meio de dicas sobre os formatos mais utilizados (notícias, releases e notas/comunicados).

### O que é uma notícia?

Notícias são **relatos de fatos** ou **acontecimentos atuais, de interesse e importância para a comunidade**. No setor público, as notícias também são uma forma de estabelecer e fortalecer relações entre a instituição e o público interno e externo, além de uma prestação de contas à sociedade.

Para ser notícia, é preciso haver certos elementos: deve ser **recente, inédita, verdadeira, objetiva e de interesse público**. Por isso ela prima pela atualidade, pela novidade, pela relevância, pela perspectiva **neutra e imparcial, sem manifestação de opinião**.

Assim, há relevância e o interesse público, por exemplo, na divulgação: do Sistema de Seleção Unificada (SiSU) para ingresso na Universidade; de editais de concursos públicos para servidores da instituição; de projetos e cursos de extensão, pesquisas, inventos, serviços e ações que beneficiem a população em geral.

Conquistas e premiações obtidas por membros da comunidade acadêmica que tragam benefícios para a Universidade também podem ser notícia. **Não se enquadram no critério de noticiabilidade, no entanto, conquistas e ações individuais** que não tenham relação com a instituição, a exemplo da participação de um docente ou técnico em um curso em que se inscreveu.





## Como redigir uma notícia?

O jornalismo vale-se de algumas perguntas elementares, ao se relatar um fato ou evento. Estamos nos referindo ao **lead** (em geral é o primeiro parágrafo do texto), que introduz o leitor na notícia ou reportagem e desperta seu interesse desde o início do texto. Ao longo de todo o texto, as informações devem estar em ordem decrescente de importância – esse é o princípio da **Pirâmide Invertida**, técnica utilizada para hierarquizar as informações, situando as mais importantes no início do texto.

### Perguntas a serem respondidas em uma notícia:

**O quê:** fato que aconteceu ou vai acontecer;

**Quem:** agentes envolvidos na ação;

**Quando:** dia da semana e do mês, horas;

**Onde:** o local do acontecimento;

**Como:** as circunstâncias;

**Por quê:** os motivos e as razões.

### Pirâmide Invertida:



Fonte: *Elaboração própria*





## O título de um texto jornalístico

O título deve, em poucas palavras, anunciar e resumir o conteúdo. Em geral contém verbo, no tempo presente e na voz ativa. Deve-se usar inicial maiúscula apenas na primeira palavra do título e em nomes próprios. A ordem dos termos no título deve ser a mais linear possível. No título, não se usa ponto final, de interrogação, exclamação ou reticências. O subtítulo vem logo abaixo do título, complementando-o, destacando mais informações relevantes, sem repetir informações. Igualmente, não se deve usar ponto final, exclamação ou interrogação no subtítulo.

## REDIGINDO UMA NOTA/COMUNICADO

Nota é um texto jornalístico que **traz as informações básicas sobre o fato**, para atender a demandas específicas. Caracteriza-se pela **coesão, síntese e brevidade**.

### Informativa

Devem priorizar a informação, trazendo as justificativas necessárias à compreensão acerca de algum assunto em debate. Exemplos: nota explicando sobre a interrupção de algum serviço prestado à comunidade acadêmica e/ou externa ou nota informando a suspensão das atividades no campus, em virtude de queda de energia elétrica.

### De esclarecimento

Geralmente são necessárias em situação de gerenciamento de crise e devem ser publicadas o mais rápido possível, contendo informações para esclarecer o fato. Devem trazer a voz de especialista/responsável pelo assunto. Exemplos: denúncias de crimes envolvendo servidores ou estudantes ou legalidade de ações administrativas.

### De pesar

Publicadas em situação de morte de estudante, de servidor ou personalidade representativa para a instituição. Deve conter identificação de nome completo do servidor, se da ativa ou aposentado, local de lotação, mensagem de pesar e os dados sobre velório.







## O USO DO NOME DA UFDPAr

Como forma de padronizar os conteúdos publicados na UFDPAr e destacar o protagonismo da instituição, cada unidade acadêmica ou administrativa deve iniciar suas publicações – notícias, comunicados, postagens em redes sociais e demais conteúdos digitais ou impressos – com o nome da Universidade Federal do Delta do Parnaíba **por extenso**, ou seja, **do geral para o específico**, ou **citando o nome da universidade imediatamente após o da unidade**.

### *Exemplos:*

A Universidade Federal do Delta do Parnaíba (UFDPAr), por meio da Pró-reitoria de Ensino de Graduação (PREG), publicou, nesta segunda-feira (2), edital para [...]

O Serviço Escola de Psicologia (SEP) da Universidade Federal do Delta do Parnaíba (UFDPAr) abriu, nesta terça-feira (20), inscrições [...].

Caso a matéria tenha foco em uma pesquisa, é preciso situar o leitor sobre a origem do pesquisador – programa, coordenação e universidade.

### *Exemplo:*

O professor Antônio Silva, pesquisador do Programa de Pós-graduação em Biotecnologia da Universidade Federal do Delta do Parnaíba (PPGBIOTEC/UFDPAr), criou um aplicativo [...].

A mesma orientação vale para o material de divulgação de eventos, cursos e outras iniciativas promovidas pela UFDPAr, apresentando-se, em **sequência hierárquica decrescente**, o nome da instituição seguido das unidades envolvidas.





## Como citar cargos?

No texto jornalístico, ao se citar pela primeira vez fontes e personagens, escreve-se **primeiro o cargo** ocupado por elas, **seguido do nome**.

### *Exemplos:*

O professor da Coordenação de Turismo (CCTUR) Helder Sousa disse [...];

O pró-reitor de Pós-Graduação, Pesquisa e Inovação, professor Jefferson Soares, explicou [...].

A **titulação acadêmica (mestre, doutor) não deve ser mencionada**. Contudo, caso a fonte seja um professor, o termo é sempre empregado:

### *Exemplo:*

De acordo com a professora Ana Lima, o evento...

Na primeira citação da fonte, deve-se mencionar o nome completo (prenome e sobrenome). No decorrer do texto, para evitar repetições, pode-se utilizar somente o prenome ou o sobrenome.





## ESCREVENDO UM RELEASE

O **release** é um termo que vem do inglês *press release* (comunicado à imprensa). Trata-se de material jornalístico distribuído à mídia pelas assessorias de comunicação das organizações (públicas ou privadas) para sugestão de divulgação gratuita. O release é **um misto de promoção, informação e sugestão de pauta**.

O título deve ser chamativo, com substantivo e verbo, sem adjetivos, em uma linha. O texto pauta-se pela concisão e objetividade. Segue as técnicas da produção de uma notícia, iniciando pelo **lead** (as respostas para as perguntas básicas *o quê, quem, como, onde, quando e por quê*). A seguir, o texto contextualiza o fato, com dados, estatísticas, personagens etc.

Para dar credibilidade ao release, podem constar depoimentos das fontes de informação, em geral entre aspas. **São excluídos os dados muito técnicos e os jargões**, pois o texto jornalístico prima pela linguagem simples. Após o texto, eventualmente, o release pode **indicar os nomes das fontes citadas e seus respectivos cargos e contatos**.

### Como compartilhar as informações com a CCI?

Considerando os diversos atores envolvidos na comunicação da UFDPAr, aqueles que atuam na produção de conteúdos nos diversos setores da universidade, na medida do possível, devem colaborar com a CCI na divulgação das atividades acadêmicas e administrativas das suas respectivas unidades, contribuindo com a uniformização da comunicação e com o fortalecimento da imagem institucional.

As informações (que podem ou não ser no formato de um release) podem ser compartilhadas por esses agentes de comunicação por meio da **Central de Serviços** (cs.ufdpar.edu.br), na aba **“Serviços de Comunicação”**. O compartilhamento é fundamental quando se tratar de assunto de interesse coletivo, ainda que as informações em questão já tenham sido publicadas na página da unidade de origem.





## Dicas de redação de textos informativos

- É preferível usar a ordem direta (**sujeito+verbo+complemento**) para melhor compreensão pelo leitor. Frases longas e o uso de intercalações e inversões devem ser evitados.
- Para dar maior clareza e correção ao texto, é possível modificar os termos usados pelas fontes em entrevistas – com cautela, para não alterar o conteúdo da fala – e adaptar as declarações às normas gramaticais, eliminando vícios de linguagem e repetições, sem alterar o sentido.
- Evite o uso de termos técnicos e rebuscados. Quando for necessário usá-los, coloque entre parênteses o seu significado.
- Evite, ainda, jargões, gírias e coloquialismo (variação de linguagem popular utilizada em situações cotidianas mais informais); modismos e lugares-comuns (exemplo: deixar a desejar, chegar a um denominador comum, encerrar com chave de ouro).

## FOTOGRAFIA E USOS DE IMAGENS

A fotografia jornalística revela a realidade por meio de imagens. No jornalismo, ela tem um caráter noticioso, ajudando a dar credibilidade e complementando as informações textuais. A imagem fotográfica sustenta-se em vários elementos: **cor, textura, iluminação, ângulo, plano etc.**, que lhe confere diferentes características como a beleza, impacto e informatividade.

Sabemos que nem todas as pessoas envolvidas na produção de comunicação na UFDPAr têm câmeras fotográficas disponíveis nas respectivas unidades de trabalho ou acompanhando os eventos e ações realizadas. Contudo, atualmente há smartphones capazes de captar imagens de qualidade, que cumpram o objetivo de acrescentar valor ao conteúdo divulgado. Trazemos, nesta seção, dicas de alguns cuidados que se deve ter ao se utilizar fotografias no contexto da comunicação institucional.

### Dicas para a hora de fotografar

- Não se manipula a foto jornalística em seu conteúdo informativo, seja por retoque, alteração, supressão ou inclusão de elementos. Nem se admite encenações de fatos para reconstruir um cenário desfeito.





- Para **publicações em sites**, quanto à orientação da imagem, sempre **dê preferência a fotografias na horizontal (landscape)** em vez de na vertical (portrait); e evite as fotos de selfies, pois elas muitas vezes distorcem a fisionomia das pessoas, até mesmo para posts de redes sociais nos quais se queira imprimir profissionalismo na publicação.
- Procure fotografar em ambiente com **boa iluminação** para não obter uma foto escura ou granulada, buscando fotografar o objeto, pessoa, ambiente etc. de frente para a luz, especialmente luz do dia, mas evitando a incidência direta do sol para evitar sombras duras nas imagens. **Não fotografe na contraluz**, ou seja, em que você esteja apontando a câmera para o objeto ou assunto da foto e atrás dele há uma janela, porta, o sol ou alguma outra fonte de luz que o torne escuro na imagem.
- Observe se a foto está focada no objeto que você pretende; se não está cortando parcialmente pessoas; após o disparo, veja se a pessoa não saiu com os olhos fechados (o ideal é **fazer mais de um disparo** para garantir olhos abertos); e procure **fotografar o mais próximo possível**, uma vez que grande parte dos celulares não possui câmeras com qualidade de resolução muito elevada e zoom potente para disparos à distância.

## Créditos e legendas de fotos

O crédito fotográfico **é obrigatório em todas as publicações**, conforme estabelece a lei de direitos autorais, da mesma forma que se deve dar crédito ao autor no caso de reprodução de matéria jornalística.

Nas fotos em sites ou materiais diagramados, como jornal, as legendas nas fotos descrevem e acrescentam informações. Devem ter **textos curtos e diretos** e deve-se evitar as redundâncias e o lugar-comum. Sua função é contextualizar o conteúdo visualizado, remetendo ao texto o qual ilustra. Não se deve colocar ponto ao final da legenda.

Na legenda, a indicação de posição de pessoas em fotos, que deve vir entre parênteses e em itálico, dá-se a partir do ponto de vista do leitor, contando-se da esquerda para a direita (esquerda, centro, direita). Se necessário, indicar a contagem (2º à esq. ou 3º à dir., por exemplo).





## Fotos nas redes sociais

Essencial em jornais e revistas, a fotografia ganha força e relevância nas mídias digitais. Nesse aspecto, é **imprescindível primar pela qualidade das imagens** das fotografias e peças gráficas utilizadas também nas mídias sociais, sobretudo logomarcas e outras artes gráficas, evitando conteúdos e imagens de baixa resolução, granulados ou distorcidos.

No Instagram oficial [@ufdpar.br](https://www.instagram.com/ufdpar.br), sempre procuramos imagens e composições de cores agradáveis, dentro do padrão de cores da Universidade. Também procuramos deixar o título em letras de um tamanho que o usuário consiga ler sem ter que abrir o post, inclusive como forma de atrair com um título chamativo para que ele se interesse em ler a legenda interna.

Nos posts das redes sociais, procuramos utilizar o brasão em contornos, em cores que garantam sua visibilidade e facilitem sua adaptação a diversas artes. O brasão não pode ser utilizado de forma parcial (cortado), junto ou muito próximo às bordas do post ou muito pequeno na postagem.

## APLICAÇÃO DO BRASÃO DA UFDPAr

O uso correto de uma marca é importante para preservar a identidade da instituição, bem como valorizar, expressar seus valores e área de atuação. Portanto, é importante a adequação da marca em cada situação, pois manter um padrão visual consistente transmite credibilidade, coerência e profissionalismo.

Na UFDPAr, o brasão é o elemento utilizado para identificação visual da instituição. Por isso, os canais e ferramentas de comunicação devem conter, obrigatoriamente, o brasão oficial da instituição, obedecendo aos padrões de identidade visual descritos no [Manual de Identidade Visual da UFDPAr](#).

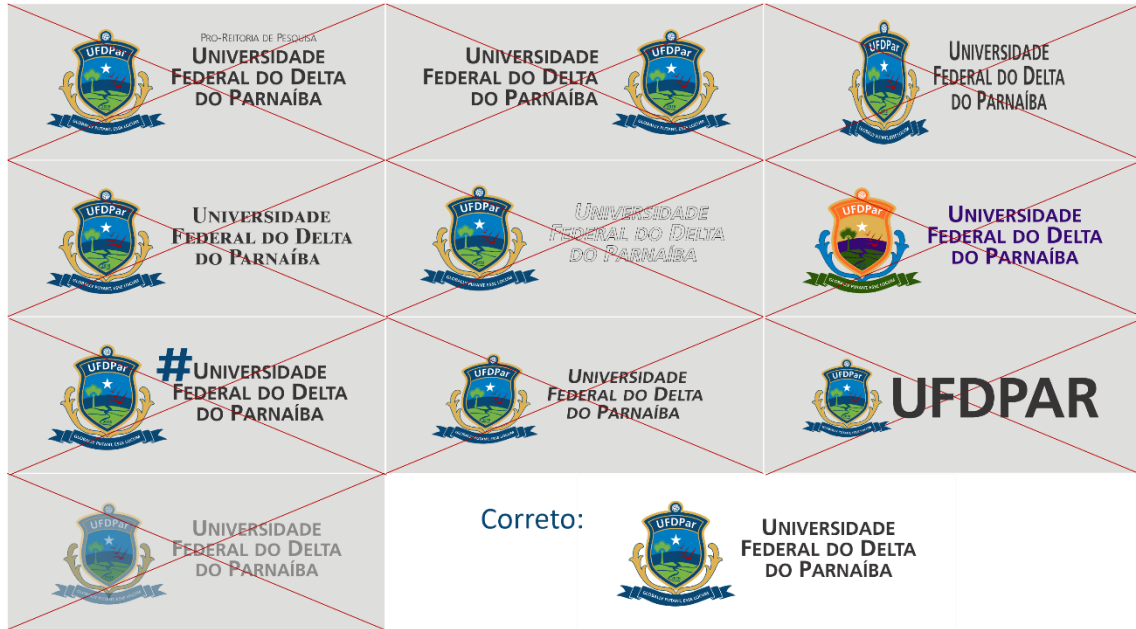
A aplicação do brasão será sempre prioritária em relação às demais logomarcas de unidades internas. Ela deve ser realizada de forma a **respeitar cores e dimensões, evitando alterações que ferem a integridade do brasão** (a exemplo de distorções e inclinações).





É obrigatório o uso do brasão em todas as situações e de comunicação nas quais os agentes internos estejam em missão institucional - ações nas quais a instituição participe como promotora ou parceira.

### Exemplos de usos incorretos do brasão:



Correto:



### Exemplos de usos incorretos do brasão em planos de fundo:



Correto:





## Exemplos de usos incorretos do brasão em fundos fotográficos:







## RELACIONAMENTO COM A IMPRENSA

São apresentadas, nesta sessão, algumas das diretrizes adotadas pela UFDPAr no relacionamento com a imprensa, a qual se configura como um dos públicos estratégicos para que a instituição alcance seus objetivos de comunicação com a sociedade, a quem a Universidade, enquanto instituição pública, deve prestar contas das ações realizadas. Por essa razão, busca-se **manter uma relação estreita com os profissionais que atuam na mídia**.

Uma das funções atribuídas à Coordenadoria de Comunicação Institucional (CCI), a assessoria de imprensa busca ocupar espaços na mídia de forma positiva e, ao mesmo tempo, reduzir as chances de veiculação de informações que afetem, de maneira negativa, a imagem da instituição. Caso alguma crise envolvendo a UFDPAr se instale, o gerenciamento da mesma junto à mídia também é competência da CCI, em conjunto com a unidade administrativa envolvida.

Cabe à CCI, portanto, mediar a interação entre a UFDPAr e os jornalistas externos, seja em contatos surgidos por demanda espontânea da imprensa, seja após o envio de sugestões de pauta da CCI para a mídia (textos conhecidos como releases). Após o recebimento das solicitações dos jornalistas dos diversos veículos de comunicação – locais e nacionais – a CCI analisa as pautas e sugere o porta-voz mais adequado, auxiliando as fontes da UFDPAr para as entrevistas, sempre que se fizer necessário.

### Atendimento aos jornalistas

Com o intuito de cuidar da imagem da UFDPAr, é função da Coordenadoria de Comunicação Institucional orientar os porta-vozes da Universidade que atuam como fontes de informação na interação com os profissionais da imprensa.

Para assegurar uma divulgação estratégica das ações da Universidade junto a seus públicos internos e externos, vale destacar algumas diretrizes que devem ser adotadas:

- Respostas oficiais da UFDPAr cabem exclusivamente à Reitoria, ao Gabinete da Reitoria e aos Pró-reitores, ou a outras instâncias, a depender de cada caso.

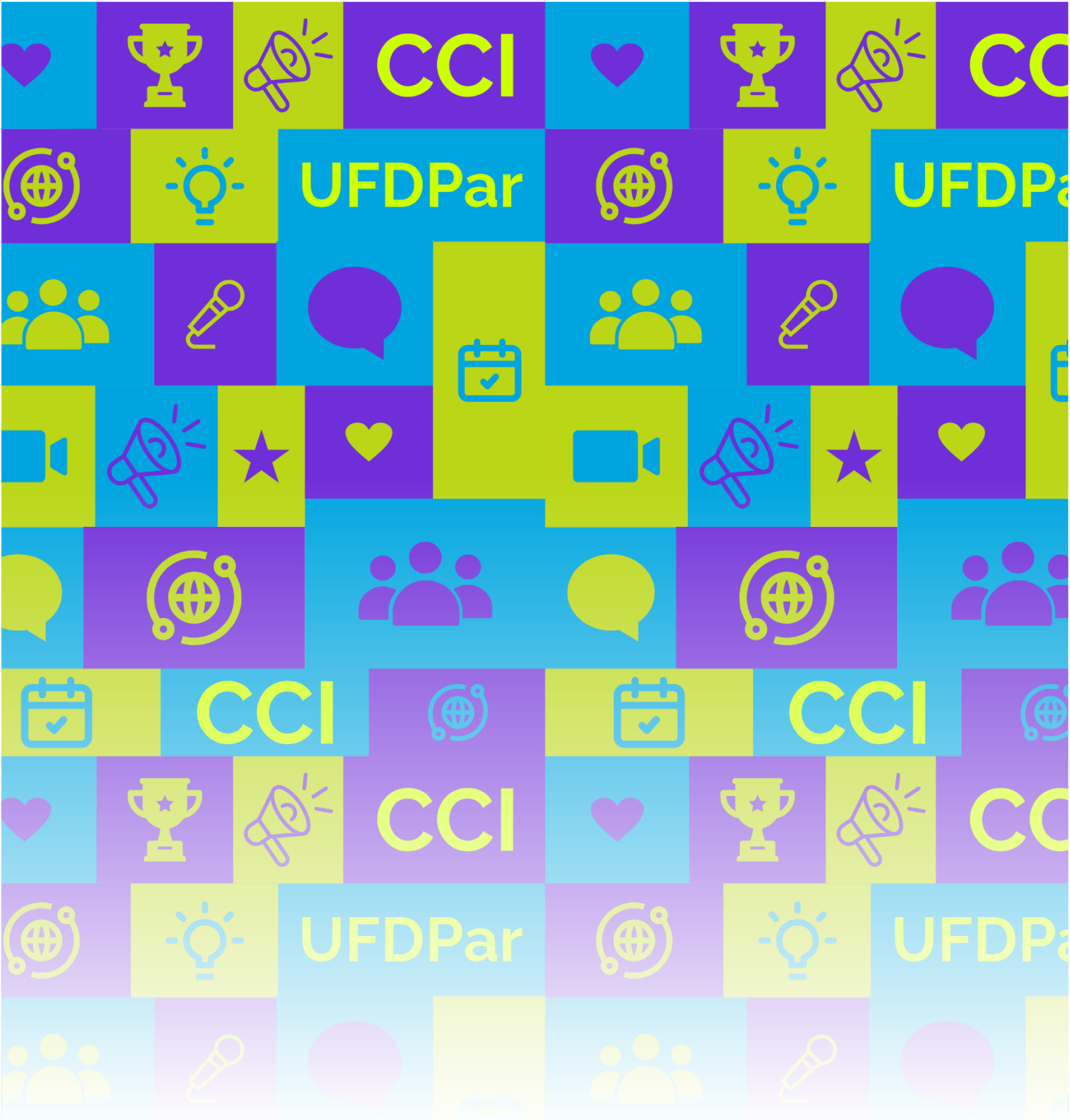




- Em virtude das limitações de recursos humanos e da frequente demanda interna e externa, a CCI somente realiza o acompanhamento de entrevistas que envolvam a Reitoria da instituição.
- Em respeito à autonomia dos jornalistas, as fontes da UFDPAr, ao serem entrevistadas por profissionais de veículos de comunicação, não devem solicitar ao profissional o texto para “validação” antes de o mesmo ser publicado. O entrevistado pode, ao longo da entrevista, repassar os dados informados para evitar equívocos e erros de interpretação.
- Aos servidores que atuam em comunicação nas unidades acadêmicas e administrativas, solicita-se que, ao receberem demandas da mídia que digam respeito à Reitoria e à gestão da instituição, encaminhem o atendimento para a CCI ou forneçam os contatos da Coordenadoria de Comunicação Institucional para o repórter ou profissional que os contactou.







**CCI**

Coordenadoria de Comunicação  
Institucional - **UFDPa**

[ufdpar.edu.br](http://ufdpar.edu.br)  [ufdpar.br](https://www.facebook.com/ufdpar.br)  [tvufdpar](https://www.youtube.com/tvufdpar)