



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
UNIVERSIDADE FEDERAL DA INTEGRAÇÃO LATINO-AMERICANA  
SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

**INSTRUÇÃO NORMATIVA Nº 1, DE 01 DE JUNHO DE 2022**

Estabelece os procedimentos e critérios para solicitação dos serviços de comunicação no âmbito da Secretaria de Comunicação Social da Universidade Federal da Integração Latino-Americana.

O **Secretário de Comunicação Social da Universidade Federal da Integração Latino-Americana (UNILA)** no uso de suas atribuições legais delegadas através da Portaria UNILA Nº 288/2020/GR publicada em Boletim de Serviço nº 73, de 21 de agosto de 2020, resolve:

Art. 1º Estabelecer os procedimentos e critérios para solicitação dos serviços abaixo:

- I - material jornalístico;
- II - assessoria de imprensa;
- III - comunicação interna;
- IV - artes gráficas;
- V - campanhas de comunicação;
- VI - produtos audiovisuais;
- VII - comunicação digital.

Parágrafo único. Os serviços prestados pela Secretaria de Comunicação Social (SECOM) não se restringem aos elencados acima. O manual completo de serviços desta secretaria pode ser consultado na página <https://portal.unila.edu.br/secom/servicos-secom>.

## CAPÍTULO I

### DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

Art. 2º A Secretaria de Comunicação Social (SECOM) é a unidade responsável pelo planejamento e pela execução dos serviços de comunicação da Universidade, em consonância com a missão, visão e valores institucionais:

- I - missão: fortalecer a imagem da UNILA e o relacionamento com seus públicos e difundir o conhecimento produzido por meio de estratégias de comunicação social;
- II - visão: ser a unidade estratégica e de referência em comunicação, atuando de forma integrada e democrática, com o objetivo de garantir a inserção da Universidade em seu território e nos países da América Latina e Caribe;
- III - valores: integração; interculturalidade; eficiência; democracia; diversidade; ética; impessoalidade; solidariedade; cooperação; e equidade.

Parágrafo único. A SECOM trabalha na perspectiva da comunicação integrada, atuando em diversas frentes: jornalismo, assessoria de imprensa, comunicação interna, publicidade, relações públicas, mídias digitais, design gráfico, produção audiovisual, entre outras. Busca, assim, atingir a todos os seus públicos, por meio de veículos e estratégias de comunicação diversas.

Art. 3º São veículos/produtos de comunicação sob responsabilidade da SECOM:

- I - seção de notícias do site;
- II - agenda de eventos do site;
- III - informativo La Semana Unilera (LSU);
- IV - boletim Unile-se;
- V - aplicativo Capi App;
- VI - produtos audiovisuais;

VII - mídias sociais.

Art. 4º A SECOM poderá criar ou extinguir novos veículos ou produtos à medida que seja necessário, observando sempre o alinhamento com as diretrizes institucionais e o planejamento estratégico de comunicação.

Art. 5º Não serão divulgados conteúdos:

I - com caráter político-partidário, de representação de classe, trabalhista, sindical, eleitoral ou comercial;

II - de interesse individual ou promoção pessoal;

III - que possam ser ofensivos ou ilegais, de acordo com os princípios que regem o serviço público.

Art. 6º A SECOM poderá, a qualquer tempo, requerer esclarecimentos aos demandantes sobre as solicitações encaminhadas.

Art. 7º O demandante será informado, após cadastro no sistema e análise das informações enviadas, sobre a possibilidade de atendimento da solicitação e o prazo de entrega.

Art. 8º Caberá à SECOM decidir o veículo de comunicação (dentre os elencados nesta normativa) a ser utilizado para a divulgação solicitada, a partir da análise do conteúdo e do público a quem se destina e de acordo com as estratégias de comunicação estabelecidas por esta Secretaria.

Art. 9º As sugestões/demandas serão avaliadas de acordo com os seguintes critérios de noticiabilidade:

I - amplitude/impacto: entendendo-se como o número de pessoas envolvidas;

II - atualidade;

III - ineditismo;

IV - novidade;

V - inovação: entendendo-se como fatos/estudos/produtos novos ou que apresentem transformação/evolução;

VI - notoriedade: relativo ao grau de notoriedade ou influência de um indivíduo, sem prejuízo do princípio da impessoalidade;

VII - proximidade: entendida como área geográfica de abrangência da notícia;

VIII - relevância: entendida como capacidade de o acontecimento incidir ou ter impacto sobre pessoas ou comunidades;

IX - repercussão: entendida como o que se produz ou acontece envolvendo a UNILA e que repercute na comunidade, e vice-versa;

X - utilidade/serviço.

§ 1º As demandas não necessitam atender, obrigatoriamente, a todos os critérios, nem seguir a ordem disposta acima.

§ 2º Caberá à equipe da SECOM decidir quais demandas serão atendidas caso não se enquadrem nos critérios de noticiabilidade ou se não houver tempo hábil ou disponibilidade de recursos humanos ou materiais.

Art. 10. A produção de conteúdos pode ficar restrita em determinados períodos por força de lei, a exemplo do período eleitoral municipal, estadual ou federal, e também durante eleições internas da Universidade.

Art. 11. As pautas e temas devem estar prioritariamente relacionadas ao ensino, à pesquisa, à extensão e a assuntos institucionais, sempre relacionados à missão, visão, valores ou temas pertinentes à Universidade.

§ 1º Poderão ser divulgadas pautas não diretamente relacionadas a atividades da Universidade, desde que sejam relevantes para a comunidade acadêmica e os públicos externos, e tenham relação com as editoriais dos veículos de comunicação desenvolvidos, a critério da equipe da SECOM.

§ 2º A SECOM se reserva o direito de fazer alterações nos conteúdos encaminhados, no intuito de tornar a comunicação mais assertiva.

Art. 12. As pautas e temas dos materiais produzidos pela SECOM podem ser sugeridos por docentes, discentes, terceirizados e servidores técnico-administrativos da UNILA.

Art. 13. Qualquer decisão a respeito da produção de conteúdos é de exclusiva responsabilidade da SECOM, com base na compreensão técnica de seu quadro, considerando os critérios estabelecidos nesta Normativa.

## CAPÍTULO II

### DOS SERVIÇOS

#### Seção I

##### Material jornalístico

Art. 14. Entende-se por material jornalístico os produtos noticiosos originários de pautas, sendo esses textuais ou audiovisuais; como matérias jornalísticas, reportagens, notas, texto-legenda, dentre outros, veiculados pelos canais oficiais da Universidade, em diferentes locais (notícias, agenda de eventos, blocos de destaque), de acordo com avaliação da equipe da SECOM.

Art. 15. As solicitações e/ou sugestões devem ser encaminhadas por meio do sistema Comunica (<https://comunica.unila.edu.br/>), na categoria "Sugestão de Pauta".

§ 1º Não serão atendidas solicitações que ocorram com prazo inferior a três dias úteis entre o pedido e a data dos eventos/atividades.

Art. 16. 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.

Art. 17. 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 parágrafos ou trechos em casos de assuntos técnicos.

Art. 18. O uso de fotos, tabelas e ilustrações nos textos jornalísticos será decidido pela SECOM, e a produção desses itens estará condicionada à disponibilidade de recursos humanos e materiais, bem como de tempo hábil para a execução dos conteúdos.

## Seção II

### Assessoria de Imprensa

Art. 19. A SECOM é a unidade exclusivamente responsável pela assessoria de imprensa, mediando as relações entre a UNILA e os veículos de imprensa locais, nacionais e internacionais.

Art. 20. Fazem parte das ações de assessoria de imprensa, desenvolvidas pela SECOM:

I - desenvolver estratégias de divulgação da UNILA junto à imprensa;

II - intermediar o contato dos jornalistas com a Universidade;

III - redigir e enviar informações para a imprensa, por meio de releases e sugestões de pauta;

IV - organizar entrevistas coletivas;

V - orientar servidores docentes, técnicos e alunos sobre as melhores práticas no relacionamento com a imprensa;

VI - sempre que possível, acompanhar entrevistas;

VII - fazer a clippagem do material sobre a UNILA veiculado na imprensa;

VIII - analisar o impacto da exposição da UNILA na imprensa.

Art. 21. Cabe à SECOM definir qual estratégia de assessoria de imprensa utilizar para cada ação ou projeto da UNILA.

Art. 22. Toda solicitação de veículo de imprensa recebida por servidores da UNILA deverá ser encaminhada para a SECOM para acompanhamento do atendimento e monitoramento de material veiculado.

Parágrafo único. As solicitações de assessoria de imprensa devem ser encaminhadas para a SECOM pelo e-mail [imprensa@unila.edu.br](mailto:imprensa@unila.edu.br).

Art. 23. A SECOM poderá indicar e contactar os servidores para esclarecer dúvidas e/ou dar entrevistas para os veículos de imprensa.

## Seção III

### Comunicação Interna

Art. 24. Entende-se por comunicação interna as estratégias desenvolvidas pela SECOM para promover a divulgação, de forma ágil e transparente, de informações de interesse de toda a comunidade acadêmica da UNILA.

Art. 25. Os veículos de comunicação interna são:

I - informativo La Semana Unilera (LSU);

II - informes à comunidade acadêmica no portal;

III - informes do Espaço Reitoria no portal;

IV - aplicativo Capi App;

V - páginas do Servidor e do Estudante.

Art. 26. Os conteúdos publicados nos veículos de comunicação interna deverão, prioritariamente, estar relacionados com as atividades acadêmicas e institucionais desenvolvidas no âmbito da UNILA.

Parágrafo único. Notas, mensagens, informes e avisos já enviados anteriormente pelas demais unidades administrativas para quaisquer listas de e-mail não serão enviados pela SECOM, uma vez que esta unidade prioriza o envio (e sua respectiva publicação no site) de conteúdos inéditos.

Art. 27. As solicitações e/ou sugestões devem ser encaminhadas por meio do sistema Comunica (<https://comunica.unila.edu.br/>), através da categoria "La Semana / Com. Interna".

## Subseção I

### Informativo La Semana Unilera (LSU)

Art. 28. O informativo La Semana Unilera compila o resumo dos informes publicados no portal da UNILA e é enviado à comunidade acadêmica em formato de newsletter, por meio de um mailing institucional. Os informes priorizam assuntos relevantes para o dia a dia da comunidade interna e ações promovidas pelos diferentes setores administrativos e acadêmicos da Universidade.

Parágrafo único. Todas as contas de e-mail da UNILA foram previamente cadastradas para receber o informativo, mas os usuários poderão solicitar sua exclusão, ou até mesmo inclusão de outra conta de e-mail, clicando nas opções “cancelar a assinatura” ou “assinar newsletter”, disponíveis no rodapé do LSU.

Art. 29. O La Semana Unilera será veiculado em dias úteis, no período da manhã, pelos e-mails institucionais da UNILA e pelo aplicativo Capi App.

§ 1º. As edições do informativo serão finalizadas no dia útil anterior ao envio e passarão a ser programadas sempre para o primeiro horário da manhã seguinte, não havendo, portanto, interstício para incluir atualizações.

§ 2º. As datas de veiculação podem ser do dia útil modificadas, excepcionalmente, de acordo com situações específicas relacionadas ao calendário acadêmico ou administrativo e serão comunicadas previamente.

Art. 30. As demandas que forem cadastradas no Comunica até as 14h serão publicadas na área de informes do portal da UNILA no mesmo dia e serão enviadas na edição seguinte do LSU.

Parágrafo único. Os conteúdos enviados após esse horário ficarão sujeitos à publicação no portal no dia seguinte e enviadas na edição subsequente do informativo.

Art. 31. O link para a versão completa do informativo poderá ser acessado através da página de serviços da SECOM: <https://portal.unila.edu.br/secom/servicos-secom/la-semana-unilera>.

Art. 32. O Informe Extra era um aviso em caráter de urgência que circulava somente nos dias em que não havia edição do La Semana Unilera. Em novembro de 2021, com a implantação do LSU diário, esse serviço foi extinto.

## Subseção II

### Informes à comunidade acadêmica no portal

Art. 33. As notas veiculadas pelo La Semana Unilera já estarão previamente publicadas na área de informes à comunidade acadêmica, no portal da UNILA (<https://portal.unila.edu.br/informes>), com exceção daquelas que estiverem publicadas na área de notícias ou de editorias especiais, como Notícias da Gente e Eventos da UNILA, que têm seus sítios eletrônicos específicos.

Art. 34. Nas páginas do Estudante (<https://portal.unila.edu.br/estudantes>) e do Servidor (<https://portal.unila.edu.br/servidores>) são publicados os informes gerais e os informes específicos das respectivas categorias, além de links com acesso fácil a informações de interesse desses públicos.

Art. 35. A SECOM publicará apenas notas de pesar relativas a falecimentos de pessoas que sejam membros da comunidade acadêmica da UNILA.

## Subseção III

### Informes do Espaço Reitoria no portal

Art. 36. O Espaço Reitoria é a área do portal da UNILA destinada à publicação de conteúdos referentes às ações desenvolvidas pela gestão da Universidade (<https://portal.unila.edu.br/servidores/espaco-reitoria>). O espaço visa ser um canal de aproximação e diálogo com a comunidade acadêmica, tendo a transparência como foco.

Art. 37. Os textos publicados neste espaço deverão passar por edição e revisão por parte da equipe da SECOM, que fará a gestão do conteúdo.

## Subseção IV

### Aplicativo Capi App

Art. 38. O Capi App é o aplicativo oficial da UNILA e busca oferecer uma forma de comunicação mais versátil e instantânea com a comunidade acadêmica, possibilitando que os estudantes e servidores recebam, em tempo real, os principais informes e avisos sobre a Universidade.

Art. 39. As edições do informativo La Semana Unilera também serão enviadas pelo Capi App para todos os usuários cadastrados no SIG-UNILA.

Art. 40. O aplicativo também conta com outras funcionalidades, como os horários do transporte interunidades, calendário acadêmico e contatos, cabendo à Coordenadoria de Tecnologia de Informação (CTIC) a instalação, manutenção e operacionalização destas e outras funcionalidades.

Parágrafo único. É de responsabilidade de cada servidor manter seus dados de contato atualizados no sistema SIG.

## Seção III

### Artes Gráficas

Art. 41. A solicitação de elaboração de artes e materiais gráficos deverá estar relacionada com as atividades institucionais da UNILA, formalmente

vinculadas a ações de ensino, pesquisa, extensão ou administrativas.

Art. 42. Serão priorizados os materiais institucionais que divulguem a UNILA em sua totalidade.

Art. 43. Visando garantir que os produtos de comunicação institucional estejam de acordo com padrões técnicos da Secretaria de Comunicação Social e com a missão da Instituição, serão disponibilizados os serviços de:

I - criação de arte e produção de material gráfico institucional impresso (cartaz, folder, flyer, banner e outros): com a divulgação da UNILA e de seus cursos;

II - criação de arte para material gráfico web (banner para site, arte para mídias sociais; e-mail marketing e outros);

III - diagramação (cartilhas, revistas, manuais e outros);

IV - distribuição de materiais institucionais, para eventos (pasta, bloco, crachá e outros);

V - orientação quanto ao uso da marca da UNILA, de acordo com as regras estabelecidas no Manual de Identidade Visual da Universidade.

Parágrafo único. O atendimento das demandas de produtos impressos dependerá da disponibilidade de recursos orçamentários e de infraestrutura da Universidade.

Art. 44. Caberá à SECOM decidir o tipo de material e os formatos a serem produzidos, a partir da análise do projeto/ação a ser divulgado e do público a quem se destina, bem como levando em conta os prazos próprios dos trâmites legais definidos pela Lei de Licitações e capacidade de atendimento das empresas contratadas.

Art. 45. Não serão realizadas alterações em artes elaboradas por terceiros.

§ 1º Caso seja utilizada a marca UNILA, os materiais devem passar por aprovação da SECOM, com o cadastro da demanda por meio do sistema Comunica (<https://comunica.unila.edu.br/>), através da categoria "Artes gráficas".

§ 2º A marca UNILA possui registro no Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) e, por este motivo, é preciso cautela e atenção quanto ao seu uso.

Art. 46. Para realizar a solicitação de artes e materiais gráficos, o demandante deverá cadastrar as informações por meio do sistema Comunica (<https://comunica.unila.edu.br/>), através da categoria "Artes gráficas".

Art. 47. A solicitação de artes gráficas deverá conter as seguintes informações detalhadas:

I - nome e contato do responsável pela solicitação;

II - descrição do projeto/ação;

III - objetivo;

IV - público a quem se destina (comunidade interna e/ou externa);

V - no caso de evento, informar data, local, periodicidade e número de participantes previstos;

VI - conteúdo do material;

VII - no caso de material impresso, a tiragem necessária.

§ 1º O cadastro das informações no sistema deverá ser feito de maneira detalhada, com o intuito de propiciar à equipe da SECOM todas as informações necessárias à criação dos materiais.

§ 2º Sempre que possível, o demandante pode enviar imagens de referência para auxiliar no processo de criação.

§ 3º Em solicitações de artes gráficas, serão aceitas, no máximo, duas solicitações de alterações por layout/peça, desde que estejam dentro do prazo estabelecido pela SECOM, a fim de não comprometer a qualidade do serviço.

§ 4º Não serão aceitas alterações solicitadas por outras pessoas além do demandante.

§ 5º Após o recebimento do conteúdo, a SECOM fará a revisão dos textos e, se necessário, adequação do conteúdo para o formato do material final.

Art. 48. Os prazos para atendimento das solicitações de artes gráficas são:

I - criação de arte e produção de material gráfico impresso: até 8 dias úteis para envio da arte para aprovação; e 3 dias úteis para realização de alterações; acrescido do prazo para impressão;

II - criação de arte e produção de material gráfico web: até 8 dias úteis para envio da arte; e 3 dias úteis para realização de alterações;

III - diagramação: 8 dias úteis para criação de identidade visual, mais 1 dia útil por página a ser diagramada;

IV - materiais para eventos deverão ser solicitados com, no mínimo, 60 dias corridos de antecedência do evento;

V - orientações quanto ao uso do logotipo da UNILA: atendimento em até 2 dias úteis.

§ 1º O prazo de execução será contabilizado a partir do envio completo, por parte do demandante, das informações solicitadas pela Secretaria de Comunicação Social.

§ 2º O prazo para impressão é definido sob consulta, pois pode variar de acordo com o fornecedor licitado ou disponibilidade de equipamento da Universidade.

§ 3º Para demandas de impressão, o solicitante é responsável pela retirada do material na SECOM, no prazo de até 5 dias úteis, e pela sua distribuição.

Art. 49. As artes digitais (não impressas) finalizadas serão enviadas pelo sistema Comunica, e o demandante receberá o material no e-mail cadastrado no sistema.

Parágrafo único. Materiais de divulgação institucional disponíveis no almoxarifado só poderão ser retirados mediante autorização da SECOM.

#### Seção IV

##### Campanhas de Comunicação

Art. 50. Entende-se por campanha um conjunto de ações desenvolvidas para divulgar um tema específico e que atendem ao mesmo objetivo de comunicação.

Art. 51. Uma campanha diferencia-se dos demais produtos pela duração e abrangência, maiores do que o observado em ações de comunicação pontuais e isoladas. Além disso, costumam possuir identidade visual própria, um mote/slogan, calendário pré-definido e um tema motivador.

Art. 52. As campanhas desenvolvidas pela SECOM podem ser de três tipos:

I - campanha de comunicação interna: direcionada à comunidade acadêmica da UNILA, ou a parte dela;

II - campanha de comunicação externa: direcionada ao público que não faz parte da comunidade acadêmica da UNILA;

III - campanha de comunicação mista: engloba os dois públicos descritos acima.

Art. 53. As campanhas, independentemente do tipo, também podem ser fixas, realizadas anualmente, ou pontuais, conforme necessidades identificadas em um dado momento.

Art. 54. Podem sugerir temas para possíveis campanhas: docentes, discentes e servidores técnico-administrativos da UNILA.

Art. 55. Caberá à equipe da SECOM definir quais demandas serão atendidas, de acordo com a relevância da sugestão em relação aos interesses da UNILA, a disponibilidade da equipe para executá-la e a disponibilidade no cronograma anual de campanhas institucionais já consolidadas.

Art. 56. As solicitações e/ou sugestões devem ser encaminhadas por meio do sistema Comunica (<https://comunica.unila.edu.br/>) conforme abaixo:

I - campanhas internas: escolher a categoria "La Semana / Com. Interna";

II - campanhas externas ou mistas: escolher a categoria "Sugestão de Pauta".

§ 1º Exceto em casos excepcionais, será trabalhada apenas uma campanha interna por mês, no informativo La Semana Unilera.

§ 2º As solicitações de campanha serão atendidas em um prazo de até quatro semanas.

Art. 57. Dentro do prazo de duas semanas, em reunião com o demandante, serão apresentados o conceito e o planejamento da campanha. Nesse momento, serão levadas em conta sugestões e considerados possíveis ajustes.

§ 1º No tempo restante, até o final do prazo máximo de quatro semanas, serão criadas as peças necessárias à campanha e terá início a sua divulgação. Esta se estenderá pelo tempo previsto no planejamento, a fim de cumprir seus objetivos de comunicação.

§ 2º O prazo de execução será contabilizado a partir do envio completo das informações solicitadas pela Secretaria de Comunicação Social.

Art. 58. As campanhas devem ser trabalhadas em conjunto com os demandantes – estes serão os responsáveis por suprir a equipe de comunicação com as informações técnicas do conteúdo que conterà na campanha.

#### Seção V

##### Produtos Audiovisuais

Art. 59. Entende-se por produtos audiovisuais os conteúdos produzidos por meio de vídeo, foto e áudio, para potencializar a divulgação dos conteúdos e ações desenvolvidas na Universidade.

Art. 60. São produtos audiovisuais sob responsabilidade da SECOM:

I - programa "Charla";

II - programa "Fator ciência";

III - programa "¿Qué Pasa?";

IV - série "Desafio 60 segundos";

V - webséries;

VI - cobertura fotográfica;

VII - conteúdo audiovisual para mídias sociais;

VIII - podcast "Unilacast";

IX - produção de vídeos específicos.

Art. 61. A Seção de Audiovisual administra os seguintes canais:

I - Canal no Youtube;

II - Tiktok (@unilatok);

III - Podcast Unilacast nas plataformas Anchor, Spotify e Deezer.

Art. 62. As solicitações e/ou sugestões devem ser encaminhadas por meio do sistema Comunica (<https://comunica.unila.edu.br/>), na categoria “Audiovisual”.

Art. 63. Os prazos e pré-requisitos para atendimento das solicitações de produtos audiovisuais são:

I - cobertura fotográfica:

a) a solicitação deverá conter as seguintes informações detalhadas: nome e contato do responsável pela solicitação; data; local; e número de participantes previstos;

b) o prazo para solicitação do serviço é de 2 dias úteis de antecedência.

II - vídeos para produtos já estabelecidos:

a) a solicitação deverá conter as seguintes informações detalhadas: nome e contato do responsável pela solicitação; data; local; nome; e minicurriculo dos participantes;

b) o prazo para solicitação é de 10 dias úteis de antecedência.

III - produção de vídeos:

a) a solicitação deverá conter as seguintes informações detalhadas: nome e contato do responsável pela solicitação; descrição do projeto/ação; objetivo; público a quem se destina (comunidade interna e/ou externa); data; local; periodicidade; número de participantes previstos; e conteúdo do material;

b) o prazo para solicitação é de 30 dias úteis de antecedência.

## Seção VI

### Comunicação Digital

Art. 64. Entende-se por Comunicação Digital as estratégias desenvolvidas pela SECOM, utilizando-se de canais e plataformas digitais, para ampliar a divulgação e a construção da imagem institucional da UNILA, de forma ágil e transparente, em consonância com a missão, visão e valores da SECOM e da Universidade.

Art. 65. A Divisão de Comunicação Digital administra os seguintes canais:

I - portal institucional ([portal.unila.edu.br](http://portal.unila.edu.br));

II - mídias sociais: Instagram (@instaunila), Facebook (unila.oficial), Twitter (@unila) e LinkedIn.

Art. 66. As solicitações de divulgação e/ou sugestões de conteúdos devem ser encaminhadas por meio do sistema Comunica (<https://comunica.unila.edu.br/>), nas categorias “Atualizações do site” ou “Mídias Sociais”.

### Subseção I

#### Mídias Sociais

Art. 67. Nas mídias sociais oficiais, podem ser veiculados conteúdos produzidos pela própria equipe da SECOM ou sugeridos por membros da comunidade acadêmica (tais como discentes, docentes, TAEs e terceirizados) ou da comunidade externa.

Parágrafo único. Caberá à SECOM decidir a pertinência do tema, a mídia a ser utilizada, a linguagem, o uso de imagens e de outros elementos visuais (como emojis, hyperlinks, hashtags, etc), a partir da análise do conteúdo e do público a quem se destina.

Art. 68. Os pré-requisitos para as solicitações de divulgação nas mídias sociais, pelo sistema Comunica, são:

I - informações gerais da publicação;

II - informações detalhadas da publicação;

III - data e hora (se houver);

IV - inserir todos os anexos da publicação (links, fotos ou layouts).

§ 1º As informações principais devem ser enviadas em texto sem formatação, não sendo aceitas informações que forem encaminhadas apenas em imagem.

§ 2º A equipe da SECOM poderá alterar a imagem encaminhada ou criar nova imagem, caso julgue necessário.

§ 3º As sugestões serão avaliadas, pela equipe da SECOM, de acordo com critérios como abrangência, atualidade, urgência, interesse do público, publicidade, entre outros.

Art. 69. O prazo para solicitação de postagens nas mídias sociais é de, no mínimo, 2 dias úteis, quando o material já tiver imagem para divulgação.

Art. 70. Em caso da necessidade de produção de layout ou readaptação, o prazo é de, no mínimo, 5 dias úteis.

Art. 71. Os prazos acima não consideram o planejamento de campanhas internas, externas ou mistas, que seguem um cronograma específico conforme

detalhado na Seção IV – Campanhas de Comunicação.

## Subseção II

### Portal Institucional

Art. 72. A SECOM é responsável pela gestão macro do Portal (<https://portal.unila.edu.br>), cuidando da arquitetura de informações, da padronização de estilos, linguagens e navegabilidade, e atentando-se às *landing pages* (páginas internas) de temas estratégicos, como páginas de ingresso, páginas de portfólio de cursos de graduação e pós, páginas institucionais, entre outras.

Art. 73. A gestão de conteúdos específicos do portal institucional é descentralizada, ou seja, cada macrounidade deve indicar os servidores responsáveis pela inserção e atualização de conteúdos, da seguinte forma:

1. para cada macrounidade, a liberação de no mínimo dois e no máximo três gestores de conteúdo, podendo ser analisados casos excepcionais que necessitem de mais pessoas cadastradas;
2. para os cursos de graduação e pós-graduação, a designação de ao menos um servidor responsável por curso. É permitido que a mesma pessoa seja gestora de conteúdo em mais de um curso.

Parágrafo único. A área deverá observar o revezamento das férias dos gestores de conteúdo designados.

Art. 74. Em casos de ausência de gestor de conteúdo designado, as solicitações de atualização no portal podem ser encaminhadas pelo sistema Comunica (<https://comunica.unila.edu.br/>), através da categoria “Atualizações do site”.

Art. 75. Cabe à SECOM liberar o acesso aos servidores de outras unidades administrativas e acadêmicas que atuarão como gestores de conteúdo em suas respectivas unidades, bem como oferecer suporte técnico e esclarecimento de dúvidas.

Art. 76. A liberação de acesso de gestores de conteúdo é realizada mediante envio de e-mail, por parte da chefia máxima da macrounidade, para [site@unila.edu.br](mailto:site@unila.edu.br), informando os dados do servidor e em qual pasta ele deverá ser adicionado.

Parágrafo único. Ao fazer a solicitação de uma nova liberação, o gestor da unidade deve avaliar se há necessidade de remoção ou atualização de servidores anteriormente cadastrados.

Art. 77. O Portal UNILA é estruturado por pastas, ou seja, cada unidade administrativa, instituto ou órgão suplementar tem a sua pasta, e dentro dela estão todas as páginas, capas e arquivos correspondentes. Dessa forma, o servidor terá permissão para edições apenas para a pasta ao qual foi liberado.

Art. 78. O gestor de conteúdo indicado, ao receber o login e senha e as instruções de gestão do Portal, deverá assinar um termo de responsabilidade e será orientado a:

- I - não repassar a senha pessoal a terceiros, ficando responsável por toda alteração realizada;
- II - não alterar conteúdos que não sejam da respectiva unidade e/ou que não estejam sob responsabilidade do servidor;
- III - informar a SECOM quando a publicação dos conteúdos da unidade não estiver mais sob sua responsabilidade.

Art. 79. O servidor designado para a função é responsável por todo e qualquer conteúdo por ele publicado quanto à veracidade da informação, bem como os direitos de propriedade intelectual e outros direitos necessários do conteúdo a ser publicado no site institucional, bem como quanto às implicações legais e morais de sua eventual publicação.

Art. 80. A SECOM poderá, a qualquer tempo, realizar alterações em quaisquer páginas do site, ainda que estas disponham de gestor indicado, caso detecte incoerências, informações ou formatações fora dos padrões utilizados no Portal.

Art. 81. Os pré-requisitos para as solicitações de atualização do site, pelo sistema Comunica, são:

- I - compartilhar informações detalhadas sobre a necessidade;
- II - incluir textos, hiperlinks e conteúdos a serem acrescentados ou alterados;
- III - indicar a URL da página para qual a solicitação está sendo cadastrada.

§ 1º O demandante pode enviar solicitações para atualização de páginas estáticas, pequenas alterações estruturais ou orientação técnica sobre o site.

§ 2º É de responsabilidade do demandante todo o conteúdo alterado, desde suas implicações práticas e/ou legais.

Art. 82. As sugestões serão avaliadas, pela equipe da SECOM, de acordo com critérios técnicos do portal – tais como usabilidade, navegabilidade, escaneabilidade, legibilidade e segurança da informação, entre outros – e pela relevância para a comunidade acadêmica e os públicos externos da Universidade.

Art. 83. O prazo mínimo para solicitação de alterações textuais, em páginas já prontas do Portal, é de 2 dias úteis.

Art. 84. Em demandas que envolvam criações ou mudanças em layouts de capas, páginas e menus do Portal UNILA, o prazo passa por uma avaliação técnica, e o solicitante será informado sobre a possibilidade de atendimento e estimativa de tempo necessário, considerando:

- I - Orientação técnica (facilitar a compreensão do Manual de Gestores do Portal e dar apoio em dificuldades técnicas de uso do Plone) - até 2 dias úteis;
- II - Ajustes no menu lateral (realizar divisões no menu lateral, à esquerda da página) - até 15 dias úteis;
- III - Criação de novas páginas - até 20 dias úteis, ressalvadas as páginas com tradução;
- IV - Desenvolvimento de capas (entende-se por capa um item disponível no Plone que tem mais ferramentas de edição e, conseqüentemente, uma melhor disposição do conteúdo e estética, a exemplo das páginas iniciais de cada macrounidade, instituto, curso de graduação) - até 30 dias úteis;



V - Revisão de layout de capas (permite a retirada ou inserção de conteúdo: troca de imagens; melhoria no fluxo da informação disponível) - até 15 dias úteis;

VI - Consultoria (atendimento aos gestores de conteúdo das áreas e envolve orientações para andamento de trabalhos mais complexos, que vão além de ajustes rotineiros – textos, arquivos, imagens) - até 30 dias úteis.

§ 1º Os prazos acima podem sofrer alterações em caso de férias dos(as) servidores(as) responsáveis. Neste caso, o(a) solicitante será informado(a).

§ 2º Para serviços não previstos acima, a SECOM tem autonomia para avaliar a demanda, verificar a necessidade e propor um prazo para atendimento.

Art. 85. Páginas que necessitem de tradução de conteúdo poderão ser atualizadas conforme os seguintes critérios:

I - O demandante deverá consultar a SECOM sobre a possibilidade de tradução, considerando as demandas anteriores em espera e a relevância da página dentro do Portal;

II - O conteúdo a ser traduzido é de responsabilidade do(a) demandante;

III - O prazo para este serviço será definido pelo Gabinete da Reitoria, unidade responsável pela tradução, por demanda.

Art. 86. A SECOM não é responsável pela atualização do Portal de Documentos da UNILA, cabendo às respectivas unidades publicarem as informações.

Parágrafo único. As sugestões de melhoria e solicitações de manutenção ao Portal de Documentos podem ser realizadas através do sistema Comunica (<https://comunica.unila.edu.br/>), na categoria “Atualizações do site”. Porém, a SECOM fará a transferência da demanda para o setor de Tecnologia da Informação, para análise e devidos encaminhamentos.

### CAPÍTULO III

#### DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 87. Além dos canais oficiais aqui mencionados, existem outros canais digitais que são criados e mantidos por setores, cursos ou projetos da UNILA. Estes, porém, são de responsabilidade de seus criadores, não representando a instituição oficialmente.

Art. 88. Ao cadastrar a demanda no sistema Comunica, o solicitante concorda com os termos desta Normativa, e todas as informações fornecidas são de inteira responsabilidade do demandante.

Art. 89. A SECOM reserva-se o direito de recusar solicitações que não atendam aos requisitos de prazo e de informações necessários para divulgação.

Art. 90. Outras solicitações, que não constam na presente normativa, também devem ser cadastradas por meio do sistema Comunica (<https://comunica.unila.edu.br/>), através da categoria mais adequada ao assunto:

I - artes gráficas;

II - atualizações do site;

III - audiovisual;

IV - divulgação de evento;

V - la semana / com. interna;

VI - mídias sociais;

VII - sugestão de pauta.

Art. 91. Não serão consideradas demandas encaminhadas por e-mail ou qualquer outro meio que não o sistema Comunica.

Art. 92. Casos omissos serão avaliados pela equipe da SECOM.

Art. 93. Ficam revogados os atos normativos abaixo:

I - Instrução Normativa SECOM nº 01/2016, publicada no Boletim de Serviço Nº 197, de 18 de março de 2016;

II - Instrução Normativa SECOM nº 02/2016, publicada no Boletim de Serviço Nº 219, de 5 de agosto de 2016;

III - Instrução Normativa SECOM nº 01/2017, publicada no Boletim de Serviço Nº 271, de 7 de julho de 2017;

IV - Portaria SECOM nº 01, de 9 de novembro de 2018, publicada no Boletim de Serviço Nº 399, de 9 de novembro de 2018.

Art. 94. Esta Instrução Normativa entra em vigor em 01 de julho de 2022.

RAMON FERNANDES LOURENCO

**Observações:**

[Retificada no Boletim de Serviço nº 100, de 02 de Junho de 2022.](#)