



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

INSTRUÇÃO NORMATIVA Nº 1, DE 26 DE MAIO DE 2025

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

A **Secretaria 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 no Boletim de Serviço nº 73, de 21 de agosto de 2020, e considerando o Regimento Interno da Secretaria de Comunicação Social, aprovado pela Resolução CONSUN nº 23, publicada no Boletim de Serviço nº 224, de 12 de dezembro de 2024, resolve:

Art. 1º Estabelecer os procedimentos e critérios para a solicitação, por parte da comunidade universitária, dos seguintes serviços:

- I - Divulgação de evento/curso;
- II - Divulgação de edital;
- III - Divulgação de informes internos;
- IV - Sugestão de pauta;
- V - Produção de artes gráficas;
- VI - Sugestão de pauta audiovisual;
- VII - Consultoria para ações de divulgação.

§ 1º Entende-se por serviços de comunicação aqueles que estão disponíveis via plataforma de serviços e que podem ser demandados por toda a comunidade universitária.

§ 2º Os serviços da SECOM podem ser consultados na seguinte 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, canais, produtos e projetos de comunicação da Universidade, em consonância com a missão, a visão e os valores institucionais:

- I - Missão: Fortalecer a identidade e a imagem da UNILA a partir de ações de comunicação institucional, comunicação pública e divulgação científica, que promovam o diálogo e a difusão do conhecimento com seus diversos públicos;
- II - Visão: Ser unidade estratégica e de referência em comunicação institucional e pública e em divulgação científica, atuando de forma integrada e democrática, com o objetivo de contribuir para os processos de integração latino-americana e para o aprofundamento dos vínculos da Universidade com a comunidade universitária, local, regional e internacional.

Art. 3º São canais de comunicação sob responsabilidade da SECOM:

- I - Seção de notícias do Portal UNILA;
- II - Agenda de eventos do Portal UNILA;
- III - Seção de informes do Portal UNILA;
- IV - Destaques do Portal UNILA;
- V - Portal Espaço Ciência;
- VI - Portal Internacional;
- VII - Informativo La Semana Unilera (LSU);
- VIII - Boletim Unile-se;
- IX - WebTV UNILA;
- X - UNILACast (plataforma online de reprodução de áudios);
- XI - Mídias sociais oficiais.

Parágrafo único. Os canais da SECOM podem ser consultados na seguinte página: <https://portal.unila.edu.br/secom/canais-da-secom>

Art. 4º A SECOM é a unidade responsável pela arquitetura da informação e pela padronização da identidade visual do Portal Institucional (<https://portal.unila.edu.br>), além de ser responsável pela supervisão do conteúdo das páginas.

Art. 5º A SECOM poderá, a qualquer tempo, solicitar alterações em quaisquer páginas do Portal Institucional, ainda que estas disponham de gestor indicado, caso detecte incoerências e informações ou formatações fora dos padrões utilizados.

Art. 6º A SECOM trabalha na produção de conteúdo midiático em diferentes formatos e editoriais e com base na perspectiva da comunicação estratégica e integrada. Sua atuação abrange os eixos da comunicação institucional, comunicação pública e divulgação científica, envolvendo áreas como jornalismo,

assessoria de imprensa, comunicação interna, publicidade, relações públicas, mídias digitais, design gráfico e produção audiovisual. O objetivo é alcançar os diversos públicos da instituição por meio de veículos, produtos e ações de comunicação da Universidade.

Art. 7º Os produtos de comunicação sob responsabilidade da SECOM incluem boletins, portais, campanhas, banco de imagens, colunas, notícias, releases, materiais de divulgação, revistas, vídeos e webséries.

Parágrafo único. Os produtos da SECOM podem ser consultados na seguinte página: <https://portal.unila.edu.br/secom/produtos-da-secom>

Art. 8º A SECOM reserva-se o direito de criar e desenvolver projetos estratégicos de comunicação, que podem ser realizados no âmbito da extensão, caso envolvam a participação discente; ou por meio de outras fontes de fomento interno e externo para projetos no eixo da comunicação. Cada projeto possui um período de realização e pode ser coordenado por integrantes da equipe, desde que alinhado às diretrizes institucionais e aprovado pela macrogestão da unidade.

Parágrafo único. Os projetos desenvolvidos podem convergir ou se tornarem produtos ou canais da SECOM.

Art. 9º A SECOM poderá criar ou extinguir serviços, projetos, canais ou produtos, à medida que considerar necessário, observando sempre o alinhamento com as diretrizes institucionais e o planejamento estratégico de comunicação.

Art. 10. Cabe à SECOM a definição do canal de comunicação 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.

Parágrafo único. A publicação nos canais oficiais da UNILA é de responsabilidade da equipe de profissionais de comunicação lotados na SECOM. Portanto, todos os conteúdos oriundos dos serviços disponíveis são veiculados conforme os fluxos internos estabelecidos pelo setor.

Art. 11. A comunicação pública compreende conteúdos produzidos e/ou difundidos com perspectiva voltada ao interesse público e coletivo, e o acesso da sociedade a essas informações é fundamental para o desenvolvimento e o exercício da cidadania. Como instância gestora da comunicação pública da UNILA, a SECOM contribui para a divulgação das atividades da instituição, tanto as da gestão universitária quanto as da comunidade acadêmica. A SECOM é o principal instrumento de divulgação da agenda pública da instituição, uma vez que atua para a difusão e legitimação do conhecimento histórico, cultural, tecnológico e científico, contribuindo para o diálogo com as diversas comunidades com as quais se relaciona.

Art. 12. As pautas e demandas de divulgação devem, prioritariamente, estar relacionadas ao ensino, à pesquisa, à extensão e a assuntos institucionais, sempre em consonância com a missão, a visão e os valores da UNILA ou com temas pertinentes à Universidade.

Parágrafo único. Poderão ser divulgados conteúdos não diretamente relacionados a atividades da Universidade, desde que sejam relevantes para a comunidade acadêmica e para os públicos externos a ela relacionados, e em alinhamento às editorias dos canais de comunicação sob gestão da SECOM.

Art. 13. Não serão divulgados conteúdos:

- I - com caráter político-partidário, de representação de classe, trabalhista, sindical, eleitoral ou comercial;
- II - de interesse individual ou de promoção pessoal;
- III - que possam ser ofensivos ou ilegais, de acordo com os princípios que regem o serviço público.

Art. 14. A produção de notícias e o atendimento às demandas de divulgação serão realizados conforme critérios de noticiabilidade, considerando que:

- I - nem todo e qualquer acontecimento pode ser notícia;
- II - há limitação de espaço nos veículos informativos;
- III - a produção de conteúdo está condicionada à disponibilidade de recursos humanos, tempo hábil, materiais, equipamentos e infraestrutura.

Art. 15. As sugestões de pauta e demandas de divulgação serão avaliadas de acordo com os seguintes critérios de noticiabilidade:

- I - Amplitude: entendendo-se como o número de pessoas envolvidas no fato;
- II - Novidade: acontecimentos que ocorreram pela primeira ou pela última vez;
- III - Notabilidade: refere-se à cobertura de acontecimentos visíveis e tangíveis;
- IV - Atualidade: além da sintonia com a relevância no presente, o tempo também pode servir de justificativa para relembrar um determinado assunto do passado, a exemplo das datas comemorativas;
- V - Desenvolvimento social e/ou inovação: entendendo-se como fatos/estudos/produtos/ações que apresentem transformação/evolução;
- VI - Notoriedade e ação: quando as ações daqueles que ocupam cargos de autoridade afetam um grande número de pessoas ou impactam determinados temas institucionais. A notoriedade também pode ser voltada a profissionais renomados com expertise em assuntos específicos. Importante ressaltar que, necessariamente, será considerado o princípio da impessoalidade;
- VII - Proximidade: refere-se à proximidade entre o fato e o público, tanto em aspectos geográficos como culturais.
- VIII - Relevância: entendida como a capacidade de o acontecimento incidir ou ter impacto sobre a vida das pessoas ou das comunidades;
- IX - Repercussão: entendida como o que se produz ou acontece envolvendo a UNILA e que repercute na mídia e na comunidade, e vice-versa;
- X - Utilidade/serviço: conteúdos científicos e educativos, de utilidade pública e que afetam a comunidade interna e do entorno.
- XI - Conjuntura: temas de relevância em debate na sociedade e que podem ter contribuição de especialistas da Universidade.

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

§ 2º Cabe à equipe da SECOM decidir quais demandas serão atendidas conforme os critérios de noticiabilidade e, ainda, avaliar se haverá tempo hábil ou disponibilidade de recursos humanos ou materiais para a produção do conteúdo.

Art. 16. As demandas de divulgação e sugestões de pauta podem ser solicitadas por discentes e servidores docentes e técnico-administrativos.

Art. 17. Todas as solicitações e/ou sugestões devem ser encaminhadas por meio da plataforma de serviços da UNILA.

Art. 18. A SECOM poderá, a qualquer tempo, requerer esclarecimentos aos demandantes sobre as solicitações encaminhadas.

§ 1º Quando necessário, a equipe entrará em contato para esclarecer dúvidas ou solicitar mais informações.

Art. 19. 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. 20. A SECOM reserva-se o direito de fazer alterações nos conteúdos encaminhados e de definir formatos e canais de divulgação, no intuito de tornar a comunicação pública da instituição mais assertiva.

Art. 21. 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. 22. Qualquer decisão a respeito da produção de conteúdos é de exclusiva responsabilidade da SECOM, com base na compreensão técnica de seu quadro e considerando os critérios estabelecidos nesta Normativa.

Art. 23. O Portal Institucional da UNILA é uma ambiência digital que contempla o funcionamento da Universidade e que veicula informes e notícias cujos registros salvaguardam a memória da instituição. Portanto, informes e notícias já publicados não podem ser total ou parcialmente excluídos.

Art. 24. A SECOM possui a prerrogativa e o dever de realizar a comunicação pública da Universidade, com ou sem solicitação de serviços sob demanda.

Art. 25. O banco de imagens da SECOM possui como finalidade a divulgação científica, institucional e acadêmica. Considerando que os registros são realizados em atividades e espaços públicos, não há qualquer tipo de restrição quanto a seu uso por esta Secretaria.

§ 1º Para imagens provenientes de ensaios fotográficos para campanhas publicitárias, deverá ser emitida uma declaração de cessão de direitos de imagem para os participantes.

§ 2º Todas as imagens do banco de imagens da SECOM a serem utilizadas por terceiros, sendo eles membros das comunidades interna ou externa, devem ser creditadas considerando a autoria da SECOM.

§ 3º As fotografias do banco de imagens oriundas de coberturas ou de sessão fotográfica podem ser usadas por esta Secretaria em diferentes produtos e contextos.

Art. 26. Terão cobertura jornalística da SECOM apenas os eventos institucionais de grande alcance de público, que sejam promovidos ou apoiados pela Reitoria ou que estejam previstos em calendário acadêmico.

Art. 27. A equipe da SECOM possui autonomia para cobrir quaisquer atividades realizadas na instituição. As restrições na cobertura de alguma atividade devem ser comunicadas previamente para avaliação da Secretaria, evitando constrangimento ou censura de suas funções.

CAPÍTULO II DOS SERVIÇOS

Seção I Divulgação de evento/curso

Art. 28. Será realizada a divulgação de evento/curso que seja organizado ou apoiado oficialmente pela Universidade, ou então que seja sediado na UNILA.

Art. 29. A divulgação de eventos organizados na Universidade implica a veiculação prévia de informações sobre a atividade, tais como local, data, programação, inscrições e temática, com o objetivo de mobilizar públicos para a sua participação.

Art. 30. A solicitação deve ser feita com, no mínimo, 3 (três) dias úteis de antecedência em relação à data de realização do evento/curso, ou ao início do período de inscrições, quando for o caso.

Art. 31. Após o recebimento da solicitação, será avaliada a noticiabilidade do evento/curso para conteúdos de cobertura, conforme disposto nos artigos 13, 14 e 15. A realização da atividade poderá ser pautada em produtos e canais de comunicação, conforme análise e disponibilidade da equipe de profissionais desta Secretaria.

Art. 32. O solicitante deverá encaminhar todas as informações necessárias para a divulgação do evento/curso, incluindo data, horário, local, breve descrição, prazos, material de divulgação e link para inscrições, quando houver.

Art. 33. Somente eventos/cursos vinculados à instituição serão divulgados nos canais oficiais da UNILA.

Parágrafo único. Eventos/cursos externos — não organizados pela UNILA nem realizados em suas dependências — poderão ser divulgados na editoria “Fique por dentro”, do informativo La Semana Unilera, desde que considerados relevantes para a comunidade acadêmica.

Art. 34. Cabe à equipe da SECOM analisar os formatos, as editoriais e os veículos/canais de comunicação adequados para a divulgação do evento/curso, incluindo a demanda de assessoria de imprensa para o evento.

Seção II Divulgação de editais

Art. 35. Será realizada a divulgação de editais de diversas naturezas, tais como processos seletivos, concursos e assistência estudantil, além de oportunidades de fomento para o ensino, a pesquisa, a cultura e a extensão.

Art. 36. As solicitações devem ser encaminhadas por meio da plataforma de serviços, com, no mínimo, 3 (três) dias úteis de antecedência em relação à data de publicação do edital.

Art. 37. A equipe da SECOM analisará os formatos e os veículos/canais de comunicação mais adequados para a divulgação de editais, considerando o tipo de edital, o público-alvo e as informações necessárias à divulgação.

Art. 38. Editais voltados somente ao público interno serão encaminhados para divulgação no informativo La Semana Unilera.

Seção III Divulgação de sugestão de pauta

Art. 39. As sugestões de pauta resultam em conteúdos noticiosos, textuais ou audiovisuais, como matérias jornalísticas, reportagens, notas, entre outros, veiculados pelos canais oficiais da Universidade, em diferentes locais (como área de notícias, agenda de eventos ou blocos de destaque), de acordo com proposição ou avaliação da equipe da SECOM.

Art. 40. As solicitações e/ou sugestões devem ser encaminhadas com antecedência, por meio da plataforma de serviços.
Parágrafo único. Todas as informações devem ser destacadas no campo "Detalhes sobre a pauta".

Art. 41. As sugestões serão semanalmente analisadas pela equipe da SECOM, que, com base nos critérios de noticiabilidade descritos nos artigos 13, 14 e 15, definirá os formatos e os veículos/canais de comunicação adequados.

Art. 42. Textos encaminhados nos pedidos de publicação noticiosa e que venham a ser utilizados para a produção das reportagens poderão ser editados pela equipe de jornalistas, para adequação aos critérios e à linguagem jornalística, sem prejuízos ao conteúdo.

Art. 43. 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 da matéria.

Art. 44. O uso de fotos, vídeos, tabelas e ilustrações nos textos jornalísticos será definido 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 ilustrativos.

Seção IV

Divulgação de informes internos/LSU

Art. 45. Os informes internos poderão ser publicados no Portal da UNILA, veiculados no informativo La Semana Unilera (através do e-mail institucional) e também disparados via grupos de WhatsApp.

Art. 46. As solicitações e/ou sugestões devem ser encaminhadas por meio da plataforma de serviços.

Art. 47. Quando a oportunidade a ser divulgada envolver data de realização e/ou prazo de inscrição, a solicitação deve ser feita com, no mínimo, 3 (três) dias úteis de antecedência.

Art. 48. Os conteúdos também poderão ser compartilhados nas redes sociais (editoria "LSU nas redes" ou outras) e reforçados na tela de avisos do SIG. A divulgação nesses canais complementares ficará a critério da equipe responsável, com base na relevância do tema e na abrangência do público-alvo.

Art. 49. As sugestões enviadas até as 14h poderão ser publicadas na área de informes do Portal da UNILA no mesmo dia útil e enviadas na edição subsequente do LSU.

Parágrafo único. A equipe responsável poderá remanejar a publicação para dias/edições posteriores, dependendo do volume de demandas. Isso será feito apenas quando o prazo da oportunidade permitir, para garantir que a divulgação não seja prejudicada.

Art. 50. Os conteúdos publicados nos veículos de comunicação interna deverão, prioritariamente, estar relacionados com as atividades acadêmicas e institucionais desenvolvidas no âmbito da UNILA. Os informes priorizam assuntos relevantes para o dia a dia da comunidade interna, bem como ações promovidas pelos diferentes setores administrativos e acadêmicos da Universidade.

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. 51. Eventos e oportunidades externas à UNILA não serão publicados na área de informes do Portal da Universidade, mas poderão, a critério da equipe, ser incluídos na editoria "Fique por dentro" do LSU, quando considerados relevantes para a comunidade acadêmica.

Art. 52. O informativo La Semana Unilera compila, em formato de newsletter, o resumo dos informes publicados no Portal da UNILA e é veiculado em dias úteis, no período da manhã, pelo e-mail institucional.

§ 1º. As edições do informativo serão finalizadas no dia útil anterior à veiculação e programadas para o primeiro horário do dia útil subsequente, não havendo, portanto, interstício para incluir atualizações.

§ 2º. As datas de veiculação podem ser modificadas, excepcionalmente, em função de situações específicas relacionadas ao calendário acadêmico ou administrativo e serão comunicadas previamente.

Art. 53. As notas veiculadas pelo La Semana Unilera já estarão previamente publicadas na área de informes do Portal da UNILA (<https://portal.unila.edu.br/informes>), com exceção daquelas que estiverem publicadas na área de notícias ou de editorias especiais que têm seus sítios eletrônicos específicos.

Art. 54. Nas páginas do Estudante (<https://portal.unila.edu.br/estudantes>) e do Servidor (<https://portal.unila.edu.br/servidores>) são disponibilizados os informes gerais e os informes específicos das respectivas categorias, além de links com acesso fácil a informações de interesse desses públicos.

Art. 55. A SECOM publicará apenas notas de pesar relativas a falecimentos de pessoas que sejam membros da comunidade acadêmica da UNILA – estudantes, servidores e funcionários terceirizados vinculados à instituição. As notas são publicadas exclusivamente na página de informes e encaminhadas via LSU.

§ 1º. Na página de materiais internos da SECOM (portal.unila.edu.br/secom/produtos-da-secom/materiais-internos), será disponibilizado um modelo de cartão de condolências, que pode ser usado pela comunidade acadêmica para manifestar apoio e solidariedade a membros internos e externos à instituição.

§ 2º. Casos de grande comoção e que envolvam personalidades ou esferas da sociedade relacionadas à UNILA serão avaliados por esta Secretaria para a manifestação de pesar institucional.

Art. 56. 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. 57. A comunicação interna é responsável pela elaboração do Boletim da Gestão, um compilado de informações e registros sobre as atividades realizadas pela Reitoria e demais macrogestores.

Art. 58. Os textos publicados no Espaço Reitoria e no Boletim da Gestão deverão passar por seleção, edição e revisão por parte da equipe da SECOM, que fará a gestão do conteúdo.

Seção V

Produção de artes gráficas

Art. 59. A elaboração de artes e materiais gráficos poderá ser solicitada à SECOM desde que o conteúdo da demanda esteja relacionado a atividades institucionais da UNILA, formalmente vinculadas a ações administrativas ou de ensino, pesquisa e extensão.

§ 1º. A produção dos materiais gráficos pela SECOM destina-se à difusão em formato digital e/ou impresso, mas não implica a impressão dos materiais.

§ 2º. A UNILA não dispõe de gráfica universitária. A impressão dos materiais deverá ser encaminhada pelas unidades acadêmicas e administrativas com disponibilidade de recursos e mediante a instrução de processo para contratação do serviço de impressão.

§ 3º. Em caso de contrato vigente sob a gestão da SECOM, as regras de uso, o fluxo de demandas e a distribuição das cotas de impressão do contrato ficarão a cargo desta Secretaria, de acordo com os trâmites legais definidos pela Lei de Licitações e conforme a capacidade de atendimento das empresas contratadas.

Art. 60. Serão priorizados os materiais institucionais que divulguem a UNILA em sua totalidade.

Art. 61. Para garantir que os produtos de comunicação institucional estejam de acordo com padrões técnicos da SECOM e com a missão da instituição, serão disponibilizados os serviços de:

I - criação de arte para materiais gráficos digitais e/ou impressos (cartaz, folder, flyer, banner, banner para site, arte para mídias sociais, e-mail marketing e outros);

II - diagramação de publicações institucionais de grande abrangência.

Art. 62. Caberá à SECOM decidir as prioridades, o tipo de material e os formatos a serem produzidos, a partir da análise do projeto a ser divulgado e do público a quem se destina, bem como levando em conta os prazos e o volume de demandas da Secretaria.

Art. 63. Não serão realizadas alterações em artes elaboradas por terceiros.

§ 1º Caso seja utilizada a marca da UNILA, os materiais deverão passar por aprovação da SECOM, mediante cadastro da demanda por meio da plataforma de serviços (comunicação/consultoria > ações de divulgação > aprovação de materiais e uso da marca).

Art. 64. As solicitações e/ou sugestões devem ser encaminhadas por meio da plataforma de serviços.

Art. 65. A solicitação de artes gráficas deverá conter as seguintes informações:

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 a ser impresso, detalhar a especificação do formato gráfico.

§ 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 poderá enviar imagens de referência para auxiliar no processo de criação.

§ 3º Em solicitações de artes gráficas, serão aceitas, no máximo, duas rodadas 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, a adequação do conteúdo para o formato do material final.

Art. 66. Os prazos para atendimento das solicitações de artes gráficas são:

I - criação de arte e produção de material gráfico digital para web e para impressos: até 8 (oito) dias úteis para o envio da arte para aprovação; e 3 (três) dias úteis para a realização de alterações;

II - no caso de materiais para eventos, a solicitação deverá ser feita com, no mínimo, 7 (sete) dias úteis de antecedência da realização do evento.

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

Art. 67. As artes digitais finalizadas, para web ou para impressos, serão enviadas pela plataforma de serviços.

Seção VI

Sugestão de pauta audiovisual

Art. 68. Entende-se por produtos audiovisuais os conteúdos produzidos por meio de vídeo, foto e áudio, para potencializar a divulgação das ações institucionais desenvolvidas na Universidade.

Art. 69. São produtos audiovisuais sob responsabilidade da SECOM:

I - webséries;

II - fotografias para matérias jornalísticas, banco de imagens, publicidade e outros conteúdos da Secretaria;

III - conteúdo audiovisual para mídias sociais;

IV - podcasts;

V - produção de vídeos institucionais;

VI - reportagens;

VII - documentários.

Art. 70. A Divisão de Audiovisual administra os seguintes canais:

- I - WebTV UNILA - Canal oficial da UNILA no YouTube;
- II - UNILACast - Plataforma de reprodução de áudios;
- III - Banco de Imagens.

Art. 71. As solicitações e/ou sugestões devem ser encaminhadas por meio da plataforma de serviços.

Art. 72. A solicitação deve ser feita com, no mínimo, 5 (cinco) dias úteis de antecedência.

Seção VII

Consultoria para ações de divulgação

Art. 73. Com o objetivo de fortalecer a comunicação da UNILA, conectando-a de forma eficaz com seu público e ampliando seu alcance, a SECOM disponibiliza o serviço de consultoria para orientação no planejamento comunicacional da Universidade nas seguintes áreas:

- I - Aprovação de materiais e uso da marca;
- II - Criação de canal no YouTube;
- III - Redes sociais;
- IV - Portal institucional;
- V - Campanhas de sensibilização ou promocionais.

Art. 74. O serviço de consultoria busca apoiar o aprimoramento de ações de divulgação elaboradas por terceiros. A partir das orientações recebidas, o demandante deverá realizar os ajustes necessários.

Art. 75. A consultoria trata apenas de orientação e não implica a produção pela SECOM. Qualquer encaminhamento para colaboração desta Secretaria dependerá de avaliação interna, seguida de registro da demanda nos serviços de divulgação ou produção da SECOM.

Art. 76. As orientações quanto ao uso da marca da UNILA serão de acordo com as regras estabelecidas no Manual de Identidade Visual da Universidade.

§ 1º. A marca da UNILA possui registro no Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) e, por esse motivo, seu uso requer atenção e cuidado.

§ 2º. Nas artes elaboradas por terceiros para divulgação de ações institucionais, a utilização da logo da UNILA deve seguir o manual da marca, e os materiais devem passar por aprovação da SECOM.

§ 3º. O prazo para envio de orientações quanto ao uso do logotipo da UNILA é de até 5 (cinco) dias úteis.

Art. 77. A SECOM disponibiliza equipe para orientar a criação de canais no YouTube, considerando a possibilidade de novos canais geridos por unidades acadêmicas e administrativas.

Art. 78. A consultoria destinada para redes sociais de macrounidades visa orientar um plano de mídia e a identidade visual para esses perfis. O plano de mídia é elaborado pela unidade com orientação da SECOM, e a gestão e a produção de conteúdos para o perfil ficam a cargo da unidade detentora da conta.

Art. 79. Para as modificações no Portal Institucional, após recebimento das orientações e do planejamento, o demandante deverá solicitar apoio à equipe de TI, através de formulário disponibilizado na plataforma de serviços.

Art. 80. Iniciativas de campanhas por terceiros poderão ser orientadas pela SECOM. As solicitações são restritas às macrounidades.

Art. 81. As solicitações de consultoria devem ser encaminhadas por meio da plataforma de serviços.

CAPÍTULO III

DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 82. Além dos canais oficiais aqui mencionados, existem outros canais digitais que são criados e mantidos por setores, cursos ou projetos da UNILA. Esses, porém, são de responsabilidade de seus criadores.

Art. 83. Ao cadastrar uma demanda na plataforma de serviços, o solicitante concorda com os termos desta Normativa, e todas as informações fornecidas são de inteira responsabilidade do demandante.

Art. 84. A SECOM reserva-se o direito de recusar solicitações que não atendam aos prazos ou que estejam incompletas quanto às informações necessárias para a divulgação.

Art. 85. Não serão consideradas demandas encaminhadas por e-mail ou qualquer outro meio que não a plataforma de serviços.

Art. 86. Os prazos acima poderão sofrer alterações em caso de indisponibilidade de equipe, situação em que o(a) solicitante será devidamente informado(a).

Art. 87. Casos omissos serão avaliados pela equipe da SECOM.

Art. 88. Fica revogada a Instrução Normativa SECOM nº 1, de 1º de junho de 2022, publicada no Boletim de Serviço nº 99, de 1º de junho de 2022.

Art. 89. Esta Instrução Normativa entra em vigor em 02 de junho de 2025.

Instrução Normativa nº 1/2025/Secom, com publicação no Boletim de Serviço nº 93, de 27 de Maio de 2025.