



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE DA INTEGRAÇÃO INTERNACIONAL DA LUSOFONIA AFRO-BRASILEIRA

INSTRUÇÃO NORMATIVA REITORIA/UNILAB Nº 01, DE 28 DE MARÇO DE 2025

Dispõe acerca dos procedimentos e critérios para solicitação dos serviços da Secretaria de Comunicação Institucional Secom, da Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira Unilab.

O REITOR DA UNIVERSIDADE DA INTEGRAÇÃO INTERNACIONAL DA LUSOFONIA AFROBRASILEIRA - UNILAB, no uso de suas atribuições legais, de acordo com a Lei nº 12.289, de 20 de julho de 2010, publicada no DOU de 21 de julho de 2010, e o Decreto Presidencial de 05 de maio de 2021, publicado no DOU de 06 de maio de 2021, Edição: 84, Seção 2, Página 1; Considerando o que consta no processo 23282.009214/2023-22, resolve:

Considerando o que consta no processo 23282.009214/2023-22, resolve:

Art. 1º Estabelecer os procedimentos e critérios para solicitação dos serviços da Secretaria de Comunicação Institucional (Secom) da Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira (Unilab), a fim de orientar as unidades administrativas e acadêmicas da Unilab.

CAPÍTULO I
DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

Art. 2º A Secretaria de Comunicação Institucional, órgão administrativo subordinado à Reitoria, em conformidade com o Estatuto, Regimento da Unilab e Regimento Interno da Secom, é responsável por gerir, de forma estratégica, o planejamento e a execução dos serviços de comunicação institucional da universidade. Reconhece-se como missão, visão e valores da Secom:

I - missão: fortalecer a imagem e identidade/marca da Unilab como universidade interiorizada e internacional de valor social, atuando de forma integrada junto aos diversos públicos da comunidade acadêmica e da sociedade, por meio de estratégias e soluções de comunicação diversas que publicizem as ações de ensino, pesquisa e extensão;

II - visão: ser reconhecida como setor estratégico e de referência em comunicação institucional; e

III - valores: integração; cooperação; pluralismo; transparência; autonomia; ética; impessoalidade; eficiência; equidade; atuação estratégica.

Art. 3º Para o cumprimento de suas competências e a execução de suas atividades, a Secom é estruturada, de acordo com seu Regimento Interno, em núcleos chefiados pela Coordenação de Comunicação:

I - Núcleo administrativo;

II - Núcleo de jornalismo;

III - Núcleo de publicidade e programação visual; e

IV - Núcleo de audiovisual.

Art. 4º São canais de comunicação sob gerenciamento da Secom:

I - Portal Unilab (<https://unilab.edu.br/>);

II - E-mail Comunicação (comunicacao@unilab.edu.br)/lista institucional de e-mail;

III - Boletim de Serviço Unilab;

IV - Mídias sociais oficiais (Instagram, Facebook, Youtube e outras);

V - Comunicados enviados pelas listas específicas do sistema SIGAA.

Art. 5º A Secom poderá criar ou extinguir novos canais de comunicação ou produtos à medida que seja necessário, observando sempre o alinhamento com as diretrizes institucionais e o planejamento estratégico de comunicação.

CAPÍTULO II

DOS SERVIÇOS DA SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO

Seção I

Coordenação

Art. 6º São serviços da Coordenação da Secom:

I - organizar e distribuir, de acordo com as sugestões de pauta propostas pelos usuários, atividades entre os diferentes núcleos da Secom;

II - atender pedidos de informação da imprensa corporativa e independente a respeito da Unilab;

III - mediar o pedido de colaboração entre órgãos da imprensa e servidores pesquisadores da Unilab na elaboração de artigos de opinião, concessão de entrevistas e outras atividades da mesma natureza;

IV - propor, desenvolver, implementar e acompanhar a Política de Comunicação da Unilab;

V - propor fluxos internos institucionais para aprimorar a eficiência dos serviços de comunicação;

VI - sugerir, desenvolver e acompanhar a elaboração de campanhas estratégicas para a divulgação da imagem da Universidade, priorizando os eixos de Ensino, Pesquisa, Extensão e Inovação;

VII - enviar, de acordo com o interesse da Universidade e com o apoio da núcleo de jornalismo, releases a respeito de processos seletivos abertos pela Unilab, visando a ampla adesão da sociedade;

VIII - autorizar criação de sites externos institucionais, que serão efetivamente criados pela Diretoria de Tecnologia de Informação - DTI.

Seção II

Administrativo

Art. 7º São serviços do Núcleo Administrativo:

I - atualização de páginas do Portal da Unilab: compreende a solicitação de inserção de informações, abas, organogramas de unidade, bem como demais informações de interesse público que a unidade deva disponibilizar para a comunidade no Portal da Unilab na internet;

II - publicação de documentos no portal da Unilab: consiste na solicitação de publicação de documentos oficiais oriundos das unidades demandantes, tais como editais, processos seletivos e eletivos, portarias, dentre outros, cujas informações de interesse público exigem publicação obrigatória e imediata;

III - publicação de documentos em Boletim de Serviço da Unilab (Edição Ordinária e Extraordinária): consiste na solicitação de publicação de documentos na edição ordinária do Boletim que são publicadas às terças - feiras e sextas - feiras. Solicitações de publicação de Boletim de Serviço Extraordinário deve ser tratado diretamente com a coordenação do Secom;

IV - solicitação de material institucional para eventos acadêmicos: consiste na solicitação de materiais institucionais a serem utilizados nos eventos da Universidade, exemplo: banner, cartazes, pastas, folders, etc;

V - produção de material dos contratos de serviços gráficos: solicitação de produção material institucional para eventos acadêmicos e institucionais de acordo com os contratos de serviços gráficos vigentes, exemplo: banner, cartazes, folders, etc;

VI - organização de demandas e da agenda da Coordenação da Secom;

VII - suporte nas atividades dos núcleos de jornalismo, publicidade e audiovisual da Secom.

Seção III

Jornalismo

Art. 8º São serviços do Núcleo de Jornalismo:

I - notícia jornalística: produção de material noticioso (matérias, reportagens, notas) veiculados no portal da Unilab - prioritariamente sobre ensino, pesquisa e extensão da Unilab - cujo objetivo é repercutir os fatos e eventos da Unilab e contribuir na construção da imagem da universidade;

II - cobertura jornalística: produção de material noticioso (matérias, reportagens, notas) veiculados no portal da Unilab - prioritariamente sobre ensino, pesquisa e extensão da Unilab - cujo objetivo é repercutir os fatos e eventos da Unilab, com a presença do profissional que transmitirá o acontecimento de acordo com as técnicas jornalísticas;

III - envio de comunicado: redação e envio de comunicados/avisos/informes breves e objetivos à comunidade acadêmica da Unilab, divulgando informações do dia-a-dia do ensino, pesquisa e extensão, bem como sobre o funcionamento dos campi, via e-mail e/ou via Sigaa;

IV - atendimento à imprensa/releases: atendimento sob demanda dos veículos de comunicação que desejam informações sobre a Unilab. Envio de releases/sugestões de pauta/comunicação para a imprensa, visando divulgar notícias de interesse da Unilab e de relevância para a comunidade externa;

V - divulgação de atividades acadêmicas: serviço destinado a professores, pesquisadores e servidores técnico-administrativos que desejam a divulgação de trabalhos, pesquisas, eventos e outras atividades desenvolvidas na Unilab. As informações fornecidas são disponibilizadas aos jornalistas, que as avaliam, revisam e encaminham aos veículos adequados (comunicado, notícia no site, mídias sociais);

VI - sugestão de pauta: consiste no envio de sugestões de temas que possam ser desenvolvidos pela comunicação. Esta ação não está exatamente atrelada a um evento para receber cobertura jornalística; e

VII - campanhas de comunicação: conjunto de ações desenvolvidas para divulgar um tema específico e que atendem ao mesmo objetivo de comunicação. 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.

Seção IV

Publicidade e Programação Visual

Art. 9º São serviços do Núcleo de Publicidade e Programação Visual:

I - criação de artes gráficas - impressas: consiste na criação de arte institucional para material impresso (folder, folheto, informativo, banner, cartão de visitas, cartaz, faixas, pastas, bloco, crachá, placas, adesivos, camisas, bottons, entre outros);

II - criação de artes gráficas - digitais: consiste na criação de arte para meios digitais oficiais (portal e redes sociais, como cards, story, capa para Youtube, entre outros), criação de logos setoriais (respeitando o padrão já adotado; orientações sobre o uso da marca Unilab, de acordo com as regras estabelecidas no Manual de Marca da universidade, criação de assinatura digital institucional para o e-mail).

III - diagramação de material institucional: compreende a solicitação de diagramação e programação visual de materiais/documentos oriundos de unidades administrativas e acadêmicas, cujo objetivo seja o envio a órgãos externos, ou disponibilização pública, tais como relatórios, cartilhas, revistas, manuais e outros.

IV - campanhas de comunicação: conjunto de ações desenvolvidas para divulgar um tema específico e que atendem ao mesmo objetivo de comunicação. 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.

Seção V

Audiovisual

Art. 10. São serviços do Núcleo de Audiovisual:

I - cobertura fotográfica: registro e produção fotográfica de atividades e eventos da Unilab. Neste tipo de demanda, um técnico se desloca até o local do evento e realiza a cobertura fotográfica de uma ou mais atividades;

II - produção audiovisual: consiste na produção de conteúdo audiovisual institucional para divulgação nas mídias sociais da Unilab. A Secom realiza criação, captura, edição e divulgação do produto audiovisual. Este serviço segue principalmente um planejamento de produções próprias. A comunidade universitária pode também demandar esse serviço, que será analisado por esse núcleo;

III - transmissão online: consiste no apoio, junto aos demais setores envolvidos, na realização de transmissão ao vivo de eventos realizados pela Unilab em seus canais oficiais, com o objetivo de ampliar o alcance dos seus eventos acadêmicos;

IV - campanhas de comunicação: conjunto de ações desenvolvidas para divulgar um tema específico e que atendem ao mesmo objetivo de comunicação. 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. 11. A Secom não produz nem divulga nos canais institucionais da Unilab os seguintes conteúdos:

I - que não possuem relação direta com as atividades da Unilab ou eventos sediados em outras instituições que não tenham a universidade entre seus organizadores;

II - anúncios com fins comerciais, vendas de produtos e serviços, vagas de emprego e currículos, extravio de documentos e pertences, eventos pagos;

III - conteúdos com violação de normas internas e leis; promoção de atos difamatórios e violentos; incitação de práticas de risco e violação de direitos de propriedade intelectual;

IV - notícias falsas ou ambíguas de modo a induzir a erro;

V - propaganda eleitoral ou infração às normas eleitorais;

VI - atividades referentes a sindicatos ou político-partidárias;

VII - movimentos estudantis e diretórios acadêmicos e associações de estudantes, salvo nos casos em que for solicitado por alguma unidade acadêmica; e

VIII - promoção pessoal ou política dos servidores, docentes e gestores vinculados à Unilab ou terceiros, e emissão de opiniões pessoais.

CAPÍTULO III DA SOLICITAÇÃO DE SERVIÇO

Art. 12. As solicitações de serviços da Secom serão encaminhadas exclusivamente pelos seguintes e-mails:

I - Administrativo: secom@unilab.edu.br

II - Jornalismo: jornalismo.secom@unilab.edu.br

III - Publicidade: publicidade.secom@unilab.edu.br

IV - Audiovisual: audiovisual.secom@unilab.edu.br

V - Boletim de Serviço: boletimdeservico@unilab.edu.br

Art. 13. As solicitações deverão ser enviadas por e-mail institucional (@unilab.edu.br) e serão analisadas pelos profissionais da Secom, segundo critérios técnicos definidos pelo setor. A equipe selecionará a melhor forma de produção e divulgação dos pedidos ou pode optar pela sua não publicação utilizando critérios técnicos de noticiabilidade.

Art. 14. Na solicitação por e-mail o demandante detalhará o serviço, explicitando:

I - a descrição da atividade;

II - os objetivos da atividade;

III - quais as unidades institucionais vinculadas à Unilab envolvidas na atividade;

IV - qual local (presencial) ou canal de transmissão (online) será realizada; e

V - quais os horários da atividade.

CAPÍTULO IV DOS PRAZOS DE ATENDIMENTO

Art. 15. A Secom atenderá às solicitações de serviços de acordo com a ordem de solicitação, podendo recusar as solicitações que não ocorram no prazo determinado.

Art. 16. As solicitações de interesse geral atenderão aos seguintes prazos de solicitação e/ou de entrega, de acordo com as categorias de serviços:

- I - atualização de páginas do Portal da Unilab - prazo de atendimento: até 5 dias úteis;
- II - publicação de documentos Portal da Unilab - prazo de atendimento: até 2 dias úteis;
- III - publicação de Boletim Ordinário - envio de documentos até as 17:00 horas de segunda-feira e quinta-feira (para as edições de terça-feira e sexta-feira respectivamente);
- IV - publicação de Boletim Extraordinário - envio de documentos para e-mail do boletim e comunicação para a Coordenação da Secom com a justificativa da urgência;
- V - material gráfico para eventos institucionais - prazo de atendimento: até 5 dias úteis;
- VI - produção de material gráfico (impressão) - prazo de atendimento: até 30 dias úteis (após a criação das artes pela equipe de Publicidade, caso seja necessário);
- VII - notícia jornalística - prazo de atendimento: até 3 dias úteis;
- VIII - cobertura jornalística - prazo de solicitação: mínimo de 7 dias úteis;
- IX - cobertura jornalística - prazo para publicação da notícia: até 5 dias úteis;
- X - envio de comunicado - prazo de atendimento: até 1 dia útil;
- XI - divulgação de atividades acadêmicas (site) - prazo de atendimento: até 3 dias úteis;
- XII - divulgação de atividades acadêmicas (redes sociais) - prazo de solicitação: até 2 dias úteis;
- XIII - campanhas de comunicação - prazo de atendimento: até 30 dias úteis;
- XIV - texto jornalístico sobre datas comemorativas - prazo de atendimento: até 3 dias úteis;
- XV - atendimento à imprensa - prazo de solicitação: até 5 dias úteis;
- XVI - envio de releases - prazo de atendimento: até 3 dias úteis;
- XVII - diagramação de material institucional - prazo de atendimento: até 30 dias úteis;
- XVIII - criação artes gráficas - impresso - prazo de atendimento: até 5 dias úteis;
- XIX - criação artes gráficas - digital - prazo de atendimento: até 5 dias úteis;
- XX - cobertura fotográfica - prazo de solicitação: mínimo de 7 dias úteis;
- XXI - cobertura fotográfica - prazo para publicação do material: até 3 dias úteis;
- XXII - produção audiovisual - prazo de atendimento: mínimo de 30 dias úteis; e
- XXIII - suporte na transmissão de eventos - prazo de solicitação: mínimo de 10 dias úteis.

Art. 17. Estão previstos, nos prazos de atendimento acima, os seguintes procedimentos:

- I - manifestação de ciência da solicitação de serviço;
- II - envio de questionamentos a respeito da sugestão e pedido de reunião com o requerente;
- III - informe do resultado da apreciação da solicitação; e
- IV - atendimento/entrega dos produtos solicitados.

Art. 18. Pedidos de modificação, edição ou adição de informações às solicitações de serviços, no caso de seu atendimento, não estão inclusos nos prazos descritos acima.

CAPÍTULO V

DAS DIRETRIZES GERAIS

Seção I

Administrativo

Art. 19. A Secretaria de Comunicação da Unilab tem como diretrizes gerais:

I - o site oficial da Unilab é gerido exclusivamente pela equipe da Secom;

II - o site da Unilab segue um formato padrão estabelecido pelo MEC, não sendo possível alterações que não estejam adequadas para este formato;

III - a Secom tem autonomia para decidir formatos e disposições dos conteúdos nas páginas internas do site, suas abas e menus;

IV - solicitação de site externo deve ser enviada à Secom para aprovação, se aprovado, encaminharemos para a Diretoria de Tecnologia da Informação que criará a página dentro dos padrões usuais;

V - a Secom não é responsável pela gestão dos conteúdos de sites externos ao site oficial da Unilab;

VI - publicação de documentos após o horário de expediente da Secom (08:00 às 17:00) e nos finais de semana deve ser tratada diretamente com a Coordenação da Secom, que avaliará solicitação levando em consideração critérios de excepcionalidade e urgência;

VII - publicação de documento em edições extraordinárias do Boletim de Serviço deve ser tratada diretamente com a Coordenação da Secom;

VIII - as listas de discussão em e-mails de técnicos-administrativos e docentes atuam sem qualquer tipo de moderação e não são de responsabilidade da Secom;

IX - a Secom é responsável por gerir os contratos de serviços gráficos da Unilab (materiais de eventos) e seus materiais são itens limitados, pois dependem de recursos orçamentários;

X - as solicitações de impressão de material gráfico dos contratos de serviços gráficos devem ser feitas sempre em nome das unidades administrativas e/ou acadêmicas;

XI - a Secom não realiza serviços de impressão de materiais na sua sala;

XII - os documentos para publicação no site da Unilab devem ser enviados em formato PDF e estar de acordo com as especificações contidas no OFÍCIO-CIRCULAR Nº 13/2023/SGIT-UNILAB enviado em 15/12/2023; e

XIII - os documentos para publicação no Boletim de Serviço sempre devem ser enviados em formato PDF. Não serão aceitos documentos em outros formatos, tais como .html .doc .docx, por exemplo.

Parágrafo único. Na hipótese de criação de sites externos de que trata o inciso V do caput, caberá exclusivamente ao gestor da macrounidade a responsabilidade do conteúdo e documentos inseridos, estando obrigado a observar a legislação pertinente na manipulação de dados, informações e demais materiais produzidos e disponibilizados.

a) A Secom poderá solicitar a revogação do site externo, a qualquer tempo, quando considerado não atendidos os parâmetros previstos para comunicação institucional.

Seção II

Jornalismo

Art. 20. São diretrizes gerais do Jornalismo:

I - os serviços de jornalismo são destinados a atividades com vínculo expresso em ações de ensino, pesquisa ou extensão vigentes na universidade e que atendam ao objetivos institucionais;

II - não serão atendidos pedidos considerados de interesse individual, promoção pessoal ou de caráter comercial;

III - a Secom publicará apenas notas ou notícias que reflitam posicionamento institucional;

IV - a Secom publicará somente notas de pesar relativas a falecimentos de pessoas que sejam membros da comunidade acadêmica da Unilab; sem a veiculação de fatos ou fotos sobre as ocorrências em torno do falecimento;

V - não será realizada cobertura de eventos de cunho administrativo interno, tais como reuniões, encontros, eventos internos setoriais e ações rotineiras dos setores; bem como defesas de TCC, dissertações e teses;

VI - não serão atendidos eventos fora do horário de expediente (segunda a sexta-feira, das 8h às 17h). Levar em conta a jornada de trabalho diária do servidor e seu intervalo mínimo de 1 hora de almoço;

VII - quando a produção for realizada em campi diferente da sede da Secom, o solicitante deve providenciar a solicitação de transporte em veículo oficial para deslocamento dos profissionais e equipamentos envolvidos na produção;

VIII - caso o evento possua várias atividades em sua programação, o solicitante deve indicar qual(is) atividade(s) deseja cobertura, a duração prevista da(s) atividade(s) que deseja com horário de início e fim e o local do evento. A Secom irá analisar quais atividades serão passíveis de cobertura. Quando se tratar de evento estendido por mais de um dia, a Secom realizará a cobertura apenas da cerimônia de abertura e/ou encerramento;

IX - é de inteira responsabilidade do solicitante da matéria jornalística fornecer o conteúdo necessário à Secom para a confecção (Produção) da matéria, ficando a cargo desta secretaria o serviço de checagem de informações e pedido de esclarecimentos de possíveis dúvidas que venham a surgir. A matéria só será produzida quando fornecidas informações suficientes para tal;

X - a linguagem adotada em toda e qualquer matéria originada nesta Secretaria de Comunicação, ainda que nutrida de informações, entrevistas ou fonte oral não especificada, deve seguir os padrões/estilos jornalísticos e da língua portuguesa normativa padrão escrita, conforme dicionário on-line da academia brasileira de letras e referenciados nos manuais de redação;

XI - a Secom se reserva ao direito de ajustar/modificar/reescrever os textos, sempre preservando seu objetivo inicial, adequando-os aos critérios e à linguagem jornalística e ao padrão utilizado pela instituição, sem prejuízo aos conteúdos encaminhados;

XII - 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;

XIII - é de caráter exclusivo da Secom a decisão de produção e estratégia de divulgação dos conteúdos de acordo com critérios jornalísticos. Os critérios jornalísticos de noticiabilidade para avaliação das sugestões de pautas são: impessoalidade; impacto na sociedade e de relevância /abrangência acadêmica, sobretudo no que tange à pesquisa, ensino e extensão; atualidade e ineditismo;

XIV - as demandas para divulgação no site institucional já devem estar divulgadas nas páginas dos setores solicitantes, evitando, desta forma, divulgações equivocadas ou duplicadas, garantindo ao setor responsável a gerência pelo conteúdo. A Secom se responsabiliza em divulgar o link da página onde a demanda foi postada originalmente;

XV - a Secom é o setor responsável pela filtragem, encaminhamento e autorização de publicação de qualquer informação sobre a Unilab para a imprensa; assim como autorizar o ingresso e as reportagens de jornalistas que chegam na Unilab; e

XVI - a Secom deve integrar qualquer comitê de gestão de crise de imagem que venha a ser criado institucionalmente.

Seção III

Publicidade e Programação Visual

Art. 21. São diretrizes gerais da Publicidade e Programação Visual:

I - a solicitação de elaboração de artes deverá estar relacionada com as atividades institucionais da Unilab, formalmente vinculadas a ações de ensino, pesquisa, extensão ou administrativas;

II solicitação de alteração de artes enviadas por terceiros serão analisadas pelo núcleo de Publicidade, ficando a cargo deste núcleo decidir se realiza alguma alteração no material, bem como sua veiculação;

III - caso seja utilizada a marca Unilab, os materiais devem passar por aprovação da Secom;

IV - o envio das informações deverá ser feito de maneira detalhada: nome e contato do responsável pela solicitação; descrição do projeto/ação; objetivo; público a quem se destina (comunidade interna e/ou externa);

V - no caso de evento, informar data, local, periodicidade e número de participantes previstos; conteúdo do material; no caso de material impresso, a tiragem necessária;

VI - 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;

VII - a equipe de Publicidade da Secom não elabora os textos utilizados em suas criações, cabendo ao solicitante esta função, bem como sua correção ortográfica. A origem, autenticidade e veracidade dos dados também são de responsabilidade do requerente;

VIII - nas peças gráficas e digitais criadas pela Secom serão utilizadas, preferencialmente, imagens com direitos livres de uso. Fotos e marcas enviadas pelo solicitante devem obedecer aos critérios de qualidade da arte e terem autorização de uso do autor;

IX - não serão aceitas alterações solicitadas por outras pessoas além do demandante;

X - 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, considerando os prazos próprios dos trâmites legais definidos pelos contratos de serviços gráficos e capacidade de atendimento das empresas contratadas;

XI - o envio de demandas de produção de material publicitário e de comunicação visual para a Secom não obriga o setor a atendê-las, por considerar que o atendimento dos pedidos deve obedecer aos fluxos de produção determinados, à capacidade efetiva do setor e sua relevância e adequação à divulgação plena da Instituição;

XII - a Secom realiza a criação de logos setoriais (respeitando o padrão já adotado). As demais logos passarão por uma análise prévia da Secom para determinar se serão realizadas ou não;

XIII - o uso da marca institucional da Unilab, criada pela Secom, é obrigatório em todos os documentos oficiais e peças de divulgação institucional veiculados nas diferentes mídias. Seu uso e aplicações devem ser preservados e seguir as orientações contidas no Manual da Marca Institucional da Unilab, assegurando-se suas proporções, tipologia e cores (presente no página);

XIV - o serviço de publicidade e programação visual não cria ilustrações e animações;

XV - a Secom não gerencia nem cria artes especificamente para os perfis das redes sociais de outros setores administrativos e acadêmicos da Unilab.

Seção IV

Audiovisual

Art. 22. São diretrizes gerais do Audiovisual:

I - os serviços de audiovisual são destinados a eventos com vínculo expresso em ações de ensino, pesquisa ou extensão vigentes na universidade e que atendam a objetivos institucionais;

II - não serão atendidos pedidos considerados de interesse individual ou promoção pessoal;

III - não será realizada cobertura de eventos de cunho administrativo interno, tais como reuniões, encontros, eventos internos setoriais e ações rotineiras dos setores; bem como defesas de TCC, dissertações e teses;

IV - não serão realizadas produções ou edições de material acadêmico produzido por discentes e docentes (monografia, dissertações etc.), bem como produções específicas para disciplinas ou projetos de extensão;

V - não serão atendidos eventos fora do horário de expediente (segunda a sexta-feira, das 8h às 17h). Levar em conta a jornada de trabalho diária do servidor e seu intervalo mínimo de 1 hora para almoço;

VI - quando a produção for realizada em campi diferente da sede da Secom, o solicitante deve providenciar a solicitação de transporte para deslocamento dos profissionais e equipamentos envolvidos na produção;

VII - caso o evento possua várias atividades em sua programação, o solicitante deve indicar qual(is) atividade(s) deseja cobertura, a duração prevista da(s) atividade(s) que deseja com horário de início e fim e o local do evento. A Secom irá analisar quais atividades serão passíveis de cobertura. Quando se tratar de evento estendido por mais de um dia, a Secom realizará a cobertura apenas da cerimônia de abertura/encerramento;

VIII - a Secom não realiza sonorização, projeção, iluminação, decoração ou organização do ambiente dos eventos;

IX - a Secom não interfere na montagem, operação e qualidade da estrutura de som e imagem dos eventos que estejam sob responsabilidade de empresas terceirizadas ou de outros setores da universidade;

X - a Secom não faz o agendamento com intérpretes e tradutores de Língua Brasileira de Sinais (Libras) para atuação em eventos ou vídeos;

XI - não realiza produção de materiais didáticos para plataformas de ensino à distância ou cursos de formação;

XII - os equipamentos sob responsabilidade da Secom são para uso exclusivo em serviço e não estão à disposição da comunidade acadêmica para empréstimo;

XIII - as imagens são destinadas ao acervo institucional digital, para fins não comerciais;

XIV - não realiza projetos de maior complexidade como filmes de ficção, documentários, animações ou outros formatos, em razão das limitações de equipe e estrutura;

XV - a Secom não realiza cobertura fotográfica de atividades que o objetivo seja somente o registro e arquivamento interno do setor demandante. A cobertura fotográfica deve estar sempre vinculada à um produto comunicacional;

XVI - as imagens produzidas durante a cobertura fotográfica passarão a compor o acervo de imagens da universidade e poderão ser exibidas em peças gráficas, em campanhas para divulgação de serviços à comunidade interna e externa e programações de divulgação de ensino, pesquisa e extensão;

XVII - as fotografias e filmagens feitas são para uso exclusivo nos produtos de comunicação da Secom;

XVIII - A Secom realiza apoio ao serviço de transmissão de eventos online. Como gestora das mídias sociais oficiais da Unilab, é responsável por criar o evento no canal adequado e disponibilizar

códigos de acesso. Todas as orientações e diretrizes sobre o que compete a Secom nesse serviço estão no Guia de Orientação para a Solicitação de Transmissão de Eventos.

XIX - a Secom recebe material colaborativo, como fotografias, para serem incluídas nos materiais de comunicação, porém não são aceitas imagens em baixa qualidade, dentro de documentos em formato word ou PDF, com pessoas fotografadas em situações constrangedoras ou fora de contexto;

XX - a Secom prioriza a divulgação de conteúdo audiovisual produzido pelo núcleo responsável em suas mídias sociais. Materiais de outras origens só serão aceitos em casos excepcionais se julgados pertinentes e seguirem critérios técnicos.

CAPÍTULO VI DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 23. Os casos omissos a esta instrução normativa serão tratados pela Coordenação da Secretaria de Comunicação Institucional (Secom), em conjunto com a Reitoria, à qual esta secretaria encontra-se hierarquicamente subordinada.

Art. 24. Esta Instrução Normativa entra em vigor a partir do dia 2 de maio de 2025.

ROQUE DO NASCIMENTO ALBUQUERQUE
Reitor



Documento assinado eletronicamente por **ROQUE DO NASCIMENTO ALBUQUERQUE, REITOR(A)**, em 31/03/2025, às 17:51, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.unilab.edu.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **1144331** e o código CRC **62B36781**.