

Blog SciELO em Perspectiva

- [Sobre](#)
- [Blog SciELO em Perspectiva | Geral](#)
- [Blog SciELO em Perspectiva | Press Releases e Humanas](#)
- [Envio de convites](#)

Sobre

Equipe

Supervisão:

- [Alex Mendonça](#)

Operacional:

- [Carolina Tanigushi](#)

Estagiária:

- [Sabrina Carmo](#)

Introdução

Este guia de redação dos blogs SciELO em Perspectiva tem a função de compilar diretrizes de publicação dos posts publicados, definindo uma política editorial a ser seguida e divulgada para novos colaboradores.

O blog SciELO em Perspectiva é dividido em três blogs: Geral, Press Releases e Humanas. Cada blog tem um objetivo e conteúdos diferentes.

Objetivos

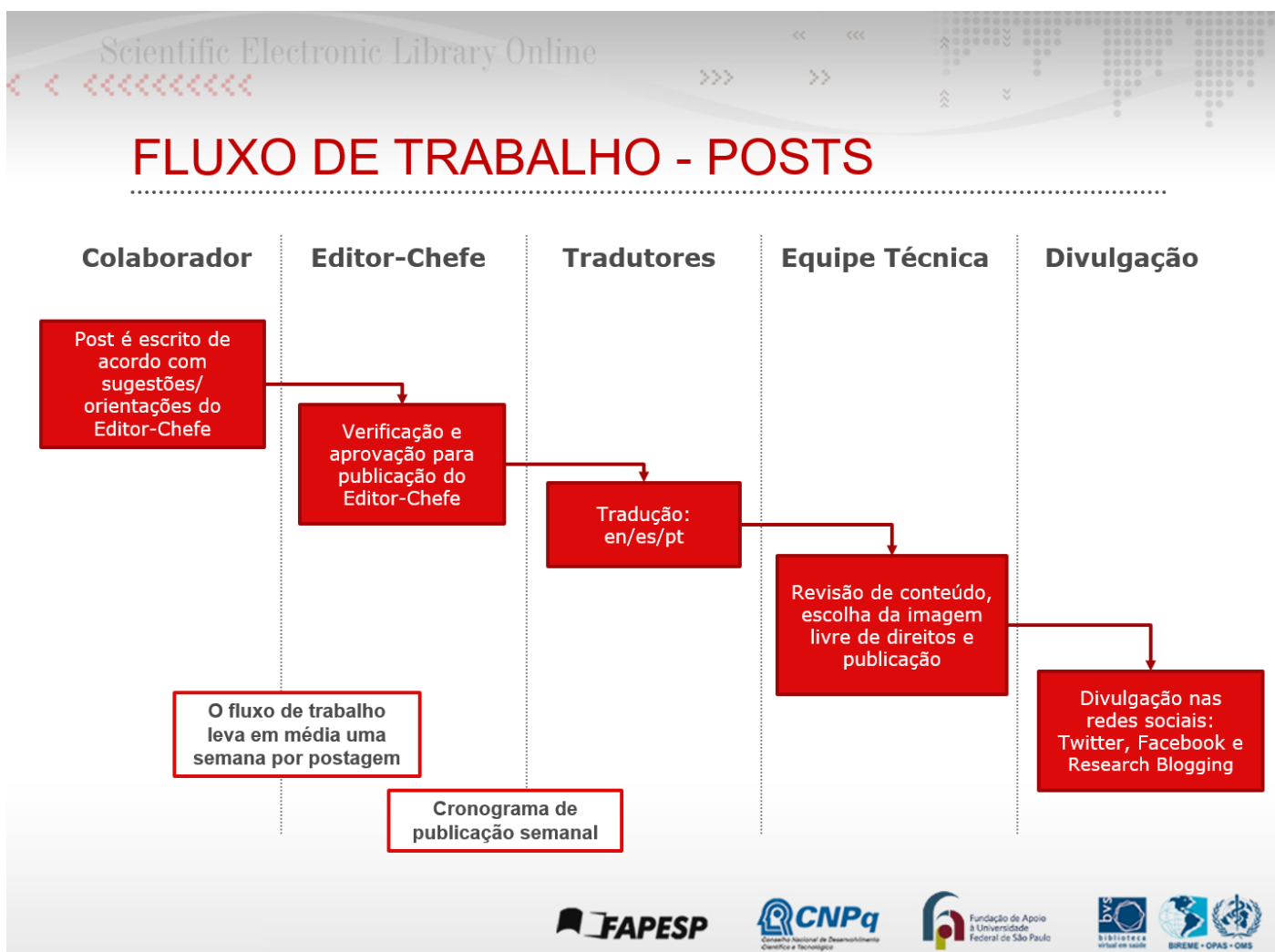
- Compartilhar informação e conhecimento orientado para o desenvolvimento da comunicação científica;
- Apresentar e auxiliar na difusão da evolução do projeto SciELO e da Rede SciELO, bem como dos periódicos indexados;
- Promover mundialmente o movimento de Acesso Aberto em relação ao conhecimento científico;
- Constituir-se como um veículo de referência da comunidade científica relacionada ao SciELO, à comunicação e à avaliação da pesquisa científica.

Fluxo de trabalho - Blog SciELO em Perspectiva | Geral

O Blog SciELO em Perspectiva | Geral tem o seguinte fluxo de trabalho:

1. O post é escrito por um dos colaboradores de acordo com sugestões/orientações do Editor-Chefe;
2. É feita a verificação e aprovação para publicação do Editor-Chefe;
3. Uma vez aprovado, o post é encaminhado para tradução: en/es/pt;
4. Ao retornar, é feita uma revisão de conteúdo e é escolhida uma imagem de uso livre;
5. O post é publicado no blog, é realizada a divulgação nas redes sociais (Twitter e Facebook) e, em alguns casos, a divulgação por newsletter.

O fluxo de trabalho leva em média uma semana por postagem e existe um cronograma de publicação semanal, a depender da quantidade de posts disponíveis.



Blog SciELO em Perspectiva | Press Releases

O Blog SciELO em Perspectiva | Press Releases tem como objetivo central contribuir para o desenvolvimento, disseminação e marketing dos periódicos indexados na Rede SciELO. A expectativa é que o blog, com a participação crescente e ativa dos periódicos, venha a se constituir uma referência na divulgação científica e contribua para o aumento da visibilidade e credibilidade dos periódicos publicados no Brasil. O blog cobre temas relacionados às especialidades abarcadas pelas áreas de Ciências Biológicas; Ciências da Saúde, Ciências Exatas e da Terra; Engenharias; e Multidisciplinar. Para mais informações, acessar a página [Sobre](#) e [Normas para Publicação](#).

Blog SciELO em Perspectiva | Humanas

O Blog SciELO em Perspectiva | Humanas tem como objetivo central contribuir para o desenvolvimento, disseminação e marketing dos periódicos indexados na Rede SciELO. A expectativa é que o blog, com a participação crescente e ativa dos periódicos, venha a se constituir em um espaço de referência de divulgação científica e contribua para o aumento da visibilidade e credibilidade dos periódicos publicados no Brasil. O blog cobre temas relacionados com as especialidades abarcadas pelas áreas de Ciências Humanas; Ciências Sociais Aplicadas; e Linguística, Letras e Artes. Para mais informações, acessar a página [Sobre](#) e [Normas para Publicação](#).

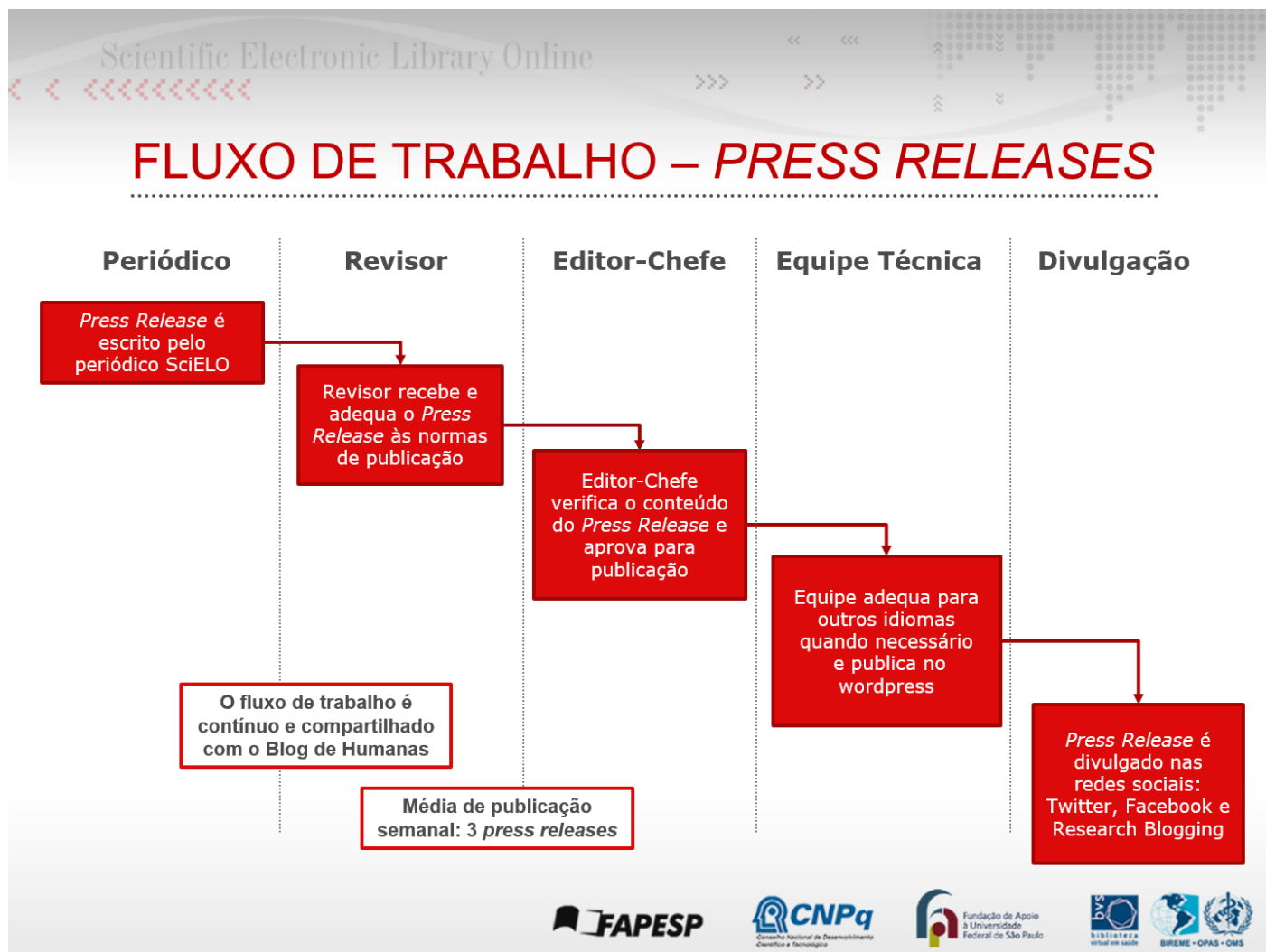
Fluxo de Trabalho para press releases

Os Blogs SciELO em Perspectiva | Press Releases e Humanas têm o seguinte fluxo de trabalho:

1. O press release é escrito por um membro da equipe do periódico, ou autor(es) do artigo;
2. O revisor recebe e adequa o press release às normas de publicação, sugere ajustes para deixar o texto mais compreensível para um público não-especialista e faz correções com base nas normas da língua portuguesa, caso necessário, utilizando a ferramenta Track Changes/Controlar Alterações do Word;
3. Após aprovação interna da revisão, o press release é devolvido ao periódico ou autor(es), para as sugestões e ajustes sejam validados;
4. Tendo a devolutiva do periódico, o press release é enviado para o Editor-Chefe do blog, que verifica o conteúdo e aprova para publicação;
5. Caso o press release não sofra nenhuma alteração, pode ser enviado diretamente para o Editor-Chefe;
6. O press release entra, então, na fila de publicação;

7. Assim que o press release é publicado, é feita a divulgação nas redes sociais (Twitter e Facebook) e o periódico é notificado por e-mail;
8. O processo todo é gerenciado através do Asana e da Planilha de Controle do Blog.

O fluxo de trabalho é contínuo e tem uma média de publicação semanal de 5 press releases.



Blog SciELO em Perspectiva

| Geral

Procedimentos de recebimento, revisão, publicação e divulgação

Recebimento

Os posts são recebidos por e-mail diretamente dos seus autores através do endereço blog.scielo@scielo.org e sua aprovação é feita pelo editor-chefe ([Abel Packer](#)).

Envio para tradução

Após a aprovação final, os posts seguem para a tradução com seus respectivos tradutores:

- idioma português e inglês ([Lilian Caló](#))
- idioma inglês ([Nicholas Cop](#))
- idioma espanhol ([Ernesto Spinak](#))
- idioma inglês ([Thais Forster](#))

Obs.: Todos os dados a respeito dos tramites com cada post e envios para tradução são registrados em uma planilha de controle localizada na rede do SciELO, no seguinte endereço:

Y: \SciELO_team\Blog SciELO em Perspectiva.

Estrutura dos posts e verificação

Resumos

O resumo normalmente é feito pelo autor e deve ter no máximo 350 caracteres. Deve ser atrativo e induzir ao leitor a leitura completa do post. Os resumos também são aprovados pelo editor chefe ([Abel Packer](#)).

Autoria

Os posts deverão ter sempre seu autor identificado por meio de seu próprio usuário criado no Wordpress. Além disso, cada autor deve ter sempre um mini currículo (traduzido nos três idiomas do blog) e uma foto que acompanha cada uma de suas postagens ao final dos posts, como por exemplo: <http://blog.scielo.org/blog/2015/05/18/lidando-com-a-sobrecarga-de-informacao/>.

Exceções acontecem em posts realizados pela equipe SciELO, nas quais o usuário definido como autor é mais genérico, chamado SciELO que representa a equipe e existe a necessidade de explicitar os autores. Nesses casos, os autores são apresentados no início do post em negrito dessa forma: <http://blog.scielo.org/blog/2015/06/08/scielo-atualiza-o-guia-de-errata-e-retratacoes/>.

Revisão de conteúdo

Na revisão do conteúdo do post deve ser observada a linguagem escrita do autor e adequá-la nos casos onde exista mais coloquialidade no texto. O blog segue um estilo de comunicação científica e, portanto, mais formal e esse estilo deve ser respeitado e mantido em suas publicações. Os revisores têm a liberdade de fazer pequenas adequações na linguagem se essas forem necessárias, entretanto, se as modificações forem maiores, é necessário entrar em contato com o autor do texto para verificar se ele está de acordo com as mudanças.

Como dicas de boas práticas de escrita a serem indicadas a novos autores e revisores de conteúdo do blog, o link a seguir comenta sobre vícios de linguagem e cuidados a se tomar para escrever melhor: <http://veja.abril.com.br/noticia/entretenimento/cliche-jargao-palavra-zumbi-10-armadilhas-da-escrita-que-a-ciencia-ajuda-a-evitar>.

Além disso, esse outro link dá dicas e regras que podem melhorar um texto, tornando-o mais claro para os leitores: <http://exame.abril.com.br/carreira/noticias/10-regras-de-ouro-para-escrever-um-texto-claro>.

Imagens

As imagens podem ser indicadas pelo autor levando-se em consideração seus direitos e atribuições. Todas as imagens publicadas no blog SciELO em Perspectiva devem ser livres para publicação ou, quando não for o caso, deve-se ter uma permissão formal do detentor dos direitos autorais da imagem para publicação em nosso blog. Elas devem ser enviadas em alta resolução.

Quando não há sugestão de imagem a ser utilizada no post, são utilizadas imagens com licença CC BY NC buscadas no Flickr ou outros bancos de imagens que permitam busca avançada por imagens com a licença mencionada. Algumas são ainda construídas e/ou montadas pela equipe do SciELO.

Dentro do post podem haver ainda outras imagens de acordo com o conteúdo a ser publicado (tabelas, gráficos, ilustrações, etc.) e essas imagens devem estar em tamanho médio, centralizadas, com sua legenda (caso exista) logo abaixo. Todas as imagens devem abrir em uma

nova aba do navegador, quando forem clicáveis.

Lead para entrevistas

O lead (ou lide) é a primeira parte de uma matéria, sua abertura, geralmente colocada em destaque relativo, fornecendo ao leitor a informação básica sobre o tema e pretende prender-lhe o interesse. É uma expressão inglesa que significa "guia" ou "o que vem à frente". No blog SciELO em Perspectiva, o lead é usado apenas para as entrevistas e sua principal função é oferecer uma prévia, como a descrição de uma imagem por exemplo, do assunto a ser abordado ou, no blog, sobre a entrevista e o entrevistado.

Possui em sua estrutura os fatos principais expostos no primeiro parágrafo, de forma a oferecer um resumo claro e objetivo ao leitor. O lead deve ser mais objetivo, evitando a subjetividade e pautar mais para exatidão, linguagem clara e simples. Isso não significa, porém, que o lead deva ser burocrático. O leitor ganha interesse pela entrevista quando o lead é bem elaborado e coerente.

Exemplos de entrevistas e leads:

- <http://blog.scielo.org/blog/2014/11/28/ciencia-e-vida-homenagem-ao-dr-greene/>
- <http://blog.scielo.org/blog/2014/09/05/redes-sociais-e-periodismo-cientifico-desafios-aos-editores/>

Adaptado de: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Lead>

Notas, referências e links externos

Consulte a página [Notas, normalização de referências e links externos](#).

Nota de tradução

As notas de tradução são localizadas ao final do post e contém a informação a respeito de quem foi o responsável pela tradução com um link direcionando para a publicação no idioma original. Ex.:

<http://blog.scielo.org/es/2015/06/08/scielo-actualiza-la-guia-de-erratas-y-retractaciones/>.

Tags

| PT | ES | EN |
|---------------------------------|-------------------------------------|---------------------------------|
| Acesso Aberto | Acceso Abierto | Open Access |
| Agência de Fomento à Pesquisa | Agencia de Apoyo a la Investigación | Research Funding Agency |
| Article Processing Charge (APC) | Article Processing Charge (APC) | Article Processing Charge (APC) |

| | | |
|---------------------------------|--------------------------------------|------------------------------------|
| Altmetria | Altmetría | Altmetrics |
| Áudio | Audio | Audio |
| Avaliação da Ciência | Evaluación de la Ciencia | Research Evaluation |
| Avaliação por pares | Revisión por pares | Peer Review |
| Avaliação por pares aberta | Revisión por pares abierta | Open Peer Review |
| Bibliometria | Bibliometria | Bibliometrics |
| Cidade de São Paulo | Ciudad de São Paulo | São Paulo City |
| Comunicação Científica | Comunicación Científica | Scholarly Communication |
| Creative Commons | Creative Commons | Creative Commons |
| Dados Abertos | Datos Abiertos | Open Data |
| Ciência Aberta | Ciencia Abierta | Open Science |
| Disseminação da informação | Difusión de la información | Dissemination of information |
| Eventos | Eventos | Events |
| Ética na Comunicação Científica | Ética en la Comunicación Científica | Ethics in Scientific Communication |
| Fator de Impacto | Factor de Impacto | Impact Factor |
| Infraestrutura | Infrastructure | Infraestructura |
| Internacionalização | Internationalization | Internacionalización |
| Livros eletrônicos | Libros electrónicos | eBooks |
| O futuro da avaliação por pares | El futuro de la evaluación por pares | The future of Peer review |
| ORCID | ORCID | ORCID |
| Organismo Internacional | Organismo Internacional | International Organization |
| Política de Apoio à Comunicação | Política de Apoyo a la Comunicación | Communication Policy |
| Política de Apoio à Pesquisa | Política de Apoyo a la Investigación | Research Policy |

| | | |
|------------------------------|------------------------------|-------------------------|
| Políticas Públicas | Políticas Públicas | Public Policies |
| Preprint | Preprint | Preprint |
| Preservação digital | Preservación digital | Digital preservation |
| Profissionalização editorial | Profesionalización editorial | Professional Management |
| Programa SciELO | Programa SciELO | SciELO Program |
| Rede SciELO | Red SciELO | SciELO Network |
| Redes Sociais | Redes Sociales | Social Networks |
| Reprodutibilidade | Reproducibilidad | Reproducibility |
| SciELO 15 Anos | SciELO 15 Años | SciELO 15 Years |
| SciELO 20 Anos | SciELO 20 Años | SciELO 20 Years |
| Sustentabilidade | Sostenibilidad | Sustainability |
| Via Dourada | Ruta Dorada | Gold Route |
| Via Verde | Ruta Verde | Green Route |

Correções realizadas em posts já publicados (Erratum)

Todas as correções realizadas em posts já publicados devem conter uma informação ao final do post informando aos leitores que houve modificação no conteúdo do post e a data que essa modificação foi realizada. Isso ocorre de forma bastante simples como pode ser visto no exemplo:

[Revisado – 13 Maio 2015]

<http://blog.scielo.org/blog/2015/05/06/elif-um-exemplo-de-aperfeicoamento-da-avaliacao-por-pares/>

Divulgação

O Blog Geral é divulgado nas redes sociais do SciELO. Cada postagem é compartilhada nos perfis do [Twitter](#) e [Facebook](#).

Para reposts deve-se marcar o blog/site onde o post foi originalmente publicado e buscando aumentar a visibilidade das nossas redes sociais e blogs, começamos a usar hashtags; escolher até

três tags do post que sejam mais "explicativas".

É criada uma mensagem seguindo os modelos abaixo para cada rede social:

Twitter:

- SciELO em Perspectiva: "Título do post" {Link do post} #hashtags (Imagem do post)
- SciELO in Perspective: "Post Title" {Link do post} #hashtags (Imagem do post)
- SciELO en Perspectiva: "Título del post" {Link do post} #hashtags (Imagem do post)

Obs.: Caso o autor do post tenha uma conta no twitter, marcá-lo, por ex: "*Título do post*" por @autor.

Facebook (usar a ferramenta de publicação em vários idiomas):

[Resumo do post no idioma selecionado]

Leia matéria completa em: / Read the full article in: / Leer el artículo completo en:

Título do post - {Link do post} / Post Title - {Link do post} / Título del post - {Link do post}

Obs.: Deixar como thumb o post em português.





SciELO
@RedeSciELO



SciELO em Perspectiva: "Livros em acesso aberto são mais baixados, citados e mencionados do que livros não em acesso aberto [Publicado originalmente no @LSEImpactBlog em Novembro/2017]" por @carrieontweets #LivrosEletrônicos #AcessoAberto #Bibliometria

blog.scielo.org/blog/2017/11/2 ...

Translate from Portuguese



10:39 AM - 29 Nov 2017

15 Retweets 19 Likes



1 15 19



SciELO @RedeSciELO · Nov 29



Replying to @RedeSciELO @LSEImpactBlog @carrieontweets

SciELO in Perspective: "Open-access books are downloaded, cited, and mentioned more than non-OA books [Originally published in @LSEImpactBlog in November/2017]" by @carrieontweets #eBooks #OpenAccess #Bibliometrics

blogs.lse.ac.uk/impactofsocial...



SciELO Network
@SciELONetwork

Home

About

Photos

Events

Assine nossa Newsletter

Tickets

Likes

Videos

Posts

Services

Shop

Groups

Notes

Offers

Promote

Liked Following Share ...



SciELO Network

Published by Fábio Almeida [?] · May 17 at 4:44pm ·

O uso de preprints como meio de acelerar a comunicação das pesquisas vem se tornando uma prática frequente em muitas áreas do conhecimento, também como forma de aperfeiçoar o processo de avaliação por pares. Os National Institutes of Health, renomada instituição norte-americana de pesquisa e agência de fomento anunciou recentemente que propostas de financiamento e relatórios estão autorizados a citar preprints "para acelerar a disseminação e aumentar o rigor de seu trabalho".... [See More](#)



Propostas de financiamento a pesquisa enviadas ao NIH podem citar preprints | SciELO em Perspectiva

Por Lilian Nassi-Calò.

BLOG.SCIELO.ORG

367 people reached

Boost Post

Like Comment Share

Cremildo Tiago, Marina Lopes and Jose Cesar Coimbra



Write a comment...

Press Enter to post.

+ Add a Button

<http://www.scielo.org/>

Promote Website

Library · Media/News Company · Education

Groups



Create a Group for your Page to help your followers connect with each other.

Create Group

Pages liked by this Page



Associação Brasileira de Editores...



Agência FAPESP



Brazilian Journal of Cardiovascu...

English (US) · Português (Portugal) · Español · Français (France) · Deutsch

+

Privacy · Terms · Advertising · Ad Choices · Cookies · More
Facebook © 2017

Blog SciELO em Perspectiva | Press Releases e Humanas

Procedimentos de recebimento, revisão, publicação e divulgação

Introdução

Este documento tem como objetivo compilar diretrizes de publicação dos posts publicados nos blogs SciELO em Perspectiva Press Releases e Humanas, definindo uma política editorial a ser seguida e futuramente divulgada para novos colaboradores.

Categorias de publicação

Os Blogs SciELO em Perspectiva | Press Releases e Humanas publicam atualmente três categorias de post: press releases, entrevistas e chamadas de evento.

Critérios para aceite de submissões

Serão aceitos para publicação press releases sobre documentos publicados em até três meses em algum periódico da Rede SciELO. Além da coleção Brasil, também são aceitos press releases de periódicos indexados nas outras coleções da Rede SciELO, como o SciELO Colombia.

Mais informações sobre as normas de publicação estão disponíveis no blog [Geral](#) e no [Press Releases](#).

Fluxo de trabalho

Os posts são enviados por e-mail ou pelo autor ou por um membro do periódico através do endereço blog.scielo@scielo.org e a aprovação é feita pelo editor-chefe (Abel Packer).

Primeiramente o press release é adicionado na planilha de fluxo de trabalho ([Humanas/Press Releases](#)) e no Asana utilizando o modelo [ACRO | Título do PR](#). Depois são feitas a formatação e a revisão para adequar o press release ao modelo de publicação do blog.

Caso sejam feitas alterações no documento, ele é enviado de volta. Se o documento com as correções não tiver um retorno em até sete dias corridos, cobrar o periódico.

O press release, assim que estiver de acordo com o modelo do blog, é enviado para o editor-chefe do blog, que pode ou não aprovar o press release. Estando aprovado, ele pode seguir para a fila de publicação.

A programação semanal é feita às sextas-feiras levando em consideração a data de envio do press release e o período entre seu recebimento e data de finalização. São selecionados entre três e cinco posts, em média, sendo necessário que a quantidade seja aproximadamente igual para os dois blogs e que as publicações sejam intercaladas (exemplo: um post do Humanas na segunda-feira, um post do Press Releases na terça-feira, um post do Humanas na quarta-feira etc).

Recebimento de press releases

Antes da revisão, é preciso verificar se o artigo divulgado pelo press release foi publicado nos últimos três meses ou se está previsto para publicação nos próximos dias/semanas. Se o artigo foi publicado dentro do prazo, pode seguir para a revisão.

Se o artigo não foi publicado, prosseguir com a revisão e, no momento de dar um retorno ao periódico ou autor, solicitar que nos informe no momento da publicação. Deixar indicado no Asana e na planilha que o artigo não foi publicado e, ao montar a programação semanal, acessar a página dos periódicos para conferir se o artigo foi publicado.

Se o artigo foi publicado há mais de três meses, fazer uma busca no histórico de e-mails e ver se o periódico já foi informado sobre o prazo. Em caso positivo, responder ao periódico reforçando a orientação e suspender o recebimento do press release, a não ser que haja uma justificativa.

Para periódicos que não foram avisados, enviar a seguinte mensagem:

Prezado/a, bom dia/boa tarde!

Obrigada pelo envio. Observamos que o artigo foi publicado em [inserir a data de publicação]. Nossa recomendação é que os press releases divulguem artigos publicados nos últimos três meses ou que serão publicados nos próximos dias/semanas.

Poderia confirmar se o press release foi produzido levando em consideração a data de publicação do artigo ou se foi percebido algum aumento no potencial de interesse público do tema tratado neste artigo recentemente?

Qualquer dúvida, estamos à disposição.

Atenciosamente

O periódico pode justificar o envio press release, seja ressaltando sua relevância para aquele momento à luz de algum evento, por exemplo, ou o atraso para o envio do material. Nesse caso, responder com o texto abaixo e prosseguir com a revisão.

Agradecemos pelo retorno e vamos seguir com press release. Por favor, levem em consideração a data de publicação dos artigos nos próximos envios.

Estrutura dos posts

Os press releases devem seguir os modelos de acordo com o seu idioma, sendo eles [Português](#), [Inglês](#) e [Espanhol](#).

Os press releases devem obrigatoriamente conter os seguintes itens:

Título

- Com no máximo 100 caracteres com espaço, o título do press release não pode ser igual ao do artigo;
- Deve evitar o uso de siglas, jargões científicos e dois pontos;
- O título deve ser direto e precisa passar todas as informações ao leitor de forma direta, preferencialmente apresentando algum resultado ou conclusão do estudo. Pode conter uma pergunta, desde que seja respondida no texto;
- Exceto em Semanas Especiais e em divulgações de eventos, o nome do periódico não deve ser mencionado.

Autoria

- Por ser um informe sobre o artigo, são aceitos até 3 nomes para a autoria do press release;
- É necessário que contenha os seguintes dados: nome de quem escreveu o press release, função, afiliação institucional, Cidade, Estado, País e e-mail.

Resumo

- O resumo deve ter em média 50 palavras;
- Preferencialmente, o resumo deve apresentar o objeto do estudo, depois introduzir o método que foi utilizado e por fim, o objetivo dele, junto com o que foi descoberto;
- Não pode incluir o nome do(s) autor(es), de instituições ou do periódico (exceções podem ser feitas em Semanas Especiais);
- Recomendamos que o resumo trate de uma forma mais direta sobre o assunto tratado no texto e no artigo. Evitar palavras como artigo, estudo, pesquisa etc.

Conteúdo

- É necessário que em algum parágrafo do press release, de preferência o primeiro ou o segundo, tenha o nome do artigo com o link do DOI;
- Sempre que tiver alguma sigla no press release, é necessário que seja explicado o significado dela entre parênteses;
- Caso o press release tenha uma tabela, pedir para que seja enviado em formato editável (exemplo Excel ou Word) para que seja publicada em HTML;
- Ao ser mencionado o nome do periódico o texto deve ser formatado em itálico.

Referências e links externos

Consulte a página [Notas, normalização de referências e links externos](#).

Hashtags

As hashtags são usadas na divulgação dos press releases no Facebook e Twitter.

- O press release deve ter até 5 hashtags;
- Podem ser palavras chaves, o nome do periódico, o assunto do press release, etc.

Links externos

Sites que têm a ver com o press release e com o artigo, mas não constituem como referência bibliográfica.

Imagens/Videos/Podcasts

- A imagem estar relacionada ao tema do press release, podendo ser ilustrativa e retirada de um banco de imagens ou uma imagem do próprio artigo;
- Caso o press release tenha como imagem apenas uma tabela ou gráfico, informar que será adicionado, mas que também deve ser enviada uma imagem ilustrativa para a divulgação do press release. Enviar sugestões de banco de imagens de uso livre;
- Caso o press release tenha como imagem apenas o logo do periódico, informar que, por padrão, o logo é adicionado no topo do press release e que é necessário o envio de uma imagem ilustrativa. Enviar sugestões de banco de imagens;
- Caso a imagem seja retirada do artigo e não seja óbvio o que ela representa, é necessário que tenha uma legenda;
- Caso a imagem seja de um banco de dados comercial, é necessário se certificar de que ela seja de uso gratuito ou esteja sob uma licença Creative Commons;
- Vídeos e podcasts precisam ser enviados também para a aprovação do Editor-Chefe;
- Sugestões de banco de imagens:
 - <https://unsplash.com/>;

- <https://pixabay.com/>;
- <https://br.freepik.com/>;
- <https://stock.adobe.com/br/free>;
- <https://www.cdc.gov/media/subtopic/images.htm>;
- <https://wellcomecollection.org/collections>;
- <https://www.flickr.com/> (algumas imagens no Flickr podem ter direitos reservados).

Publicação no Wordpress

Criação do post

Para criar a publicação no Wordpress, são utilizados os seguintes campos:

- **Título:** o título do press release;
- **Permalink:** gerado após adicionar o título. Certificar-se de que não ficou muito longo. Caso seja necessário, cortar as últimas palavras do link;
- **Conteúdo:** o texto do press release. Os seguintes itens devem ser adicionados:
 - **Autoria:** O primeiro parágrafo é dedicado a autoria. É necessário que o nome do(s) autor(es) esteja em negrito. Exemplo:

Joanna Gonçalves de Andrade Tostes, Doutoranda em Psicologia, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, MG, Brasil.

- **Logo:** No segundo parágrafo, deve ser adicionado o logo do periódico. É possível recuperá-lo de posts anteriores. Certifique-se de que a imagem esteja alinhada ao lado direito do texto e que a opção "Abrir imagem em nova aba" esteja selecionada. Caso seja o primeiro press release do periódico, utilizar a imagem disponível na página inicial do periódico no site SciELO;
- **Imagens:** Devem sempre abrir em nova aba e conter descrição acessível. Caso seja de banco de imagens, adicionar hiperlink na fonte;
 - **Caption:** Caixa de texto onde inserimos a fonte da imagem. Usar sempre as tags HTML de itálico (``).
- **Referências:** Seguir o modelo disponível em [Notas, normalização de referências e links externos](#);
- **Para ler o artigo, acesse:** Seguir o modelo disponível em [Notas, normalização de referências e links externos](#);
- **Links externos:** Todos os links devem ser colocados para abrir em uma nova aba;
- **Excerpt:** Adicionar o resumo. Caso tenha alguma palavra em itálico, utilizar as tags HTML (``).
- **Custom Fields:** Adicionar o sobrenome do(s) autor(es) em letras maiúsculas, junto com as iniciais abreviadas também em caixa alta (exemplo: MINAYO, M.C.S.);

- **Author:** Localizar o nome do(s) autor(es) e selecionar. Caso o(s) autor(es) do press release ainda não tenha um nome de usuário no Wordpress, é necessário criar um. Ver mais instruções em [Adicionando novo usuário](#)
- **Page links to:** A página criada vai direcionar para o link que for adicionado nesse campo. É usado apenas para adicionar as chamadas do Blog Humanas na página inicial do Blog Press Releases. Ver mais instruções abaixo;
- **Publish:** Em "Publish immediately: Edit", alterar para a data programada e clicar em OK;
- **Categories:** Selecionar o formato (Press Release, Entrevista, Chamada) e e o acrônimo do periódico. Caso tenha vídeo ou podcast, necessário marcar também;
- **Tags:** O nome completo do periódico e a área de avaliação Capes (disponível na planilha [SciELO BR Journals SUP](#)). É possível usar como referência posts anteriores do periódico e utilizar as mesmas tags;
- **Featured image:** A thumb da imagem deve ter as dimensões 150px x 90px. A edição da imagem pode ser feita por meio do Photoshop. Ver mais instruções em [Editando a thumb](#).

Todos os links devem estar configurados para abrir em uma nova aba. É possível alterar o seu comportamento passando o mouse sobre o link e clicando em “Edit” e “Link options”. Ativar a opção “Open link in a new tab”. Alternativamente, também é possível configurar isso pelo HTML, adicionando o atributo `target="_blank"` à tag `<a>`.

Chamadas no blog Press Releases

Os posts no blog de Humanas devem ser adicionados na página inicial do blog Press Releases utilizando a ferramenta Page links to do Wordpress. É preciso criar um novo post no blog Press Releases e preencher os seguintes campos:

- **Title;**
- **Excerpt;**
- **Author;**
- **Page links to;**
- **Publish;**
- **Categories;**
- **Tags;**
- **Featured image.**

Adicionando novo usuário

- Na aba esquerda, onde está escrito “Users”, clicar em “Add new”. Ou ir até a barra superior, passar o mouse sobre “New” e clicar em “User”;
- Ir até “Add New User” preencher os seguintes itens:
 - Username: nome e sobrenome do autor. Exemplo: Ana Ferreira (anaferreira);
 - Email: inserir um underline (_) antes do email para impedir que o autor receba mensagens pelo Wordpress;
 - Role: selecionar a opção “author”;

- Selecionar a caixa “Add the user without sending an email that requires their confirmation”;
- Clicar em “Add new user”. Com a confirmação “User has been added to your site”, clicar em “Edit user”;
- Preencher as caixas “First Name” e “Last name”. Exemplo: Ana Ferreira Albuquerque. First name: Ana Ferreira. Last Name: Albuquerque;
- Em “Display name publicly as” selecionar a opção com o nome completo;
- Ir até o final da página e clicar em “Update user”;
- Para que o novo usuário esteja disponível na página de publicação do post, é preciso salvar como rascunho e atualizar a página.

Editando a thumb

- Abrir a imagem no Photoshop;
- Utilizar a ferramenta de corte, localizada na barra esquerda. Configurar as proporções 5:3 e confirmar a alteração;
- Na barra superior, ir em “Imagem” e “Tamanho da imagem”;
- Observar se o formato utilizado é pixel. Inserir o valor de 150 pixels em largura. A altura será atualizada automaticamente para 90 pixels;
- Clicar em ok;
- Na barra superior, ir em “Arquivo”, “Salvar como”;
- Localizar a pasta correta e renomear o arquivo (exemplo: thumb).

Divulgação

Twitter

- A publicação no Twitter segue o modelo: Título do post, hashtags, link do post, e Imagem. Exemplo:

Um mapa do combate ao gênero nos planos da educação brasileira #Gênero #Mulheres #LGBT #Educação #EducaçãoePesquisa

Leia o press release da Educação e Pesquisa em:

<https://humanas.blog.scielo.org/blog/2020/11/03/um-mapa-do-combate-ao-genero-nos-planos-da-educacao-brasileira/>

- Os posts são feitos assim que o press release é publicado no blog ou programados para aproximadamente 5 min depois da publicação no blog;
- Observar na planilha Redes Sociais se o periódico tem conta na rede social. Caso tenha, substituir pelo nome na publicação
- É importante que as imagens tenham descrição para manter a acessibilidade para pessoas com deficiência;

- A publicação/programação dos tweets é feita através do Tweetdeck (<https://tweetdeck.twitter.com/>).

Facebook

- A publicação no Facebook segue o modelo: Resumo do press release, hashtags, título do press release e link. Exemplo:

A inserção do conceito de gênero nos planos estaduais e distrital de educação promulgados nos últimos anos mostra um mapa complexo em que é visível uma acirrada disputa entre o avanço conservador e a manutenção de políticas para mulheres e LGBT na educação do Brasil #Gênero #Mulheres #LGBT #Educação #EducaçãoePesquisa

Leia o press release da Educação e Pesquisa em:

Um mapa do combate ao gênero nos planos da educação brasileira -

<https://humanas.blog.scielo.org/blog/2020/11/03/um-mapa-do-combate-ao-genero-nos-planos-da-educacao-brasileira/>

- Observar na planilha Redes Sociais se o periódico tem conta na rede social. Caso tenha, substituir pelo nome na publicação;
- Os posts são feitos assim que o press release é publicado no blog ou programados para aproximadamente 5 min depois da publicação no blog.

E-mail

Assim que o processo de postagem do press release termina, ou seja, após a divulgação dos posts nas redes sociais, o periódico é notificado por e-mail. Utilizar o seguinte modelo:

Assunto: SciELO em Perspectiva | Press Releases / Humanas | ACRO: Título do press release

Prezadxx, bom dia / boa tarde!

Informamos que o post [título do press release com o link do post] foi publicado no blog SciELO em Perspectiva | Press Releases / Humanas.

Este press release também foi compartilhado nos perfis do SciELO nas redes sociais. Solicitamos e recomendamos que também nos ajude na divulgação, especialmente em suas comunidades, universidades e departamentos.

Agradecemos a contribuição e nos colocamos à disposição.

Atenciosamente

Semanas especiais

A Semana Especial (SE) é uma modalidade na qual todos os dias de uma semana são dedicados a um periódico. Ela ocorre tanto no blog Humanas como no blog Press Releases.

Processo das Semanas Especiais

Convites

Os convites para a participação na SE acontecem uma vez por semestre. Periódicos que enviaram press releases nos últimos dois anos são considerados, levando em conta o número de press releases enviados e a área do conhecimento. Os representantes dos periódicos que responderem positivamente são convidados para uma reunião on-line. Durante a reunião, a equipe editorial explica como funciona a SE, tira dúvidas e informa quais os meses disponíveis.

Não são sugeridos os meses de janeiro, julho e dezembro, em razão das férias acadêmicas e o consequente baixo número de acessos do blog nesses períodos. O ideal é que cada periódico fique com uma semana/mês e que aconteçam em meses alternados. Em geral, as SEs ocorrem na segunda semana do mês, evitando semanas com feriados. Uma vez que o cronograma for definido, a equipe editorial seleciona a semana mais adequada para cada SE.

Envio dos press releases

O ideal é que os press releases estejam prontos um mês antes da SE para que o editor-chefe tenha tempo para aprovar os textos. Para que isso ocorra, são enviados por email lembretes de dois meses, um mês e duas semanas para os responsáveis pela produção dos textos. Após o envio e revisão dos press releases, deve-se enviar um email para o periódico confirmando a ordem de publicação. Segue abaixo o modelo:

Prezadxx, bom dia / boa tarde!

Escrevo para perguntar se haverá mais algum post para a Semana Especial e para confirmar a ordem em que os posts deverão ser publicados:

| ORDEM | TÍTULO | DATA DE PUBLICAÇÃO |
|-------|--------|--------------------|
| 1 | | |
| 2 | | |
| 3 | | |
| ... | | |

Depois de revisados e corrigidos, os press releases são compilados em um único arquivo Word, que é enviado para a aprovação do Editor-Chefe. Uma vez aprovados, os textos seguem para a programação e publicação.

Organização

Os press releases da SE não são adicionados na planilha de controle comum. Para a organização dos textos, utiliza-se uma aba específica, disponível no mesmo arquivo do respectivo blog. No Asana, os press releases também são adicionados em uma área diferente. Em ambas as

plataformas, as informações adicionadas são as mesmas do recebimento padrão (exceto pelo código na primeira coluna da planilha). Importante observar que os press releases devem estar indicados com a ordem de publicação, que deve ser previamente aprovada pelo periódico.

Publicação

A expectativa é que sejam publicados entre 5 a 10 posts por SE. O objetivo é ampliar o alcance do blog, do periódico, dos artigos e dos autores. As publicações podem ser apresentadas no formato de press release de seções especiais e/ou artigos, entrevistas, análises e outros formatos. É extremamente recomendável a utilização de vídeos e podcasts. Assim como publicações de dias normais, os press releases são processados e aprovados pelo Editor-chefe.

O formato da SE prevê uma abertura e um encerramento de tom mais "editorial". Além disso, os posts têm mais liberdade em comparação com as publicações feitas em dias normais. Por exemplo, é possível publicar textos sobre o periódico, além de ser permitido citar o nome do periódico no título e no resumo.

Divulgação

Após a publicação, os press releases são divulgados em nossas redes sociais utilizando a ferramenta thread, no Twitter ([exemplo](#)), e a hashtag #SemanaEspecialACRO, no Facebook ([exemplo](#)).

Pós Semana Especial

Ao final da SE, sempre que possível na segunda-feira seguinte, é enviado um relatório ao periódico com o número de visualizações de página dos posts durante a SE e um indicador do aumento de visualizações em comparação ao mês anterior utilizando o modelo a seguir, que pode ser ajustado conforme necessário.

Assunto: Analytics Semana Especial - ACRO 202X

Prezados, bom dia / boa tarde!

Segue abaixo relatório dos resultados alcançados pela Semana Especial do periódico ACRO no Blog SciELO em Perspectiva | Humanas / Press Releases.

Sobre os resultados, a Semana Especial do periódico ACRO foi bem recebida e teve um bom índice de visualizações!

A média de visualizações durante o período da Semana Especial foi de XXXX visualizações por dia, em comparação com a média de visualizações por dia do mês de XXX, há um aumento de XX% da média diária.

Segue abaixo o número de acessos de cada um dos posts publicados durante a SE até o dia XX/XX, lembrando que os posts são novos e a tendência é de ir acumulando visualizações com o passar do tempo e exposição dos posts.

- Título do press reléase – XXX visualizações
- Título do press reléase – XXX visualizações
- Título do press reléase – XXX visualizações
- ...

Gostaríamos de parabenizá-los pelo empenho e agradecemos a equipe do periódico pelo trabalho realizado.

Seguimos à disposição

Atenciosamente,

Mais informações

As Semanas Especiais anteriores podem ser acessadas pelo link:

<https://pressreleases.scielo.org/semanas-especiais/>

Mais informações sobre as SEs, podem ser acessadas pelo link:

<https://pressreleases.scielo.org/sobre/normas-para-publicacao/instrucoes-semanas-especiais/>

Envio de convites

Os convites para publicação de press releases são enviados para os periódicos da coleção SciELO duas vezes por semana no dia seguinte ao processamento, às segundas e quartas-feiras.

- Os convites são enviados principalmente para os periódicos que enviaram recentemente artigos para publicação;
- Entram automaticamente no topo da lista periódicos recém adicionados à coleção SciELO. Esses periódicos têm prioridade e os convites devem ser enviados o quanto antes;
- Depois de três meses, os periódicos que não responderam o convite são colocados novamente na lista de envio;
- Periódicos que enviaram o último press releases há mais de três meses também entram na lista de envio.

Enviando convites

1. Acessar a planilha [NP – Planilha de Trabalho](#) e localizar a aba referentes ao último processamento;
2. Selecionar, na tabela, os periódicos que fazem parte da coleção BR e que estejam publicando artigos em lotes ou números do ano atual;
3. Certificar-se de que os periódicos selecionados não receberam convites nos últimos três meses. Caso tenha recebido há mais de três meses, enviar novamente;
4. Observar a lista de periódicos na aba [Convites – referências](#), na planilha *Press Releases* os seguintes itens: periódicos que já receberam convites recentemente e periódicos que não devem receber convites, porque já enviam press releases com frequência ou algum outro motivo;
5. Inserir os periódicos na lista [Convites](#) e enviar para aprovação. Adicionar informações extras (nome do periódico, número do lote, se é Humanas ou Press Releases e data do último press release enviado, caso tenha). Depois de aprovado, iniciar o envio de convites;
6. Localizar na planilha [Catálogo | Sistema Único de Periódicos](#) a aba [Contato Editores](#) o nome e email do(s) editor(es)-chefe do periódico. Selecionar também o email oficial do periódico, caso tenha;
7. No corpo do email, inserir o texto abaixo e alterar as partes em vermelho:

Prezadxx Prof. XXX, bom dia / boa tarde!

Esperamos que esteja/m bem.

O blog [SciELO em Perspectiva | Press Releases](#) publica press releases de artigos de periódicos da coleção SciELO com o intuito de melhorar as estratégias de divulgação, disseminação e marketing dos artigos indexados, por meio da sua presença nas redes sociais. Nossas análises mostram que a publicação de um press release pode aumentar a visibilidade do artigo em até 40%.

Além da publicação no blog, os press releases também são compartilhados em nossos perfis no Facebook e no Twitter, ganhando ainda mais visibilidade. Jornalistas famosos já publicaram sobre artigos indexados no SciELO, como por exemplo Renata Lo Prete (<https://twitter.com/renataloprete/status/1503762634784522242>), da Globo e com mais de 500 mil seguidores.

O blog se constitui em um espaço comum e colaborativo de todos os periódicos e nossa expectativa é que venha a compor um espaço de referência de divulgação de pesquisas e contribua para o aumento da visibilidade dos periódicos publicados no Brasil.

Recebemos novos artigos do periódico **XXXXX** e gostaríamos de convidá-lxx para publicar um press release!

Nesse sentido, serão aceitos posts de artigos, entrevistas e análises para publicação. Recomenda-se também o envio de podcasts ou vídeos como material complementar.

Para os periódicos que publicam volume e número, a sugestão é selecionar um artigo de alta relevância do último número e, para os periódicos que publicam em fluxo contínuo, recomendamos a publicação de um post por mês.

Todos estes materiais podem ser produzidos por editores, autores, assessores de comunicação e pessoas ligadas ao periódico.

Lembramos que as contribuições serão submetidas à avaliação e aprovação do Comitê Editorial antes da publicação.

Solicitamos, por gentileza, que a prática de divulgação dos artigos seja contínua, assim teremos maior visibilidade!

O link para as normas de publicação está disponível em < <https://pressreleases.scielo.org/sobre/normas-para-publicacao>> e o e-mail para envio de material é <blog.scielo@scielo.org>.

Os modelos para produção do material estão disponíveis em: <https://drive.google.com/file/d/1-EZmU697IHjbgI53v-GId0o0Xkzuw7fo/view?usp=sharing>

Estamos à disposição para qualquer informação adicional.

Atenciosamente,

8. Inserir os emails da equipe como cópia e inserir os marcadores do blog (Humanas ou Press Releases) e do mês atual. Selecionar também o marcador do nome, se for o caso;
9. Revisar o email e verificar se está tudo correto. Enviar o email;
10. Na planilha de Convites, atualizar o campo *Status* para *enviado* e inserir a data de envio;
11. Caso tenha uma resposta do(s) editor(es), alterar o campo *Retorno do editor?* para *S*. Se em duas semanas não tiver resposta, inserir *N*;
12. Para os periódicos que deram uma resposta positiva, mas não enviaram nenhum material em até um mês, enviar o seguinte email:

Prezadxx Prof. XXX, bom dia / boa tarde!

Existe algum retorno quando à última mensagem?

Esperamos que o periódico possa contribuir com o blog!

Qualquer dúvida, estamos à disposição.

Atenciosamente,

14. Caso o periódico envie um press release, alterar o campo *Gerou press release?* com *S*.

Impacto

Como forma de medir o impacto dessa atividade no número de press releases enviados, ao final do semestre, é necessário fazer uma comparação entre os periódicos que receberam convites e os periódicos desta lista que enviaram algum press release.

- Primeiro semestre de 2022: Taxa de retorno de 9,3%