

Mídias Sociais

- [Blog SciELO em Perspectiva](#)
 - [Sobre](#)
 - [Blog SciELO em Perspectiva | Geral](#)
 - [Blog SciELO em Perspectiva | Press Releases e Humanas](#)
 - [Envio de convites](#)
- [Newsletter, comunicados e alertas de fascículo](#)
 - [Newsletter SciELO em Perspectiva e comunicados oficiais](#)
 - [Alertas de fascículo/artigos](#)
- [Acessibilidade](#)
 - [Texto alternativo \(alt text\)](#)
- [Notas, normalização de referências e links externos](#)
- [Bori](#)
 - [Divulgação](#)
- [Tarefas mensais](#)

Blog SciELO em Perspectiva

Sobre

Equipe

Supervisão:

- [Alex Mendonça](#)

Operacional:

- [Carolina Tanigushi](#)

Estagiária:

- Emmanuelita Emmanuel

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

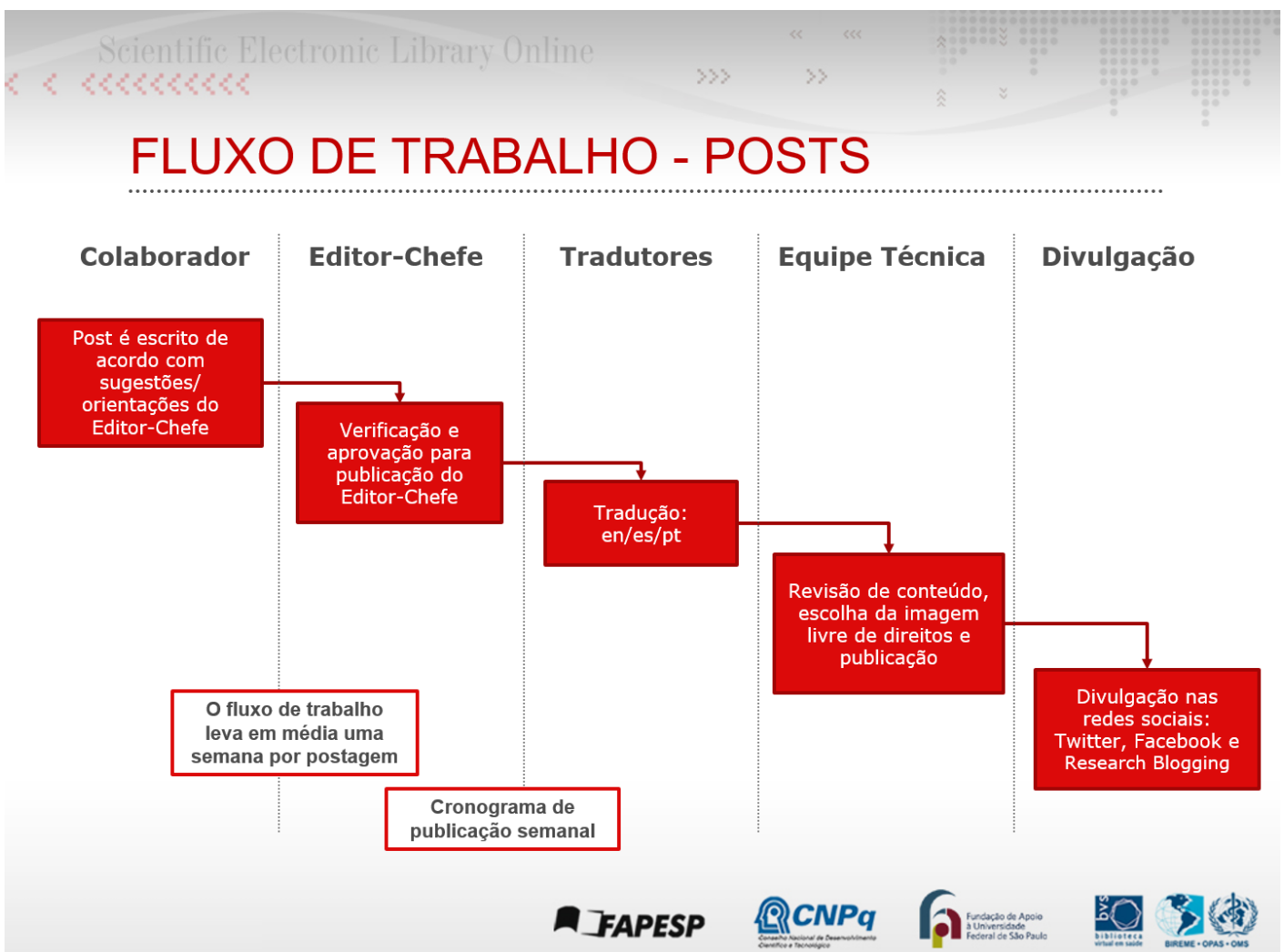
- Compartilhar informação e conhecimento orientado para o desenvolvimento da comunicação científica;
- Apresentar e auxiliar na difusão da evolução do projeto SciELO e da Rede SciELO, bem como dos periódicos indexados;
- Promover mundialmente o movimento de Acesso Aberto em relação ao conhecimento científico;
- 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 (Bluesky, Mastodon 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](#).

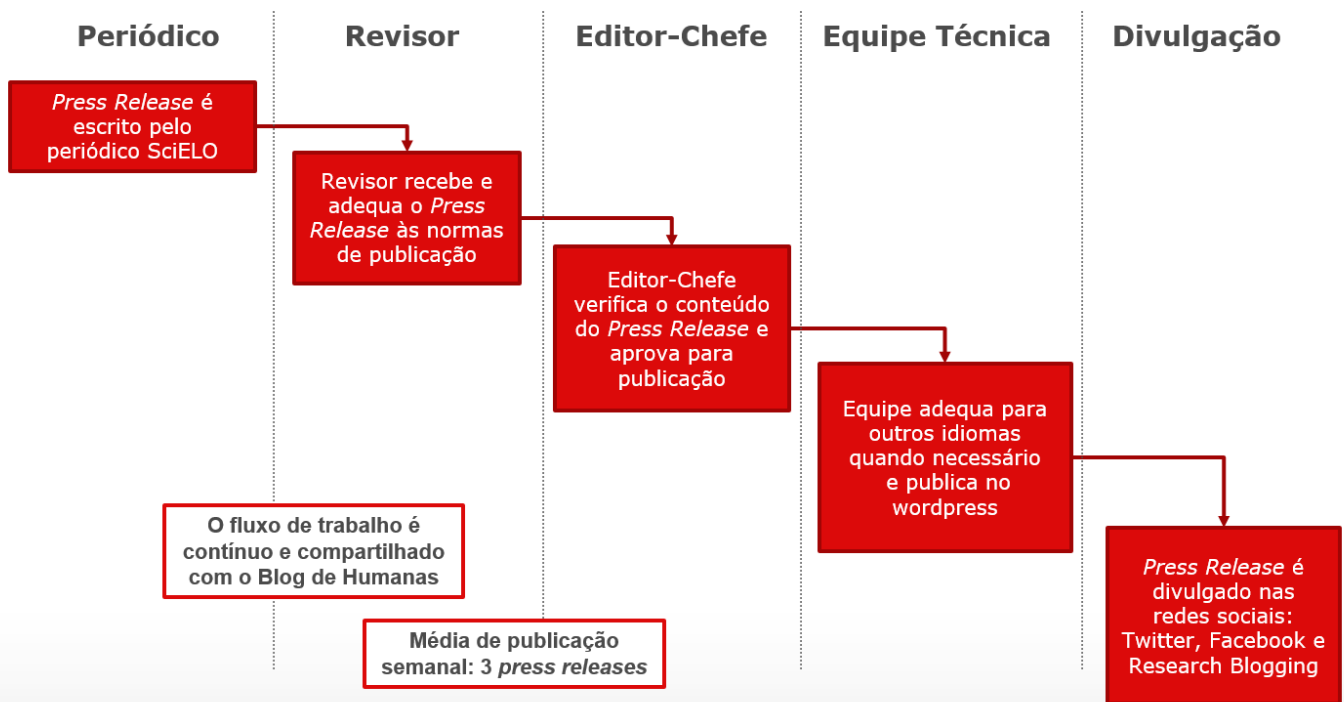
Fluxo de Trabalho para press releases

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 (Bluesky, Mastodon e Facebook) e o periódico é notificado por e-mail;
8. O processo todo é gerenciado através do Airtable.

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

FLUXO DE TRABALHO – *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)
Altmétria	Altmétría	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	Infraestructure	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/elife-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.

The image shows a screenshot of the SciELO Twitter profile page. At the top, there is a navigation bar with icons for Home, Moments, Notifications, Messages, and a search bar. Below this is a large banner with a red geometric pattern and the text "www.scielo.org". To the right of the banner are logos for FAPESP, CNPq, BV, and Fap. Below the banner is a profile card for SciELO (@RedeSciELO) with statistics: 3,106 tweets, 63 following, 36.9K followers, 85 likes, 1 list, and 0 moments. The main content area shows a list of tweets. The first tweet is a pinned tweet from Dec 1, 2016, about SciELO adopting XML (JATS) for its articles. The second tweet is from 4 hours ago, announcing the launch of the FAPESP Virtual Library. The third tweet is from 18 hours ago, reporting on the meeting of the SciELO Brazil Advisory Committee. The fourth tweet is a reply from May 17, 2016, about SciELO's perspective on preprint funding. On the right side, there are sections for "Your Tweet activity" (showing 4,393 impressions), "Who to follow" (listing USP, Casa da Ciência, and Ivan Oransky), and "São Paulo Trends" (listing topics like Joaquim Barbosa, David Luiz, and #CryingInTheClubMusicVideo).



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 Lillian 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 e na planilha de tarefas do [Airtable](#). A lista de referência de fluxo de trabalho está também na [guia REF](#) da base de dados do Airtable. 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).

- Criar registro na planilha
- Adicionar ao modelo para publicação
- Salvar arquivo no Drive
- Validar revisões (Carolina)
- Encaminhar correções ao periódico
- Normalizar referências (e outras informações necessárias para publicação)
- Encaminhar ao Abel para aprovação
- Adicionar previsão de publicação
- Criar novo post no wordpress
- Aprovação de post no wordpress
- Agendar publicação
- Divulgação nas redes sociais (Bluesky, Mastodon e Facebook)
- Enviar email ao periódico informando sobre a publicação
- Dar baixa no controle

Airtable

A base de dados no Airtable possui duas planilhas principais: [Blog SciELO | Press Releases](#) e [TAREFAS](#). As planilhas são interligadas por vínculos que permitem a navegação fácil entre os registros nas duas planilhas.

Blog SciELO | Press Releases

A planilha **Blog SciELO | Press Releases** é o controle dos press releases publicados no ano. Ali é feito o controle das datas de recebimento, revisão e publicação; título; periódico etc.

Os campos que precisam ser preenchidos são:

- **ID:** Preencher com PR+ **ANO** + NÚMERO COM TRÊS DÍGITOS POR ORDEM DE CHEGADA, Por exemplo: PR**25**020
- **Envio:** Data em que o press release foi enviado.

- **Responsável pelo recebimento:** Pessoa que fez a revisão.
- **Blog:** Blog em que o press release será publicado.
- **Periódico:** Acrônimo do periódico.
- **Título:** Título do press release.
- **Artigo:** Título do artigo que o press release divulga.
- **Link para o artigo:** Link do site SciELO, Caso ainda não esteja publicado no SciELO mas tenha o DOI, inserir o DOI nesse campo para irmos acompanhando até a publicação final ou da versão de registro, no caso de preprints.
- **Publicado em SciELO:** Se o artigo que o press release divulga já está publicado no site SciELO. Usar **N/A** para chamadas.
- **Idiomas:** Idiomas do press release.
- **Status:** Status do press release. Ver abaixo.
- **Envio ao autor:** Data em as correções foram devolvidas ao autor/periódico.
- **Finalizado:** Data em que as correções foram todas aceitas e que o press release encerrou a etapa de revisão.
- **Responsável pela publicação:** Pessoa que fez a programação/publicação no wordpress.
- **Data de publicação:** Data em que o press release foi publicado.
- **Observação:** Observações sobre o press release. Por exemplo, se é uma chamada ou se possui algum material audiovisual.
- **Tarefa:** Campo que faz o vínculo com a planilha TAREFAS.

Os status possíveis para um press release são:

- **Pendência Interna:** Está aguardando alguma ação da equipe do blog SciELO.
- **Pendência Externa:** Está aguardando alguma ação de qualquer pessoa externa à equipe do blog SciELO.
- **Enviar para Abel:** Aguardando envio para aprovação do Abel.
- **Aguardando aprovação:** Foi encaminhado para aprovação do Abel e está aguardando retorno.
- **Pendente publicação:** Está aprovado para publicação.
- **Programado:** Já foi inserido e agendado para publicação no Wordpress.
- **Publicado:** Já foi publicado.
- **Cancelado:** Cancelado por algum motivo, seja solicitação de alguém ou falta de retorno do periódico.

TAREFAS

A planilha **TAREFAS** é apenas para controle das tarefas e prazos da Unidade como um todo, permitindo uma visão macro de tudo que está acontecendo. Ali são inseridos os nossos press releases, press releases da Bori para divulgação, tarefas pontuais e mensais etc.

A planilha possui uma automação que faz com que, assim que a data do prazo chega, seja enviado um email informando sobre o prazo ao usuário que está designado como responsável, por isso é **muito importante** manter as datas de prazo sempre atualizadas.

O título do registro deve sempre seguir a seguinte lógica: [ACRO] Título do press release.

Os status possíveis são:

- **A fazer:** Precisa ser feito e não foi iniciado, mas não há urgência. Normalmente são os press releases que estão entre um status e o próximo.
- **Pendência interna / Precisa de atenção:** Está aguardando alguma ação da equipe do blog SciELO.
- **Em andamento:** Está sendo feito.
- **Aguardando:** Está aguardando algum prazo ou ação de qualquer pessoa externa à equipe do blog SciELO.
- **Finalizado:** Foi finalizado.

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 Airtable 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](#). É possível encontrar um resumo em <https://docs.google.com/document/d/1HAgdPyk2IAwqmgLAC8tkRPYkAZY-gO9yXG-XJ7A9trU/edit?usp=sharing>

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.

Chamada

- A chamada deve ter em média 50 palavras;
- Preferencialmente, a chamada 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 a chamada 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).

Verificação de publicação de artigos

Os periódicos podem enviar press releases de artigos que ainda estão em processo de preparação/ainda não foram publicados no site SciELO Brasil. Nesses casos, orientamos a nos informar quando os artigos são publicados, mas isso nem sempre ocorre, então fazemos uma verificação quinzenal, sempre às sextas-feiras, no período da tarde, por causa da atualização do processamento no site.

Na planilha [Blog SciELO | Press Releases](#) há a view "Aguardando publicação do artigo". Onde estão listados os press releases cujos artigos ainda não estão disponíveis no site SciELO Brasil para conferência.

Para fazer essa conferência, basta jogar o título do artigo no Google ou verificar no sumário do número no site SciELO se o artigo está publicado e inserir o link no campo LINK PARA O ARTIGO e alterar o campo PUBLICADO EM SCIELO? para "Sim". Se não estiver, deixar um comentário falando quando foi conferida a publicação (por exemplo: "publicação do artigo verificada em 10/01").

Para os press releases têm o DOI/link do SciELO Preprints, basta acessar esse link. Se o artigo já tiver sido publicado no SciELO Brasil, vai aparecer uma caixa informando o DOI, aí é possível acessar a versão final/versão de registro:



The screenshot shows the SciELO Preprints website interface. At the top, there is a navigation menu with links for Preprints, Submissão, Áreas do Conhecimento, Sobre, FAQ, Avaliação de preprints, and Notícias. Below the menu, a red-bordered box highlights a notification: "O preprint foi publicado em um periódico como um artigo" with the DOI link <https://doi.org/10.1590/0102-469852443>. Below this, the article title "ANÁLISE DO PAPEL MEDIADOR DA RESILIÊNCIA NA RELAÇÃO ENTRE APOIO SOCIAL E BURNOUT EM ESTUDANTES UNIVERSITÁRIOS" is displayed. The authors listed are Telma Regina Fares Gianjacomo (Universidade Estadual de Londrina), Renne Rodrigues (Universidade Federal da Fronteira do Sul (UFFS)), Camilo Molino Guidoni (Universidade Estadual de Londrina (UEL)), and Edmarlon Giroto (Universidade Estadual de Londrina). A PDF icon is visible next to the article title. The post date is 23/04/2024. The 'Como Citar' section provides the citation: Gianjacomo, T. R. F., Rodrigues, R., Guidoni, C. M., & Giroto, E. (2024). ANÁLISE DO PAPEL MEDIADOR DA RESILIÊNCIA NA RELAÇÃO ENTRE APOIO SOCIAL E BURNOUT EM ESTUDANTES UNIVERSITÁRIOS. In SciELO Preprints. <https://doi.org/10.1590/SciELOPreprints8640>

Publicação no Wordpress

Criação do post

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

- **Título:** o título do press release. Caso tenha alguma palavra em itálico, utilizar as tags HTML (``);
- **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 (UFJF), 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;
- **Título do artigo, nome do periódico, volume, número e ano:** Essas informações devem constar no texto. O link para o artigo deve ser inserido no título. Caso o periódico use o DOI SciELO (10.1590) usar o link do DOI, caso contrário, utilizar o link para o artigo 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 a chamada. 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 proporções 5x3. O wordpress redimensiona automaticamente as imagens, mas se a imagem for vertical ou tiver pessoas, é melhor fazer editar a imagem para que o wordpress não corte nenhuma parte importante da imagem. Caso necessário 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”;
- Clicar em ok;
- Na barra superior, ir em “Arquivo”, “Salvar como”;
- Localizar a pasta correta e renomear o arquivo (exemplo: imagem_thumb).

Divulgação

Bluesky

- A publicação no Bluesky segue o modelo: Chamada do post (resumindo quando necessário), hashtags e link do post para geração do card. Quando for um post de maior potencial de interesse público, adicionar o emoji de tubo de ensaio para aparecer no feed de ciência (🧪). 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!

<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 Buffer.

Facebook e Mastodon

- A publicação no Facebook segue o modelo: Chamada 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 [Airtable](#), os press releases também são adicionados em uma planilha separada. 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.

Airtable

Nesse caso, os posts da Semana Especial são inseridos na planilha [SEs - Posts](#). O ID deve ser ACRO+**NÚMERO DO PR POR ORDEM DE CHEGADA**, por ex: RBEP**01**. O vínculo do press release individual com a planilha TAREFAS é feito da mesma forma.

A única diferença é que na planilha TAREFAS *também* deverá haver um registro da SE como um todo (por exemplo: "Semana Especial RBEP") para controlar as cobranças ao periódico e outras tarefas referentes à SE como o envio das métricas etc. Nesse registro, também deverão ser vinculados todos os press releases da SE.

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 na chamada.

Divulgação

Após a publicação, os press releases são divulgados em nossas redes sociais utilizando a ferramenta thread, no Bluesky e Mastodon ([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 release - XXX visualizações
- Título do press release- XXX visualizações
- Título do press release- 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%

Newsletter, comunicados e
alertas de fascículo

Newsletter, comunicados e alertas de fascículo

Newsletter SciELO em Perspectiva e comunicados oficiais

Newsletters

A Newsletter SciELO em Perspectiva é produzida periodicamente e reúne matérias publicadas no blog de mesmo nome - blog.scielo.org. A publicação nasce com a função de promover o intercâmbio de informação, experiências, conhecimento a respeito de comunicação científica e os avanços do Programa e da Rede SciELO.

É possível ver o histórico da Newsletter em: <http://blog.scielo.org/newsletter/edicoes/>

Em 2019 alteramos o formato de divulgação da newsletter **SciELO em Perspectiva**, de forma que deixou de ser publicada em edições e passou a ser publicada de forma contínua.

Comunicados Oficiais

A comunicação com os periódicos indexados na coleção SciELO é crucial para nosso trabalho e para isso, é utilizada a ferramenta MailChimp para o envio de e-mails em massa que permite o gerenciamento de e-mails cadastrados na(s) nossa(s) lista(s).

Para que as comunicações sejam efetivas, é muito importante que os contatos no MailChimp (listas) estejam sempre atualizados.

Uma vez que os comunicados forem enviados, deverão ser inseridos na lista de [comunicados no SciELO.org](http://SciELO.org).

Entre os comunicados oficiais geralmente enviados estão:

- Notícias sobre eventos SciELO
- Alertas de novos fascículos dos periódicos gerenciados pelo SciELO
- Informações a respeito de atualizações da metodologia SciELO (SciELO PS, por exemplo)
- As Newsletters dos blogs SciELO em Perspectiva e SciELO em Perspectiva | Humanas
- Outras notícias que sejam importantes a serem compartilhadas com os Editores do SciELO Brasil
- Newsletters

Alertas de fascículo/artigos

Instruções para geração e envio de alertas de fascículo/artigos

Para os periódicos cuja gestão editorial é feita pelo SciELO, são enviados alertas de fascículo/artigos, dependendo da periodicidade e fluxo de publicação do periódico.

A solicitação é enviada por email pela equipe de Gestão Editorial (NGE). Temos acordados com elas que poderão ser solicitados até três alertas por semana e um alerta por periódico por mês.

Aplicação SciELO Exports

A ferramenta desenvolvida pelo Ednilson para a geração automática dos alertas em HTML está disponível pelo GitHub em [SciELO Exports](#). **Atualmente a geração desse HTML é feita pela própria equipe do NGE.**

Requisitos do sistema

- Fazer download do pacote zip disponível no [Github](#).

Extração de alertas de fascículo

1. Pegue o link do sumário para gerar o HTML do fascículo. Por exemplo, para o v43n4 da GMB, o link é: <https://www.scielo.br/j/gmb/i/2020.v43n4/>
2. Uma vez que isso foi feito, é necessário inserir o link do fascículo no arquivo **issue_list.txt** e salvá-lo.
3. Executar o arquivo issue_alerts.bat.
4. Verificar o HTML gerado na pasta Output.

Extração de alertas de artigo

1. Pegue o link dos artigos para gerar o HTML. Por exemplo, para os artigos "25 Years of Newborn Screening in Uruguay" e "Depression: The Hidden Problem in Fabry Disease. A Review", os links deverão ser inseridos da seguinte forma no arquivo **issue_list.txt**:

```
https://www.scielo.br/j/jiems/a/tyPZKSzGnJkYD8H4PmRFsBc/?lang=en
```

```
https://www.scielo.br/j/jiems/a/P9dgc5KKz577RGFDP7bVpJ/?lang=en
```

2. Executar o arquivo issue_alerts.bat.
3. Verificar o HTML gerado na pasta Output.

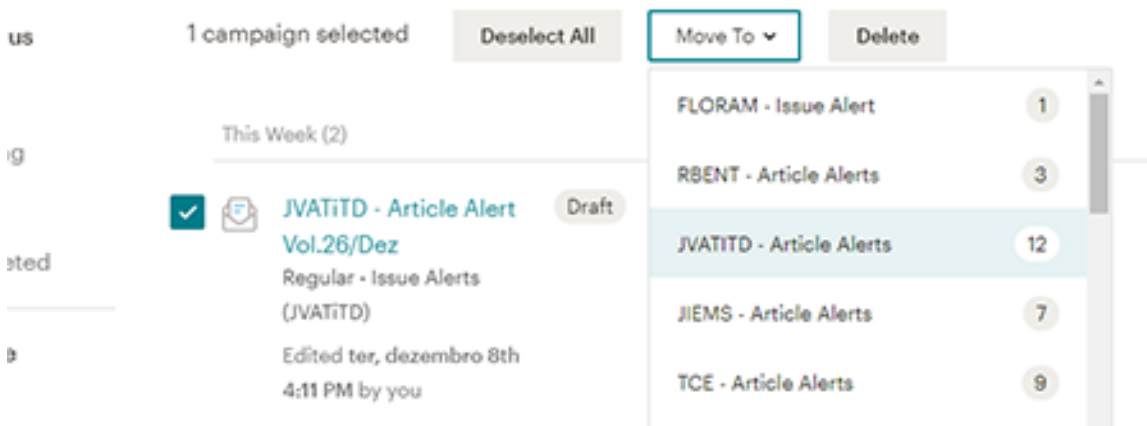
Criação da campanha pelo MailChimp

Para criar uma nova campanha no MailChimp basta logar-se e localizar a última campanha enviada para o periódico em questão.

Para localizar a última campanha enviada, basta encontrar a pasta do periódico e duplicar o último alerta enviado (pela opção Replicate).

É importante também arquivar a campanha nova na pasta do periódico:

Calendar View



Uma vez que a campanha nova foi criada, atualizar os seguinte campos:

- Nome da Campanha
- Assunto do e-mail/Subject
- Link da campanha

Os campos **nome da campanha** e **link da campanha**, devem conter o mês e ano quando o periódico publicar **apenas volume** para facilitar a identificação da campanha posteriormente (por exemplo, o nome da campanha deve ficar: TCE - Article Alert Vol.33/**Mar. 2025** e o link: tce-article-alert-vol33-**mar25**).

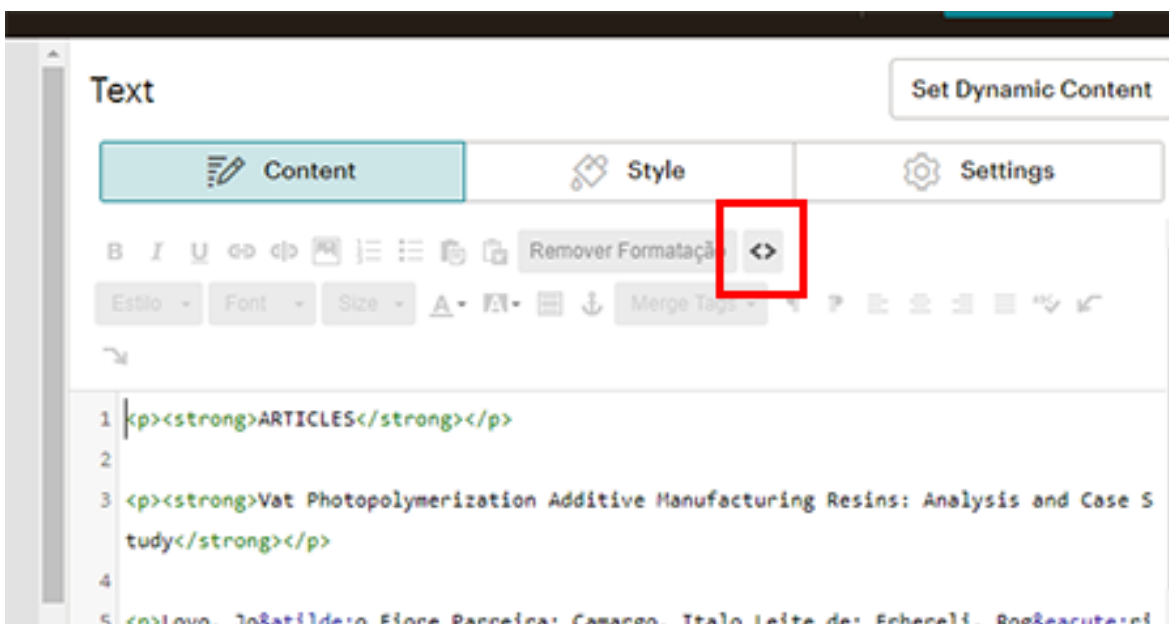
Quando for um periódico que publica **volume e número** (como a BN ou a RBENT) basta informar o volume e número sem o mês e ano (por exemplo: RBENT- Issue Alert Vol.68 No.4).

Uma vez que essas atualizações forem feitas, basta editar a mensagem em si, pelo botão **Edit Design**.

No caso de alertas de periódicos que publicam volume e número também é necessário sempre alterar essa informação e o link no topo da mensagem, conforme a imagem a seguir. Periódicos que publicam um único volume só precisam ser atualizados uma vez ao ano. Isso pode ser feito pelo editor de texto rico do MailChimp:



Para inserir o conteúdo, basta copiar o código do HTML enviado pela equipe de Gestão Editorial e substituir o conteúdo do alerta antigo pelo novo utilizando o editor de código. Para acessar o editor de código, basta selecionar a opção <>.



Alertas com resumos visuais

Alguns periódicos produzem resumos visuais (*visual abstracts*), que podem ser enviados nos alertas, como é o caso do [Brazilian Journal of Nephrology](#). Nesses casos, após a inserção do código HTML é necessário inserir os resumos visuais logo abaixo dos títulos dos artigos. As imagens ficam hospedadas no próprio MailChimp e precisam ter 600 px de largura para não "quebrar" a formatação dos alertas e fazer link para o artigo.

Envio do teste do alerta para aprovação

Uma vez que o alerta estiver pronto, é necessário enviar à equipe de Gestão Editorial o alerta para que seja validado.

1. Em **Preview**, selecione a opção **Send a test email**.
2. O teste deve ser enviado para francine.curivil@scielo.org e gestao.editorial@scielo.org.
3. Em **Also send to the following account users** selecionar o próprio usuário, Carolina Tanigushi e Alex Mendonça.

4. Em **Include instructions and a personal message** pode ser incluída uma mensagem como "Segue o alerta para validação".
5. Em **Who should be notified by email about new comments?** selecionar o próprio usuário.
6. Selecione o botão **Send test** para enviar o teste. Note que o envio costuma ser demorado, e às vezes aparece uma mensagem informando que a página parou de responder, nesse caso, selecionar a opção de continuar aguardando.
7. Enviar também uma resposta para a solicitação do alerta no email dizendo "O teste do alerta foi enviado".

Atualização da lista de inscritos

Desde julho de 2021, a importação de contatos do ScholarOne não está mais sendo feita. Alertas serão enviados apenas para usuários que fizeram o cadastro em: <http://eepurl.com/htW2Q5>

Agendamento do envio

Uma vez que o alerta for aprovado pela equipe de Gestão Editorial ele pode ser agendado para envio. O horário do envio precisa ser feito em horário comercial, preferencialmente na janela entre às 9:00 e às 16:00, podendo ser no dia da aprovação ou no próximo.

Relação de periódicos

Tabela de periódicos, periodicidade do alerta e formato de alerta

Periódico	Periodicidade	Tipo
BN	Trimestral	Fascículo
EAN	Trimestral	Fascículo
GMB	Trimestral	Fascículo
JBN	Trimestral	Fascículo
JIEMS	Trimestral	Artigo
JVATITD	Mensal	Artigo
MR	Bimestral	Artigo
RBEF	Mensal	Artigo
RBENT	Trimestral	Fascículo
TCE	A cada 20 artigos	Artigo

Acessibilidade

Texto alternativo (alt text)

O que é o texto alternativo?

O texto alternativo ou *alt text* é a descrição curta dos elementos visuais de uma imagem que é exibida quando o leitor não consegue ter acesso a essa imagem. É um recurso essencial para que os mecanismos de busca, como o Google, e leitores de tela interpretem o que significa a imagem, já que os algoritmos não conseguem ler recursos visuais.

Alt text e acessibilidade

O texto alternativo também é muito importante para os usuários que usam leitor de tela. Sem o *alt text*, o leitor de tela informará que há uma imagem, porém o usuário não saberá se a imagem contém ou não informações relevantes.

Como fazer um bom texto alternativo

- **Concisão:** Seja descritivo e específico. A ideia é que não passe de uma ou duas frases.
- Considere o **contexto** e a relação da imagem com o conteúdo do texto principal.
- **Legenda x texto alternativo:** Legenda não é o mesmo que o texto alternativo. A legenda serve para inserir um contexto adicional da imagem ou *links* de referência e não é necessário repeti-la no *alt text*.

Diretrizes para redação de texto alternativo

- Use a pontuação corretamente para facilitar a leitura.
- Os leitores de tela costumam identificar o objeto como uma imagem ou ícone. Dessa forma, é importante evitar redundância e informar novamente que se trata de uma imagem ou ícone. Pode-se partir diretamente à descrição do tipo de imagem. Por exemplo, ao invés de usar "Imagem mostra fotografia de uma criança sorrindo", optar por "Fotografia de uma criança sorrindo".
- A informação mais importante da imagem deve sempre vir primeiro.
- Ao descrever pessoas, atentar-se para fazer a descrição de forma mais objetiva/literal possível, sem inferir o que a pessoa parece estar sentindo na imagem. Por exemplo, dar preferência para "a pessoa sorri" ao invés de "a pessoa está feliz".
- Ao descrever pessoas, atentar-se também para descrever características e acessórios que possam ajudar na identificação como corte/penteado, textura e cor de cabelo, óculos, turbantes, joias e outros tipos de adornos como *piercings*, tatuagens visíveis etc.

- No caso de imagens complexas, como gráficos ou quadros, sempre que possível, explicar a ideia no parágrafo do texto logo antes da imagem (é recomendado também o uso de uma chamada para a imagem), de forma que o texto alternativo possa referenciar onde essa informação pode ser localizada.
- A descrição deverá ser feita de cima para baixo, da esquerda para a direita, conforme o sentido de leitura ocidental, seguido do fundo da imagem, considerando a posição dos elementos principais da imagem (vide Imagem 3).
- Caso a imagem seja meramente decorativa, informe isso no *alt text*. Basta escrever “imagem decorativa” para que o leitor possa prosseguir sem se preocupar em perder informações.
- Se a imagem possuir um texto que não está descrito no texto principal, é importante repeti-lo no texto alternativo para que o leitor não perca essas informações.

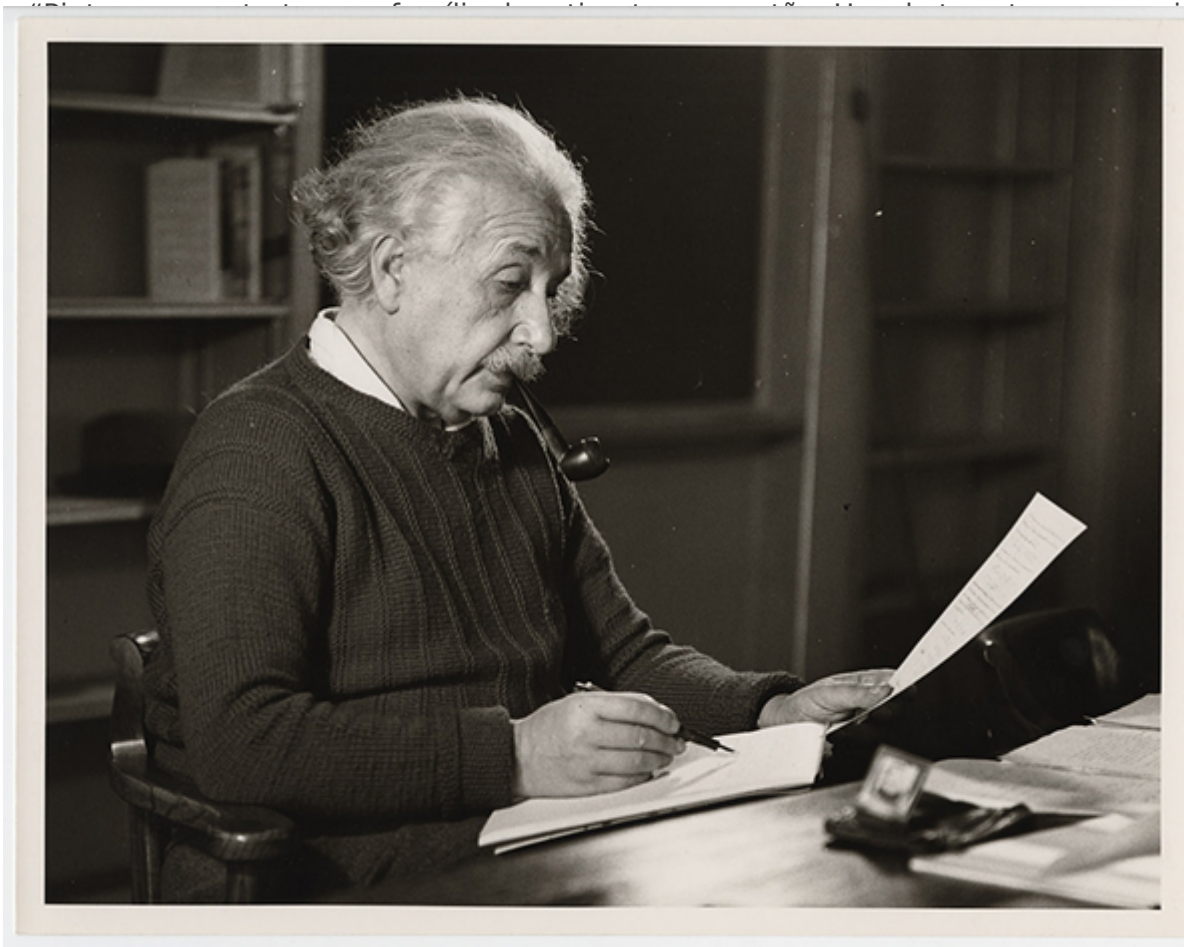
Exemplos de texto alternativo



Imagem: MASP

Imagem 1

- “Pintura de Candido Portinari”
- “Quadro - Retirantes, Candido Portinari”



za que

Imagem:

Flickr

Imagem 2

- “Albert Einstein”
- “Imagem decorativa” caso o texto principal já esteja falando sobre Albert Einstein.



Imagem: [National Cancer Institute](#)

Imagem 3

- "Fotografia de uma mulher de costas, de cabelos castanhos abaixo do ombro, vestindo um jaleco branco e luvas descartáveis, trabalhando em uma bancada, onde é possível encontrar equipamentos de laboratório sob duas prateleiras com garrafas de vidro".

Referências

Images Tutorial [online]. Web Accessibility Initiative, 2022 [viewed 22 November 2022]. Available from: <https://www.w3.org/WAI/tutorials/images/>.

A importância do texto alternativo e da descrição das imagens no WordPress [online]. Kaksi Media. 2014 [viewed 03 November 2022]. Available from: <https://kaksimedia.com/importancia-texto-alternativo-e-da-descricao-das-imagens-no-wordpress/>.

Alternative Text [online]. WebAIM. 2021 [viewed 03 November 2022]. Available from: <https://webaim.org/techniques/alttext/>.

Adicionar texto alternativo às imagens [online]. MailChimp. 2022 [viewed 03 November 2022]. Available from: Adicionar texto alternativo às imagens: https://eepurl.com/gv_m4v.

Aprenda como elaborar um texto alternativo e veja a importância deste recurso [online]. Atom Digital. 2021 [viewed 03 November 2022]. Available from: <https://atomdigital.com.br/tudo-sobre-seo/aprenda-como-elaborar-um-texto-alternativo-e-veja-a-importancia-deste-recurso/#:~:text=O%20texto%20alternativo%20n%C3%A3o%20%C3%A9,n%C3%A3o%20%E2%80%9C%C3%AA%E2%80%9D%20recursos%20visuais>.

Notas, normalização de referências e links externos

Notas

São consideradas notas as informações que geralmente iriam num rodapé de página num artigo acadêmico. Na verificação de conteúdo, elas são selecionadas e mantidas como informações de relevância no texto e citadas diretamente, como a publicação de um artigo onde há menção clara a esse artigo e seus autores no corpo do texto. Podem ser consideradas notas também informações adicionais que os autores julgaram necessárias e acrescentaram eles mesmos como notas no texto. As demais referências não citadas diretamente não são consideradas notas e entram apenas na seção de referências do post.

Referências

As referências bibliográficas em todos os posts seguem o modelo da norma ISO adaptada às necessidades do blog SciELO em Perspectiva. Veja os exemplos de normalização de referências em [Normalização de referências](#).

Publicação em Periódico

SOBRENOME, N. Título do artigo. *Nome do periódico* [online]. Ano, vol. 00, no. 00, pp. 00-00, ISSN: 0000-0000 [viewed 00 month year]. Link do DOI. Available from: ...

Exemplo:

VELTEROP, J. Nanopublications: the future of coping with information overload. *Logos* [online]. 2010, vol. 21, no. 3, pp. 119-122, ISSN: 1550-4267 [viewed 08 February 2015].

<https://doi.org/10.1163/095796511X560006>. Available from:

https://www.researchgate.net/publication/266892923_Nanopublications_The_Future_of_Coping_with_Information_Overload

Publicação em Servidor Preprint

SOBRENOME, N. Título do artigo. *Nome do servidor* [online]. Ano. [viewed 00 month year]. Link do DOI. Available from: ...

Exemplo:

LARIVIERE, V., *et al.* A simple proposal for the publication of journal citation distributions [online]. *bioRxiv*. 2016. [viewed on 24 January 2017]. <https://doi.org/10.1101/062109>. Available from: <http://biorxiv.org/content/early/2017/01/19/100784>

Publicação em Livro ou Monografia

SOBRENOME, N. Título do livro. Cidade: Editora, ano.

Exemplo:

FREDRIKSSON, E.H. (ed.) A century of science publishing: a collection of essays. Amsterdam: IOS Press, 2001.

Publicação em Capítulo de Livro ou Monografia

SOBRENOME, N. *Título do capítulo*: subtítulo do capítulo. In: SOBRENOME, N. (ed.) Título do livro. Cidade: Editora, ano.

Exemplo:

FREDRIKSSON, E.H. *The Dutch Publishing Scene*: Elsevier and North-Holland. In: FREDRIKSSON, E.H. (ed.) A century of science publishing: a collection of essays. Amsterdam: IOS Press, 2001.

Publicação em Site

Título [online]. Nome do site. Ano [viewed 00 month year]. Available from: ...

Exemplo:

COPE Code of Conduct [online]. Committee on Publication Ethics (COPE). 2016 [viewed 24 January 2017]. Available from: http://publicationethics.org/files/u2/New_Code.pdf

Caso tenha o nome do autor:

SOBRENOME, N. Título [online]. Nome do site. Ano [viewed 00 month year]. Available from: ...

Exemplo:

CURRY, S. Peer review is essential to good science – it's time to credit expert reviewers [online]. The Guardian. 2017 [viewed 11 September 2017]. Available from: <https://www.theguardian.com/science/2017/jun/01/peer-review-is-essential-to-good-science-its-time-to-credit-expert-reviewers/>

Publicação em Blog

SOBRENOME, N. Título [online]. *Nome do blog*, ano [viewed 00 month year]. Available from: ...

OBS: Se for do blog SciELO, mudar o idioma do título do post e do blog de acordo com a tradução.

Exemplo:

VELTEROP, J. O melhor de dois mundos [online]. *SciELO em Perspectiva*, 2016 [viewed 24 January 2017]. Available from: <http://blog.scielo.org/blog/2016/06/13/o-melhor-de-dois-mundos/>

Apresentação em Congressos e Eventos

SOBRENOME, N. Título. In: Nome do Congresso, Cidade, ano [viewed 00 month year]. Available from: ...

Exemplo:

ALISSON, E. El nivel de conocimiento sobre ciencia en la sociedad latinoamericana es dramáticamente bajo. In: FAPESP Week Buenos Aires, Buenos Aires, 2015 [viewed 12 January 2015]. Available from: <http://www.fapesp.br/week2015/buenosaires/el-nivel-de-conocimiento-sobre-ciencia-en-la-sociedad-latinoamericana-es-dramaticamente-bajo/>

Tweet

SOBRENOME, N. [social network]. In: @username [online]. Twitter, Month 00, year [viewed 00 month year]. Available from: ...

Exemplo:

DUNLEAVY, P. [social network]. In: @Write4Research [online]. Twitter, July 15, 2015 [viewed 08 November 2017]. Available from: <https://twitter.com/Write4Research/status/621272835303079940>

Carta

SOBRENOME REMENTENTE, N. [letter]. Letter to NOME DESTINATÁRIO, Cidade do destinatário, País. Cidade do remetente, País, MONTH 00, YEAR [viewed 00 month year]. Available from: ...

Exemplo:

ALBRITTON, E.C. [letter]. Letter to Dr. Francis H. C. Crick, Cambridge, England. Bethesda, United States of America, January 27, 1961 [viewed in viewed 20 December 2017]. Available from: <http://libgallery.cshl.edu/archive/files/1539b09ef1f1623de2858425cda02583.jpg>

Citação de autores

Dois autores - PACKER, A. and MONTANARI, F.

Três autores - PACKER, A.L., MENDONÇA, A. and ALMEIDA, F.

Mais de três autores - PACKER, A., *et al.*

Links externos

Os links externos são geralmente endereços de sites relacionados ao post, mas que não tenham um conteúdo específico escrito que os constituiriam como uma referência bibliográfica. Eles ficam abaixo das referências com um título e a URL disponibilizada logo a frente. Exemplos:

COPE - Committee on Publication Ethics: <http://publicationethics.org/>

ICMJE - International Committee of Medical Journal Editors: <http://www.icmje.org/>

Bori

Divulgação

Acompanhar os artigos embargados da Bori. Eles costumam enviar emails semanais com uma lista dos textos embargados.

Verificar se há algum artigo do SciELO. Olhar sempre o nome do periódico para ter certeza que é do SciELO.

Caso seja um periódico indexado no SciELO, verificar se é um artigo que está para ser publicado na base, pois alguns periódicos encaminham os artigos para Bori bem antes da publicação no site. Para fazer essa verificação, basta abrir o PDF e olhar a nomeação do arquivo. Se for um artigo que está para ser publicado no site SciELO, a nomenclatura seguirá o seguinte formato:

ISSN-acrônimo-volume-número-elocation/paginação

Por exemplo: <https://abori.com.br/wp-content/uploads/2025/04/1414-9893-pcp-45-e280295.pdf>

Preencher, então, a guia BORI na planilha de controle da seguinte forma:

- **Name:** Título do press release
- **Periódico:** Acrônimo do periódico
- **Link da matéria:** Inserir o link da matéria. Lembrar sempre de remover o trackback dos links dos artigos ao preencher a planilha (https://abori.com.br/ciencias-sociais/sharenting-compartilhamento-de-pais-nas-redes-sociais-ameaca-saude-mental-das-criancas/?utm_source=substack&utm_medium=email).
- **Título do artigo:** Título do artigo divulgado.
- **Link do artigo:** Link do artigo divulgado. Pegar o DOI do artigo do PDF.
- **Número:** Informação de volume e número em que o artigo está sendo publicado. Preencher seguindo o seguinte padrão: v45 (periódicos que publicam apenas volume) ou v45n1 (periódico que publicam volume e número).
- **Queda do embargo:** Data informada no site da Bori da queda do embargo. Essa data não muda. Caso haja algum problema no processamento, seja final de semana ou feriado, a única data que muda é o prazo da tarefa.
- **TAREFAS:** Item na guia TAREFAS. Criar seguindo o seguinte padrão:
 - **Name:** [BORI] TÍTULO DA MATÉRIA
 - **Responsável:** Pessoa responsável por acompanhar a publicação.
 - **Tipo de tarefa:** Bori
 - **Status:** Aguardando
 - **Prazo:** Colocar uns dois dias úteis após a queda do embargo para dar tempo da Bori fazer o post. Ir ajustando o prazo conforme necessário.

Acessar o perfil da Bori no Bluesky (<https://bsky.app/profile/borinasredes.bsky.social>) sempre que o embargo de um artigo tiver caído. Normalmente eles demoram alguns dias para fazer a divulgação.

Se o post fazendo a divulgação já tiver sido publicado, montar o conteúdo para o QRT, seguindo o modelo:

☐☐ Leia também o artigo do [NOME DO PERIÓDICO].

[LINK DO DOI, SE FOR DOI SCIELO. Se o DOI não estiver funcionando, avisar no canal de suporte e fazer a divulgação com o link do site SciELO]

Encaminhar para o Alex com o link para o post da Bori.

Dar like quando for dar o QRT (ajuda também a saber quais dos posts já receberam o QRT).

O post deverá ficar assim: <https://bsky.app/profile/scielo.org/post/3loiwnngktj227>

Uma vez que a divulgação for feita, dar o check no campo DIVULGAÇÃO da guia BORI do controle e marcar a tarefa como finalizada na guia TAREFAS da planilha.

Quando houver mais de um artigo divulgado pela Bori, preferencialmente fazer um por dia, evitar fazer um em seguida do outro.

Tarefas mensais