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:



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 (`<em></em>`);
- **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 (`<em></em>`).
  - **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 (`<em></em>`).
- **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 postpara 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 editoral 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/

Revision #55
Created 9 August 2022 12:20:19
Updated 18 September 2025 10:58:26 by Carolina Tanigushi