UNIVERSIDADE FEDERAL DE LAVRAS
PRÓ-REITORIA DE EXTENSÃO, ESPORTE E CULTURA

EDITAL PROEEC 002/2026

EDITAL PARA O PRÊMIO DESTAQUE EM EXTENSÃO, ESPORTE E CULTURA DA UFLA

Categoria Comunicação Pública da Ciência (CPC)

A Pró-Reitoria de Extensão, Esporte e Cultura da Universidade Federal de Lavras (PROEEC/UFLA), com o apoio da Diretoria de Comunicação (Dcom), torna público o presente edital e convida os(as) docentes e técnicos(as) administrativos(as) da UFLA a apresentarem propostas para concorrerem ao prêmio Destaque em Extensão e Cultura da Universidade Federal de Lavras - categoria *Comunicação Pública da Ciência (CPC).*

A premiação, regulamentada pela Resolução Normativa CUNI nº 171, de 12 de novembro de 2025, é parte das iniciativas da UFLA para reconhecer as diversas ações de produção extensionista e cultural e de democratização do acesso ao conhecimento científico, alcançando públicos não especializados.

1. OBJETIVO

1.1. Premiar, mediante a entrega de Certificado de Premiação, aqueles(as) pesquisadores(as) científicos(as) que tenham contribuído significativamente para aproximar a ciência, a tecnologia e a inovação da sociedade, utilizando, para tanto, a mídia (canais de comunicação voltados ao público não especializado).

1.2. Será premiado(a) 1 (um/a) pesquisador(a) por unidade acadêmica e 1 (um/a) pesquisador(a) pelo conjunto das unidades administrativas, a partir da avaliação dos critérios definidos neste Edital.

1.3 A Comunicação Pública da Ciência pode ser entendida como o conjunto de práticas e estratégias voltadas a promover a compreensão, o diálogo e a participação social em torno da ciência, superando a lógica de mera difusão de resultados e favorecendo processos democráticos de apropriação crítica do conhecimento científico. Especificamente neste edital, consideram-se elegíveis as iniciativas de CPC que utilizam a mediação de veículos de mídia para sua execução, o que inclui reportagens em texto, em vídeo, postagens em mídias sociais, entre outros conteúdos de mesma natureza informativa.

2. DOS REQUISITOS PARA PARTICIPAÇÃO

2.1. Para concorrer a este edital, os produtos de CPC inscritos pelo(a) pesquisador(a) devem cumprir os seguintes requisitos:

2.1.1. Terem sido veiculados entre 1º/1/ 2025 e 31/12/2025.

2.1.2. Possuir comprovação de produção e veiculação, o que pode ser evidenciado por meio de links para o conteúdo divulgado e ainda disponível ou, em casos específicos de veiculação em que não haja versão on-line da transmissão, declarações dos veículos responsáveis pela divulgação, acompanhadas pelo arquivo produzido.

2.2. O/A pesquisador (a) candidato(a) deve ser docente ou técnico(a) administrativo(a) da UFLA e não deve ter sido agraciado pelo Pdec - categoria CPC em 2025, conforme Resolução Normativa CUNI nº 171, de 12 de novembro de 2025.

2.3. O(A) candidato(a) deve ser o(a) próprio(a) pesquisador(a) que foi fonte para as produções de mídia inscritas ou orientador(a) do trabalho acadêmico divulgado.

2.4 É vedada a participação de membros da comunidade universitária que integram a Comissão de Premiação nomeada pela PROEEC para elaboração deste edital e avaliação dos produtos inscritos, bem como de seus parentes de primeiro e segundo graus, cônjuges, e companheiro(a).

3. DAS INSCRIÇÕES

3.1. Conforme Cronograma (Item 8), as inscrições devem ser feitas até 1º/10/2026.

3.2. As inscrições deverão ser realizadas de acordo com as disposições a seguir:

3.2.1. O formulário de inscrição, para acessar clique **aqui**, deverá ser preenchido e enviado no prazo estipulado no item 8.

3.2.2. É obrigatório enviar, por meio do formulário, uma planilha contendo todos os produtos submetidos à avaliação. O(A) candidato(a) poderá submeter quantos produtos desejar. O modelo de planilha a ser utilizado está disponível em https://docs.google.com/spreadsheets/d/1YZGHFDL7xSlNu1DyZaiPQiqx_nuTFatN/edit?usp=sharing&ouid=111047099911506970819&rtpof=true&sd=true. A planilha deverá ser baixada pelo candidato(a), preenchida, e anexada ao formulário de inscrição

3.3. Respeitando-se o prazo limite estipulado para a inscrição, na hipótese de reenvio das informações, apenas a última versão será analisada.

3.4. A PROEEC não se responsabiliza por quaisquer problemas na submissão das inscrições motivados por eventuais falhas de conexão com a internet, falta de energia elétrica, congestionamento das linhas de comunicação, bem como outras ocorrências de ordem técnica que impossibilitem a conexão ou a transferência de dados. Essas eventualidades não serão aceitas como argumento para submissão de inscrições após o prazo. Recomenda-se que sejam encaminhadas com prudente antecedência.

3.5. Após o prazo limite para inscrição, nenhuma retificação ou adendo será permitido.

3.6. Os(as) pesquisadores(as) candidatos(as) receberão uma mensagem por e-mail atestando o recebimento da inscrição.

3.7. As inscrições encaminhadas fora dos prazos e condições estabelecidas neste Edital não serão aceitas.

4. DA COMISSÃO TÉCNICA

4.1. A Comissão Técnica do Edital Prêmio Destaque em Extensão e Cultura - *categoria CPC* foi constituída por meio da Nº 9, de 1º de setembro de 2026, emitida pela PROEEC, e deverá executar todas as fases de seleção, até o resultado final.

5. DA SELEÇÃO

5.1. A seleção do(a) pesquisador(a) destaque na categoria CPC terá (duas) etapas, a saber:

5.1.1 Primeira etapa, de caráter eliminatório: análise documental para a validação da inscrição e avaliação da documentação enviada e do preenchimento do Formulário em consonância com o edital.

5.1.2. Segunda etapa, de caráter classificatório: análise, avaliação e parecer de mérito dos produtos de CPC, considerando sua “aderência à categoria CPC” e os Critérios de Avaliação do Item 5.4.

5.2 Os critérios de avaliação de cada um dos produtos de mídia apresentados pelo(a) pesquisador(a) candidato(a), bem como a pontuação de cada critério, estão definidos nos itens 5.3 e 5.4.

5.2.1 A pontuação final obtida pelo(a) pesquisador(a) candidato(a) será calculada pelo somatório dos pontos obtidos nos produtos considerados válidos para avaliação, observados os limites específicos estabelecidos para determinados tipos de produto.

5.2.2 Não há limite máximo de pontuação em cada critério de avaliação, quando não especificado no item 5.4.

5.2.3 Para evitar que a quantidade de produtos de um mesmo tipo produza vantagem desproporcional, serão aplicados os limites de pontuação estabelecidos no item 5.4.

5.3. Descrição dos critérios de avaliação:

5.3.1. RELEVÂNCIA DA INSTITUIÇÃO E DO VEÍCULO DE COMUNICAÇÃO
Esses ítens de avaliação levam em consideração a abrangência dos canais de comunicação em que o produto de comunicação pública da ciência foi veiculado e seu potencial para mobilização pública, bem como promovem uma valorização da disposição dos pesquisadores em compartilhar seus conhecimentos por meio dos produtos de Comunicação da Universidade, de forma a viabilizar sua distribuição para diferentes mídias. Também abarcam as dimensões de avaliação “impacto da atividade para transformação social” e “abrangência formativa da atividade”, previstas na Resolução que regulamenta o prêmio.

5.3.2. CONTRIBUIÇÃO PARA A ÁREA DE DIVULGAÇÃO E POPULARIZAÇÃO DA CIÊNCIA, TECNOLOGIA E INOVAÇÃO
Aqui são consideradas as características do material veiculado sob o ponto de vista de seu potencial de compreensibilidade por parte do público não especializado e de atratividade, bem como da geração de repercussão (a mesma pauta gerando várias inserções diferentes), de promoção de interações do público e de correção das informações veiculadas. Esses quesitos abarcam as dimensões de avaliação “impacto da atividade para transformação social”, “abrangência formativa da atividade” e “alinhamento à Política de Extensão da Universidade”, previstas na Resolução que regulamenta o prêmio.

5.3.3. ENVOLVIMENTO DOS PÚBLICOS
Considerando os preceitos da Comunicação Pública da Ciência, os produtos de mídia que incluem o público de forma mais ativa receberão pontuação nestes critérios, especificamente quando os públicos aparecem como fontes de informações. Também é valorizado o envolvimento de estudantes do grupo de pesquisa, já que o ato de atender a imprensa ou participar da produção de conteúdos de CPC é também uma complementação à formação no ensino, o que estimulará a prática entre os novos pesquisadores e profissionais. São quesitos que contemplam as dimensões de avaliação “abrangência formativa da atividade” e “protagonismo dos (as) estudantes e da comunidade externa no desenvolvimento da atividade”, previstas na Resolução que regulamenta o prêmio.

5.4. CRITÉRIOS PARA A AVALIAÇÃO DE CADA PRODUTO DE MÍDIA DE MÍDIA SUBMETIDO PELO(A)PESQUISADOR(A)

Relevância da instituição e do veículo de comunicação	
Tipos de veículo	***Pontuação por produção***
Mídias da UFLA *Consideram-se aqui os canais de comunicação mantidos pela Dcom/UFLA. A pesquisa divulgada simultaneamente por diferentes canais da UFLA (portais e mídias sociais) é contabilizada como sendo um único produto.*	5
Veículos de imprensa (Jornal, TV, site e Rádio) de **abrangência regional** *São veículos que priorizam assuntos regionais em sua grade de programação. Ex.: Jornal de Lavras, G1 Sul de Minas, Rádio Universitária, Jornal da EPTV, etc.*	3
Veículos de imprensa (Jornal, TV, site e Rádio) de abrangência nacional *São veículos que priorizam assuntos nacionais em sua grade de programação. Ex.: Estadão, Folha, Record Nacional, etc.*	5
Veículos da imprensa (Jornal, TV, site e Rádio) internacional *São veículos sediados fora do Brasil.*	8
Portais institucionais e mídias especializadas na temática *São exemplos de portais institucionais o da Embrapa, da Fapemig, do CNPq, Agência Fapesp, etc. Já como mídias especializadas temos exemplos como o Portal do Agronegócio, Canaltech, O Eco, Conjur, etc.*	2
Publicações em mídias sociais pessoais do pesquisador, em perfil de acesso público, sobre conteúdos científicos (exemplos: Youtube, Facebook, Instagram, TikTok, etc), com mínimo de 12 conteúdos por ano.	4 pontos por grupo de 12 publicações, limitado a 20 pontos no total
Publicações sobre conteúdos científicos em mídias sociais de Entidades de Extensão e outras iniciativas coletivas e institucionais (exemplos: Youtube, Facebook, Instagram, TikTok, etc), com mínimo de 6 conteúdos por ano.	2 pontos por grupo de 6 publicações, limitado a 10 pontos no total
Acréscimo de pontuação caso o produto tenha sido veiculado em TV aberta	1

5.4.1.1. Para fins de pontuação, publicações em mídias sociais pessoais do(a) pesquisador(a) serão consideradas em grupos de 12 publicações. O conjunto poderá receber, no máximo, 20 (vinte) pontos.

5.4.1.3. Não será permitida a contabilização duplicada do mesmo conteúdo quando divulgado simultaneamente em diferentes canais ou formatos pertencentes ao mesmo veículo ou iniciativa.

Contribuição para a área de divulgação e popularização da Ciência, Tecnologia e Inovação			
Critérios/escala de pontuação	Atende totalmente	Atende parcialmente	Não atende
Clareza e acessibilidade da linguagem *Avalia em que medida o produto de mídia comunicado traduz conceitos científicos complexos em linguagem acessível e relevante para públicos não especializados. Exemplos: uso de metáforas, exemplos práticos, comparações de grandeza em números, etc.*	2	1	-
Agrupamento e ordenamento das informações *Avalia se a forma de apresentação e organização das informações no texto colabora para a boa compreensão do conteúdo: as informações seguem uma sequência compreensível; não há saltos confusos ou fragmentação do raciocínio; os pontos mais importantes da pesquisa aparecem em destaque, com detalhes técnicos ou secundários em segundo plano; há agrupamento de explicações relacionadas, evitando dispersão; há uso de recursos como subtítulos e blocos temáticos para dar unidade à mensagem, quando muito extensa, etc.*	2	1	-
Atratividade segundo critérios de noticiabilidade *Avalia se há estratégias de ligação do conteúdo com o cotidiano do público; se o(a) pesquisador(a), como fonte de informação, conseguiu relacionar a pesquisa com contextos mais amplos (históricos, éticos, ambientais, sociais); se há valores-notícia como novidade,*	2	1	-

impacto, atualidade, proximidade, controvérsia, curiosidade, etc.			
Ética e responsabilidade na comunicação *Avalia o respeito a princípios de responsabilidade social, a não incorrência em sensacionalismo, a preservação de sujeitos envolvidos e comunidades representadas, a explicitação das limitações do estudo e de advertências eventualmente necessárias, etc.*	2	1	-
Reconhecimento do papel da universidade pública no processo de pesquisa *Observa-se se a comunicação reforça o papel da universidade como instituição pública comprometida com ciência e sociedade, e se há identificação da UFLA como local de realização da pesquisa.*	2	1	-
Comunicação Pública da Ciência como abordagem principal *Avalia se a divulgação das informações científicas é claramente o principal objetivo do produto de comunicação, e se inclui informações do processo de pesquisa (metodologias, resultados, contextualização, etc.). Casos de divulgações cujo principal objetivo seja outro (como entretenimento, divulgação de imagem institucional, etc), nos quais a CPC aparece de forma tangencial, serão pontuados como "atende parcialmente".*	2	1	-
Repercussão *Avalia se uma iniciativa de divulgação deu origem a outras produções sobre a mesma pesquisa científica em um espaço de tempo de até um mês.* ****As repercussões podem ser inscritas também como novos produtos a serem avaliados no Prêmio.***	2 (quando geradas mais de 5 novas publicações)	1 (quando geradas de 1 a 4 novas publicações)	-
Replicação de conteúdos *Avalia se uma iniciativa de divulgação deu origem a outras publicações muito similares sobre a mesma pesquisa científica em um espaço de tempo de até um mês. Aqui consideram-se aqueles conteúdos que são mera réplica de um*	2 (quando geradas mais de 5 novas publicações)	1 (quando geradas de 1 a 4 novas publicações)	-

conteúdo anterior já divulgado. ***As replicações não podem ser inscritas também como novos produtos a serem avaliados no Prêmio.***			

Envolvimento dos públicos		
Critérios/escala de pontuação	Sim	Não
Envolvimento de estudantes da graduação e pós-graduação no produto de mídia inscrito *Participação direta na entrevista, menção no texto, produção do material, etc.*	1	-
Envolvimento de pessoas da comunidade no produto de mídia inscrito *Participação direta na entrevista, menção no texto, etc.*	1	-

5.5. Em caso de empate de notas finais entre pesquisadores(a), será adotada a seguinte ordem como critério de desempate:

5.5.1. Maior nota no critério ENVOLVIMENTO DOS PÚBLICOS, considerando o somatório desse critério em todos os produtos de mídia apresentados por cada pesquisador(a).

5.5.2. O(A) pesquisador(a) que possua, há mais tempo, vínculo com a UFLA.

6. DA PREMIAÇÃO

6.1. O Prêmio será conferido, na forma de certificado de premiação, assinado pelo reitor e pelo pró-reitor de Extensão, Esporte e Cultura, ao(à) pesquisador(a) responsável pela inscrição no Prêmio.

6.2 Em acréscimo, o(a) pesquisador(a) com maior pontuação na categoria CPC terá a oportunidade de publicar um e-book pela Editora UFLA, sobre temática técnico-científica de sua especialidade, primando para que seja um conteúdo acessível ao público não-especializado.

6.2.1 A entrega à Editora do conteúdo a ser publicado deverá ocorrer em até 3 (três) meses após a premiação.

6.3 Além do certificado outorgado ao(s) candidatos(as), previsto no item 6.1, será contemplado com uma Menção Honrosa o(a) pesquisador(a) da UFLA que tiver sido fonte para a Dcom em 2025 nas produções do projeto “Prosas na Ciência: Contribuições da UFLA rumo ao processo dialógico da Comunicação Pública da Ciência”, e tenha colaborado, assim, para a produção do conteúdo de mídia com **maiores resultados em mobilização de público**.

6.3.1 A contabilização dos resultados mencionados no item 6.3 será feita considerando-se o somatório simples das métricas do Portal da Ciência (acessos), Instagram Ciência UFLA (reações: curtidas, comentários e compartilhamentos) e canal da UFLA no Youtube (visualizações), com levantamento feito em setembro de 2025.

6.3.2 Para concorrer à Menção Honrosa, não será necessário que o(a) pesquisador(a) se inscreva no Prêmio. Os números serão automaticamente verificados nas mídias da UFLA para todos os(as) pesquisadores(as) que se enquadrem no item 6.3.

6.3.3. A Menção Honrosa prevista neste item constitui reconhecimento complementar e simbólico, não sendo considerada, para fins de aplicação do interstício previsto na Resolução Normativa CUNI nº 122, de 29 de fevereiro de 2024, como premiação formal da categoria CPC.

7. DOS RESULTADOS E DOS RECURSOS

7.1. A PROEEC publicará o resultado preliminar e o resultado final, na sessão de editais da PROEEC da UFLA (https://proeec.ufla.br/editais), conforme datas estipuladas
no Cronograma (item 8), por meio das listagens:

7.1.1. Pesquisadores (as) CONTEMPLADOS(S) COM PREMIAÇÃO (com nota obtida na avaliação);

7.1.2. Pesquisadores(as) NÃO CONTEMPLADOS COM PREMIAÇÃO (em ordem de classificação por nota, da maior para a menor);

7.1.3. Inscritos(as) DESCLASSIFICADOS (com a indicação do motivo da desclassificação).

7.2. Recursos ao resultado preliminar deverão ser encaminhados para o e-mail premioextensao@ufla.br, no prazo estipulado no Cronograma (Item 8), indicando no assunto “Recurso Pdec - categoria CPC”.

7.3. O resultado dos recursos constará no relatório do resultado final conforme Cronograma (Item 8).

7.4. O Resultado Final emitido pela PROEEC/UFLA será definitivo.

8. DO CRONOGRAMA

8.1. O cronograma para execução das fases do Edital desta edição do Prêmio (categoria CPC) se dará da seguinte forma:

Período de inscrições	Até 1/10/26
Divulgação da lista de pesquisadores(as) inscritos(as)	6/10/26
Recurso referente à lista dos pesquisadores inscritos	7 a 9/10/26
Divulgação do resultado dos recursos em relação à lista dos(as) pesquisadores(as) inscritos(as)	10/10/26
Homologação da lista de pesquisadores(as) inscritos(as)	10/10/26
Análise dos conteúdos inscritos	13 a 30/10/26
Publicação do Resultado Preliminar	31/10/26
Recurso referente ao Resultado Preliminar	1 a 5/11/26
Divulgação do resultado do recurso quanto ao Resultado Preliminar	7/11/2026
Publicação do Resultado Final	7/11/26
Premiação	Durante o Conex

9. DISPOSIÇÕES FINAIS

9.1. A participação neste certame implica a aceitação total e irrestrita de todos os itens deste Edital.

9.2. O não cumprimento de qualquer instrução deste Edital implica a desclassificação do pesquisador.

9.3. É de inteira responsabilidade dos(as) pesquisadores(as) interessados(as) em concorrer a este Edital acompanhar todos os atos, comunicados e prazos referentes

a este Processo de Seleção divulgados no Portal de Editais da PROEEC UFLA: https://proeec.ufla.br/editais.

9.4. Em casos de dúvidas, entre em contato pelo e-mail: premioextensao@ufla.br.

9.4.1. No campo ASSUNTO registre: “Dúvida Edital Pdec - categoria CPC” .

9.5. Os casos omissos serão analisados pela PROEEC e pela Comissão Técnica deste Edital.

Lavras, 10 de setembro de 2026.

gov.br
Documento assinado digitalmente
CARLOS EDUARDO SILVA VOLPATO
Data: 10/09/2026 15:32:00-0300
Verifique em https://validar.iti.gov.br

CARLOS EDUARDO SILVA VOLPATO
PRÓ-REITOR DE EXTENSÃO, ESPORTE E CULTURA