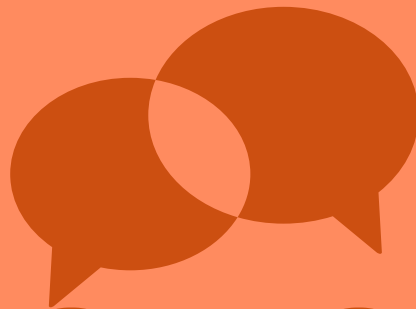


Manual de PROCEDIMENTOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL



INSTITUTO FEDERAL
Espírito Santo

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO	2
1. ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL	3
1.1 Regimento Geral	3
1.2 Comunicação no Governo Federal	4
1.3 Solicitação de Trabalhos	4
2. AS COORDENADORIAS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL E EVENTOS DOS CAMPI (CCSE)	6
3. POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO	8
4. ATIVIDADES DE COMUNICAÇÃO	9
4.1 Aplicação da Marca do Ifes	9
4.2 Produção de Textos	9
4.3 Assessoria de Imprensa	11
4.4 Mídias Sociais	13
4.5 Eventos	17
4.6 Capacitação sobre Comunicação	19
4.7 Relacionamento com outras Instituições	19
4.8 Site e Intranet	20
4.9 Programação Visual	20

APRESENTAÇÃO

A Comunicação Social em uma instituição pública de educação trabalha com a identidade e a imagem institucionais e possibilita que informações sobre a vida acadêmica e político-administrativa sejam tornadas públicas. A Assessoria de Comunicação Social do Instituto Federal do Espírito Santo (Ifes) e as coordenadorias de Comunicação Social de cada campus têm como atribuição propiciar a transparência e a comunicação da instituição com seus públicos estratégicos, e este manual vem para orientar e padronizar as atividades de comunicação realizadas no Ifes.

Comunicar é um processo de troca e compartilhamento, e o objetivo maior deste manual é estabelecer com os diversos públicos do Instituto um canal de permanente diálogo, assegurando que os trabalhos de comunicação estejam alinhados ao cumprimento da missão estratégica do Ifes.

Todos os servidores do Ifes podem solicitar os serviços de comunicação social, mas para isso é necessário conhecer esses serviços, bem como as formas de otimizar o trabalho.

1.1 REGIMENTO GERAL

No Instituto Federal do Espírito Santo (Ifes), o setor responsável pelas atividades de comunicação em âmbito sistêmico é a Assessoria de Comunicação Social (ACS), que desempenha atividades de comunicação organizacional de forma integrada e orienta as ações de comunicação em todo o Instituto. As atribuições desse setor estão dispostas no Art. 20 do Regimento Geral do Ifes¹:

Art. 20 Compete à Assessoria de Comunicação Social:

- I. promover a permanente divulgação das ações institucionais por meio das variadas formas de mídia, visando à consolidação da imagem institucional perante a sociedade e o mundo do trabalho;
- II. planejar, elaborar e implantar, em articulação com as Pró-Reitorias e as Diretorias-Gerais, as políticas de comunicação da Instituição;
- III. atuar juntamente com a imprensa e atendê-la no que diz respeito, respectivamente, às articulações para divulgação de ações/atividades e às demandas dos profissionais da mídia no âmbito da Reitoria;
- IV. acompanhar e analisar matérias, notas e reportagens referentes à Instituição;
- V. identificar e definir públicos-alvo para a comunicação interna e externa;
- VI. desenvolver projetos de comunicação em diferentes mídias;
- VII. articular-se com a Assessoria de Comunicação do MEC/SETEC, buscando espaços de divulgação institucional nos veículos desses órgãos e orientações acerca da política de comunicação do Governo Federal;
- VIII. elaborar informativos sobre os temas internos do Ifes;
- IX. responsabilizar-se pela comunicação e divulgação de eventos internos, com vistas à manutenção de um bom nível de informação entre os vários segmentos da Instituição;
- X. gerenciar contratos de serviços terceirizados necessários ao desenvolvimento das ações de comunicação institucional;
- XI. orientar as ações de comunicação dos campi;
- XII. promover reuniões de integração das equipes de comunicação dos campi, bem como pro-

¹ De acordo com seu Art. 1º, “O Regimento Geral é o conjunto de normas que disciplinam a organização, as competências e o funcionamento comuns aos vários órgãos, unidades e serviços integrantes da estrutura organizacional do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Espírito Santo – Ifes nos planos administrativo, acadêmico e disciplinar, complementando as disposições estatutárias”.

- por treinamentos e capacitações na área para os técnicos em comunicação e gestores;
- XIII. buscar a padronização de procedimentos e serviços, no âmbito institucional, com vistas a imprimir qualidade e nivelamento das ações de comunicação;
 - XIV. propor padrões e uniformizar os sítios dos campi e órgãos, em conformidade com orientações do MEC;
 - XV. coordenar a manutenção e atualização do sítio oficial, propor diretrizes para criação e manutenção dos sites dos campi e órgãos;
 - XVI. produzir textos e atender às necessidades de criação de materiais institucionais (panfletos, cartazes, cartões, cartilhas, manuais, convites, crachás, blocos, pastas, cadernos, calendários, agenda, bandeira etc.);
 - XVII. avaliar e gerenciar conteúdos (textos, áudio e imagens) remetidos pelos representantes dos campi para divulgação nos veículos de comunicação institucional, visando ao melhor aproveitamento do material e à repercussão desses nos públicos;
 - XVIII. dar suporte aos campi e outras unidades em fase de implantação que não disponham de profissional de comunicação;
 - XIX. participar dos fóruns de comunicação;
 - XX. responsabilizar-se pelo cerimonial e eventos da Reitoria.

1.2 COMUNICAÇÃO NO GOVERNO FEDERAL

A atuação da Assessoria de Comunicação Social, bem como a comunicação de todo o Governo Federal, é gerenciada pelo Sistema de Comunicação de Governo do Poder Executivo Federal (Sicom), integrado pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (Secom), como órgão central, e pelas unidades administrativas dos órgãos e entidades do Poder Executivo Federal que tenham a atribuição de gerir ações de comunicação.

1.3 SOLICITAÇÃO DE TRABALHOS

Todo servidor do Ifes pode solicitar o desenvolvimento de alguma atividade de comunicação à Assessoria de Comunicação Social. A partir do recebimento da demanda – que pode ser feita pessoalmente, por e-mail, por telefone ou por memorando, em alguns casos específicos –, a Assessoria avalia a pertinência da solicitação, estabelece prazos de acordo com os compromissos já assumidos no cronograma de atividades² e abre um briefing³ com as informações necessárias para o desenvolvimento do trabalho.

²O cronograma da Assessoria de Comunicação Social conta com a previsão de atividades das próximas quatro semanas e estabelece os prazos e trabalhos a serem desenvolvidos. Assim, toda nova demanda é programada a partir do tempo disponível no cronograma, do tempo estimado para a execução das tarefas demandadas e da necessidade de prazos e datas pré-encaminhadas pelo solicitante.

³ *Briefing* é o conjunto de informações e diretrizes para a criação e desenvolvimento de determinada campanha.

A ACS também orienta as demandas que são solicitadas, oferecendo melhorias e contribuições ao trabalho, visando atender de forma integrada e propondo novas soluções àquelas demandas. A equipe é formada por profissionais multidisciplinares de jornalismo, publicidade, design, relações públicas e revisão de texto, para que possa desenvolver ações integradas que atendam às atribuições do Art. 20 do Regimento Geral do Ifes.

Qualquer trabalho desenvolvido pela Assessoria de Comunicação Social é avaliado e aprovado por todos os servidores do setor. Dessa forma, todos ficam cientes do que está sendo produzido e têm responsabilidade compartilhada pelo resultado final dos trabalhos. Esse procedimento reflete o cuidado com a qualidade e a padronização dos trabalhos.

As coordenadorias de Comunicação Social e Eventos nos campi são estruturas formadas por servidores designados a cumprirem os objetivos definidos no Regimento Interno dos campi para o setor de comunicação. Alguns campi contam com profissionais de comunicação que estão à frente desse trabalho, outros têm a estrutura formada por servidores que buscam formação específica ou que têm afinidade com a área, realizando ações de comunicação nos campi e cumprindo com o plano de ação proposto.

Assim como na Assessoria de Comunicação Social, todo servidor do campus pode solicitar o desenvolvimento de alguma atividade de comunicação à Coordenadoria de Comunicação Social e Eventos, demandas cuja execução também pode ser orientada pela ACS.

O Art.14 do Regimento Interno dos campi define as seguintes atribuições às Coordenadorias de Comunicação Social e Eventos:

Art. 14. A coordenadoria de Comunicação Social e Eventos tem como finalidade assessorar os diversos setores do campus nas atividades de comunicação social, relações públicas e eventos, bem como sugerir e implementar propostas de trabalho na sua área de atuação, competindo-lhe:

- I. Promover a permanente divulgação das ações institucionais por meio das variadas formas de mídia, visando à consolidação da imagem institucional perante a sociedade e o mundo do trabalho;
- II. Atuar junto à imprensa e atendê-la no que diz respeito, respectivamente, às articulações para divulgação de ações/atividades e às demandas dos profissionais da mídia no âmbito do Campus;
- III. Buscar a padronização de procedimentos e serviços, no âmbito institucional, com vistas a imprimir qualidade e nivelamento das ações de comunicação;
- IV. Editorar as publicações produzidas de acordo com a Política de Comunicação Social do Ifes e executar a assessoria de imprensa do Campus;
- V. Elaborar informativos sobre os temas internos e, em conjunto com os demais setores no Campus, o seu calendário cultural;
- VI. Manter atualizado o sítio Web principal do Campus, bem como supervisionar e assessorar, juntamente com a Assessoria de Comunicação Social do Ifes, os demais sítios Web do Cam-

pus junto aos seus responsáveis;

- VII. Estabelecer critérios de afixação e controle de cartazes, faixas, murais e outras formas de divulgação no interior do campus;
- VIII. Planejar, organizar e divulgar os eventos do Campus, bem como preparar a infraestrutura necessária para a realização destes, em conjunto com os demais setores;
- IX. Responsabilizar-se pelo cerimonial dos eventos do Campus;
- X. Auxiliar na preservação da memória e da história do Campus;
- XI. Responsabilizar-se pelo gerenciamento dos perfis institucionais do Campus em mídias sociais;
- XII. Zelar pelo cumprimento das políticas e normas constantes da Política de Comunicação Social do Ifes.

Política de Comunicação é o conjunto de princípios e normas que orientam a prática da comunicação dentro de uma instituição. A Política de Comunicação do Ifes foi construída com o objetivo de profissionalizar as atividades de comunicação e consolidar a função estratégica da comunicação para a gestão do Instituto. O documento é resultado de um processo de construção coletiva, com a participação de gestores, servidores e alunos da instituição.

A Política de Comunicação é um instrumento para ampliar o acesso, a transparência e a clareza das informações da instituição, assim como aperfeiçoar os canais e processos de comunicação interna e com a sociedade, fortalecendo, conseqüentemente, a identidade institucional e a ação em rede do Instituto.

Os valores e objetivos institucionais afirmados na Política de Comunicação refletem os objetivos institucionais e estão vinculados ao processo de gestão e à construção de uma cultura de comunicação para o Ifes.

O documento na íntegra está disponível em: www.ifes.edu.br/politica-de-comunicacao

Abaixo estão listadas as principais atividades de comunicação que podem ser solicitadas à Assessoria de Comunicação Social do Ifes.

4.1 APLICAÇÃO DA MARCA DO IFES

Os materiais institucionais devem apresentar a correta aplicação da marca do Ifes, assim como materiais de divulgação e outros documentos. A Assessoria de Comunicação deve orientar e zelar pela correta aplicação da marca, conferindo padronização aos materiais.

A marca do Ifes deve ser aplicada de acordo com as orientações do Manual de Aplicação da Marca do Ifes, presente na “Área de Imprensa” do portal institucional (ifes.edu.br/download-de-marcas). No mesmo local, é possível baixar os arquivos digitais da marca do Instituto e de cada campus. Caso seja necessário algum formato específico não disponível, o servidor deve solicitá-lo à Assessoria de Comunicação Social do Ifes.

4.2 PRODUÇÃO DE TEXTOS

A produção de textos na Assessoria de Comunicação Social, de modo geral, acontece a partir de uma demanda encaminhada por servidores, do contato com os envolvidos ou a partir de texto encaminhado por um servidor. O texto recebido é revisado ortográfica e estilisticamente, e editado para adequar-se ao formato solicitado: publicitário, jornalístico ou institucional. Cada um desses formatos recebe tratamento específico pelos profissionais de comunicação, conforme a sua finalidade.

O profissional de revisão de texto atua integrado à equipe para garantir a correção ortográfica e gramatical do texto, bem como sua clareza e coesão, em acordo com as normas da língua portuguesa e respeitando o estilo do autor.

4.2.1 NOTAS

Notas são textos noticiosos normalmente utilizados para esclarecimentos e repasse de informações precisas, destinadas a explicitar o posicionamento oficial da instituição a respeito de determinado assunto.

4.2.2 NOTÍCIAS

Notícias são um meio de relatar fatos e divulgar informações de interesse e importância para a comunidade, facilitando sua compreensão pelo público.

O texto noticioso, geralmente, é composto por título, lide e corpo, utilizando-se a técnica da pirâmide invertida. De acordo com essa técnica de redação jornalística, as informações mais importantes são dadas no início do texto, e as demais, em hierarquização decrescente, vêm em seguida, de modo que as mais dispensáveis fiquem no final. Dessa forma, o leitor pode interromper a leitura do texto na altura em que desejar sem ter perdido as informações fundamentais, concentradas nos primeiros parágrafos.

Assim, para que seja possível a produção de notícias, é importante que o servidor, ao sugerir uma pauta, informe essas questões principais, contidas no lide: O QUÊ, QUEM, QUANDO, COMO, ONDE, POR QUÊ.

a) Título

É a frase acima do texto, com a finalidade básica de dar ao leitor uma orientação geral sobre a matéria e chamar a atenção do leitor. O título é que desperta o interesse pela leitura. O ideal é que ele seja curto, objetivo, atraente e que contenha um verbo de ação. Exemplo: "Campus Linhares abre vaga para professor substituto".

Em títulos, devem-se evitar ponto, dois pontos, ponto e vírgula, ponto de interrogação, ponto de exclamação, reticências, travessão ou parênteses. Também deve-se evitar divisão de sílabas em duas linhas e a utilização de palavras em maiúscula (caixa alta) ou em negrito.

b) Lide

É a introdução ou abertura da notícia. Em jornalismo, o termo resume a função do primeiro parágrafo: introduzir o leitor no texto e prender sua atenção. O lide noticioso deve responder às questões principais em torno de um fato: o quê, quem, quando, como, onde, por quê.

O lide deve sintetizar a notícia para que o leitor se sinta informado só com a leitura do primeiro parágrafo do texto. Para isso, deve ser conciso e ser redigido de preferência na ordem direta (sujeito, verbo e predicado).

c) Corpo

Desenvolvimento da matéria com informações como dados, números, citações etc. É o aprofundamento do assunto.

O que é notícia?

É importante compreender o que é ou não noticiável. Uma notícia é relevante quando afeta a vida das pessoas, em maior ou menor grau, e é interessante porque desperta a sensação e a empatia daquele que a recebe. No trabalho jornalístico, o Ifes prioriza a divulgação de notícias relacionadas a fatos que atendam aos critérios de noticiabilidade, como relevância, atualidade, ineditismo e proximidade. Na página inicial do site, a decisão por dar destaque a algumas notícias segue os mesmos critérios.

Dessa maneira, nem todo acontecimento é notícia, como casamento, morte, aniversário, nascimento ou fatos rotineiros, porque não são fatos relevantes e/ou inéditos para a comunidade em geral. Um fato que esteja acontecendo fora da instituição e que não tenha relação com a sua realidade e comunidade, em geral, também não é notícia, pois não é pertinente para seus leitores. Além disso, eventos que já ocorreram não costumam ser notícia, pois não atendem ao critério de atualidade. O ideal, portanto, é que os fatos sejam noticiados antes que aconteçam, para que as pessoas interessadas possam participar; no entanto, é possível que se noticie o fato imediatamente após sua ocorrência, caso este ainda conserve alguma novidade, para que as pessoas se informem sobre o assunto.

Cabe destacar também que todas as notícias podem ser acompanhadas de imagens, ainda que não apareçam na página inicial. A resolução da imagem para a postagem na Web não é tão relevante, porém, deve ser possível visualizar a imagem de forma adequada e submetê-la a triagem de qualidade e relevância. Ainda assim, recomenda-se que as fotos enviadas pelos servidores aos setores de comunicação tenham alta resolução⁴, para que sejam aproveitadas também em outros materiais institucionais, especialmente os impressos.

4.3 ASSESSORIA DE IMPRENSA

A assessoria de imprensa compreende o conjunto de estratégias e ações desenvolvidas com o objetivo de estabelecer canais de comunicação entre uma empresa, entidade, ou mesmo pessoa, e os profissionais de imprensa e meios de comunicação. É uma forma de se conquistar cobertura editorial (reportagens, notas em colunas etc.), nos meios de comunicação, com apelo noticioso e não comercial, ou seja, é um trabalho espontâneo, de modo que o veículo não cobra para publicar notícias que envolvam a instituição.

A Assessoria de Comunicação Social do Ifes tem como responsabilidade divulgar as informações sistêmicas ou relevantes para a imprensa estadual e nacional. As coordenadorias de Comunicação Social têm como atribuição estabelecer essa relação de proximidade com a imprensa local e regional, de acordo com a atuação do campus.

⁴ Por exemplo, com 300dpi de resolução original para aplicação final.

A assessoria de imprensa desempenha, geralmente, ações como: produção de releases, realização de entrevistas coletivas e contato regular e sistemático com os veículos de comunicação. Assim, as duas principais formas de contato da Instituição com a imprensa são pelas sugestões de pauta ou por demandas da própria imprensa.

As sugestões de pauta são releases divulgados pela instituição para os repórteres. Releases são textos noticiosos enviados à imprensa com informações de interesse para divulgação nos veículos de comunicação. Vale lembrar que não há obrigação de divulgação da sugestão de pauta por parte da imprensa; caso a pauta seja considerada relevante, atual e/ou de interesse público, o repórter vai divulgá-la. Como exemplos, podem ser encaminhadas sugestões de pauta sobre processos seletivos, concursos públicos, assim como sobre realizações relevantes e atípicas de estudantes ou servidores do Ifes.

As demandas de imprensa são o fornecimento de informações e de fontes para entrevistas, a partir de solicitações dos repórteres, com o objetivo de consolidar a imagem do Ifes nos veículos de comunicação, visando atingir os públicos de interesse da Instituição. Como exemplos, há demandas sobre vagas em processos seletivos e solicitação de profissional especialista para entrevistas sobre diversos assuntos.

A Assessoria de Comunicação Social também é responsável pelo gerenciamento de crise de imagem, com o auxílio das Coordenadorias de Comunicação e gestores. O papel da comunicação em uma gestão de crises é saber como conduzir situações críticas ou ataques à imagem, com repercussão na mídia ou na sociedade, para minimizar os impactos negativos na imagem institucional. São previstas ações de relacionamento, posicionamento da marca e transmissão de informações claras ao público estratégico.

Diariamente é realizado o clipping de notícias, que procura identificar as aparições e menções, na mídia, do Instituto Federal do Espírito Santo, bem como de assuntos correlatos à sua área de atuação. Para isso, é necessária a verificação diária dos jornais de grande circulação no Estado, dos alertas de citação do Ifes na internet, bem como o recorte, a digitalização e o armazenamento das menções ao Ifes ou a assuntos correlatos. Faz-se também a postagem desses arquivos na seção Na Mídia no site do Ifes (www.ifes.edu.br/na-midia), além da integração dos links ao informativo Notícias do Ifes.

A leitura que é feita a partir do clipping permite que se façam análises e interpretações sobre a imagem do Ifes perante a mídia, de modo a fornecer informações de grande interesse para os gestores, com o objetivo de orientar novas ações institucionais.

4.4 MÍDIAS SOCIAIS

Ao utilizar perfis e páginas em mídias sociais, o Ifes pode dialogar com alunos, servidores, funcionários terceirizados, estagiários, egressos e aposentados, bem como com pessoas sem vínculo oficial com a instituição, as quais tenham interesse em receber informações e interagir com o Instituto, e ainda com potenciais candidatos aos processos seletivos.

De forma sistêmica, o Ifes utiliza Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn e YouTube, considerando-se que são as mídias sociais mais importantes para a interação com seu público, podendo vir a adotar outras, de acordo com a popularidade que obtiverem e com a necessidade de sua utilização. A Assessoria de Comunicação Social gerencia e atualiza o conteúdo das mídias sociais, além de orientar o uso para os perfis e páginas oficiais dos campi. Destaca-se, a seguir, a atuação do Ifes nessas mídias sociais. Caso haja a necessidade de atuação em outras mídias, deve-se ter atenção ao público e ao perfil da mídia, para a adequação do conteúdo e do formato daquilo que nela será divulgado.

4.4.1 FACEBOOK

No Facebook, é possível criar dois tipos de conta: perfil ou página. Como um perfil direciona-se apenas a pessoas físicas, as instituições devem utilizar uma página para se comunicar.

Uma publicação da página pode ser curtida, indicando que a pessoa gostou daquele conteúdo; compartilhada, demonstrando que a pessoa quer dividir aquele conteúdo com seus amigos; ou comentada, representando uma interação com aquele conteúdo.

Além disso, os usuários podem também enviar mensagens privadas, que serão visualizadas apenas pela administração da página.

Para falar com esse público, existem algumas regras de redação das mensagens. Entre elas, estão:

- redação com informações concisas e sem repetir o conteúdo da imagem para que não canse o leitor;
- utilização de imagem, link ou vídeo em todas as publicações realizadas, para ilustrar e chamar a atenção dos usuários para as publicações;
- linguagem adequada às mídias, sendo direta e envolvente para o usuário, convidando-o à interação (com utilização de termos como confira, saiba mais, curta, compartilhe);
- sempre que possível, é indicado o acréscimo de link de redirecionamento a uma matéria ou um site que fornecerá mais informações sobre o assunto tratado.

A atuação no Facebook desenvolve-se em cinco frentes: publicações, fotos, capa, atendimento a interações e monitoramento de citações.

As publicações são feitas diariamente, para divulgar informações recentes e de interesse, como é o caso de eventos e processos seletivos. Para uma grande quantidade de fotos, como a cobertura completa de um evento, é indicada a criação de um álbum, para evitar um fluxo indesejavelmente grande na linha do tempo.

O Facebook apresenta diversas atualizações em relação ao formato das publicações, por isso é interessante manter-se atento e buscar adaptar o conteúdo para manter o interesse do público. Um exemplo é o uso de GIFs, que, tendo sido liberado no Facebook, passou a ser utilizado pela página oficial do Instituto em diversas oportunidades.

O uso das imagens em tamanho e qualidade condizentes com a mídia social torna a experiência mais agradável ao usuário, o que também causa impacto no resultado de seu engajamento com a publicação. Por isso é preciso conhecer os formatos das imagens usadas em cada mídia social e prezar pela aplicação correta.

A internet apresenta diariamente temas que se tornam referência de interação, gerando compartilhamento e engajamento do público; dessa forma, cria-se uma oportunidade de identificar assuntos a serem trabalhados na publicação daquele dia, aumentando a identificação com o público e o sucesso da página.

Já a capa é um recurso de maior destaque e visibilidade da mídia social, por ser a primeira imagem que é visualizada ao abrir a página. Atualmente, a ACS trabalha com a capa institucional e com capas temporárias, que representam algum momento por que a instituição esteja passando, como processo seletivo ou alguma outra campanha, por exemplo. A arte das capas também segue o padrão usado nas campanhas, podendo ser adaptada para cada campus que fizer a solicitação à ACS.

Além disso, a ACS realiza o atendimento a interações, em que todos os questionamentos direcionados ao Instituto, tanto em mensagens na linha do tempo da página (timeline), quanto em mensagens privadas (inbox), são respondidos. Esse atendimento deve ser feito o mais rápido possível, devido à dinamização da mídia e porque esse posicionamento mostra a preocupação do Ifes em dialogar com seu público e em fornecer informações de modo transparente. Questionamentos específicos precisam de auxílio dos setores responsáveis pelo assunto no Ifes, sendo fundamental o atendimento e o auxílio desses setores à ACS.

Cabe ressaltar aqui um aspecto importante do atendimento a interações: a conduta a ser adotada quando elas são negativas. Segundo o Manual de Mídias Sociais da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, é necessário que se responda a interação e tente dar uma resposta satisfatória, sem utilizar-se de linguagem rebuscada – jurídica, por exemplo – para falar com

o usuário. O posicionamento de ocultar ou ignorar um comentário ou questionamento negativo pode inflamar ainda mais determinada situação, com aumento de comentários e acusações.

Comentários só podem ser ocultados se forem ofensivos ou estejam “floodando” a timeline da página, ou seja, se o usuário estiver inundando a página de comentários, normalmente repetitivos.

Além das interações diretas dos usuários na página do Ifes no Facebook, a ACS também monitora a mídia como um todo, buscando identificar o que está sendo falado da instituição em outros locais. Todas essas informações da mídia são acompanhadas por meio de relatório que é feito pela ACS, a partir de ferramenta contratada para monitoramento de mídias sociais.

4.4.2 TWITTER

O Twitter é uma mídia social em formato de microblog, que permite publicações de até 280 caracteres, os tuítes. Na mídia, cada um pode definir a quem deseja “seguir”, isto é, acompanhar os tuítes de determinado perfil, podendo também interagir com ele. Assim, é uma importante ferramenta de comunicação para organizações, pois é um espaço de interação constante entre usuários.

O Ifes possui perfil no Twitter desde 6 de dezembro de 2009, e o trabalho da Assessoria de Comunicação Social no perfil institucional do Ifes pode ser dividido em três etapas: tuítes, atendimento a interações e monitoramento.

Diariamente, são preparados tuítes sobre os assuntos atuais que estão sendo noticiados pelo Ifes e que são de interesse do seu público. Cada tuíte deve ter até 118 caracteres, para que seja possível incluir também o link encurtado de redirecionamento à notícia. Além disso, a linguagem deve ser direta e envolver o usuário, convidando-o à interação.

Eventualmente, os tuítes levam à interação dos usuários, os quais podem repassar as informações a diante, por meio do retuíte, ou tirar dúvidas, relacionadas ou não ao assunto.

As interações que apresentam questões direcionadas ao Ifes devem ser respondidas pela ACS, pelos mesmos motivos do Facebook. Aqui, ratifica-se a importância do auxílio dos setores responsáveis pelo assunto questionado, sendo fundamental o atendimento e o auxílio desses setores à ACS.

4.4.3 INSTAGRAM

O Instagram é uma mídia social para compartilhamento de fotos e vídeos curtos que vem ganhando cada vez mais usuários. Na mídia, cada um pode definir quem deseja “seguir”, isto é, acompanhar as publicações de determinado perfil, podendo também interagir com ele por meio de curtidas, comentários e compartilhamentos.

O trabalho da Assessoria de Comunicação Social no perfil institucional do Ifes também é dividido nas etapas: publicações, atendimento a interações e monitoramento.

Semanalmente, são preparadas publicações sobre os assuntos atuais que estão sendo noticiados pelo Ifes, com foco principal em imagens e nas hashtags, que atuam como palavras-chave da publicação, com os assuntos a ela relacionados. Cada publicação tem ao menos as hashtags #souifes #ifes e a do campus, quando se referir a um em específico (#ifesmontanha, #ifesnovavenecia). Além disso, a linguagem deve ser direta e envolver o usuário, convidando-o à interação.

O uso das hashtags também permite o monitoramento das publicações, já que formam hiperlinks dentro da mídia, agrupando as publicações marcadas. Sendo assim, outros usuários podem clicar nas hashtags e ter acesso ao conteúdo indexado. O uso das hashtags também resulta em campanhas de “repost” pelo perfil oficial do Ifes no Instagram, que avalia as publicações marcadas com as hashtags oficiais e as republica. Esta é uma ação que gera identificação do usuário com o perfil do Ifes e incentiva o uso das hashtags oficiais e da colaboração na construção do conteúdo para esta mídia social.

Eventualmente, as publicações levam à interação dos usuários, que podem repassar as informações a diante, por meio do “repost”, ou tirar dúvidas, relacionadas ou não ao assunto. As interações que apresentam questões direcionadas ao Ifes devem ser respondidas pela ACS, pelos mesmos motivos do Facebook e do Twitter.

4.4.4 LINKEDIN

O LinkedIn é uma mídia social voltada para contatos profissionais. Os seguidores do Ifes nessa mídia são, em sua maioria, servidores e ex-alunos. Em função da especificidade do LinkedIn, o conteúdo divulgado se concentra em oportunidades profissionais (concursos públicos, processos de seleção) e em possibilidades de qualificação (cursos regulares, capacitações).

4.4.5 YOUTUBE

O YouTube é um site de compartilhamento de vídeos que também oferece opções de interação do usuário com o conteúdo postado, por meio de fóruns de comentários e botões de “like” (gostei) e “dislike” (não gostei). O canal oficial do Ifes no YouTube foi criada em 2015 e são postados vídeos de processos seletivos e produções institucionais.

A produção de vídeos ainda não é uma atividade com estrutura permanente na ACS. Os vídeos produzidos são feitos em parceria com o Centro de Referência em Formação e em Educação a Distância (Cefor) do Ifes, que realiza a edição do material, enquanto a Assessoria de Comunicação produz o roteiro.

Os vídeos que são postados no canal oficial do Ifes no YouTube podem ser compartilhados em outras mídias sociais e podem, eventualmente, gerar interação com o usuário no próprio canal. Assim como nas outras mídias sociais, as interações devem ser respondidas pela ACS.

4.5 EVENTOS

A Assessoria de Comunicação atua em várias vertentes na área de eventos: orientação na realização de eventos institucionais de todos os campi; realização de eventos institucionais da Reitoria; orientação e execução de cerimonial e cobertura fotográfica e jornalística.

Todos os campi podem solicitar orientação para realização de eventos institucionais – tanto culturais, quanto artísticos e administrativos, bem como de ensino, pesquisa e extensão. A ACS pode auxiliar na elaboração de termos de referência, indicação de fornecedores, planejamento de materiais para divulgação, indicação de materiais e equipamentos básicos para solenidades⁵, montagem da programação, ambientação dos eventos e dúvidas sobre cerimonial e protocolo. Todos os servidores envolvidos com eventos deverão seguir as orientações do Guia de Eventos, Cerimonial e Protocolo (disponível em <http://ifes.edu.br/guia-de-eventos-cerimonial-e-protocolo>).

A ACS tem como responsabilidade planejar, divulgar e executar os eventos promovidos pela Reitoria, em conjunto com o solicitante. Esta atividade também conta com a orientação a eventos já citada, incluindo, porém, também a providência de toda a estrutura necessária, assim como o envio de convites, o acompanhamento e o suporte ao evento durante seu andamento, além do suporte à participação do reitor ou de gestor representante do Ifes.

A cobertura fotográfica pode ser solicitada por campus que não possua coordenadoria de comunicação ou câmera para efetuarla, dependendo da disponibilidade de pessoal e veículo oficial para o atendimento à demanda. As fotografias – mesmo as enviadas posteriormente pelos campi, não tiradas pela ACS – são utilizadas para outras atividades, como a produção de conteúdo para mídias sociais, a publicação de galeria de imagens e a divulgação em notícias, além de construir um acervo de fotos que, eventualmente, será utilizado para materiais de comunicação dos campi e da instituição.

Além disso, também pode ser feita a cobertura jornalística, com a captação dos principais acontecimentos do evento. Porém, a cobertura jornalística só faz sentido em eventos que apresentarão alguma novidade com seu acontecimento, ou seja, que demandem alguma informação diferente de sua divulgação.

⁵ A ACS disponibiliza pontualmente – mediante solicitação do campus que não possuir – bandeiras do Brasil e do Espírito Santo, panóplia e tela de projeção.

4.5.1 INTERNOS

Os eventos internos do Ifes são os realizados por alunos e servidores de todos os campi, podendo ter visitação e divulgação para a comunidade externa. São considerados internos os eventos de pesquisa, ensino e extensão, bem como os culturais, esportivos, de datas comemorativas, formaturas, entre outros.

A ACS contribui com o trabalho de organização, ambientação, orientação para criação da programação, elaboração de roteiro e cerimonial, criação de identidade para o evento, contato com imprensa e outras atividades, de acordo com o tipo de evento.

A Assessoria de Comunicação Social   responsável, principalmente, por executar os eventos da Reitoria, e por isso é importante que os eventos dos campi sejam planejados e suas programações sejam informadas com antecedência à equipe da ACS, para que esta possa programar-se para a data desejada. A Assessoria de Comunicação também pode orientar equipes nos campi para realizarem eventos de acordo com o modelo e padrão utilizado pela Reitoria.

Eventos que são realizados em rede também precisam de engajamento das equipes nos campi para sugerir trabalhos dentro do tema proposto e mobilizar esforços para a divulgação e a participação no evento. Sendo assim, a ACS realiza o trabalho de integração dos campi nesses eventos.

As formaturas realizadas pelos campi possuem um manual específico para orientar as ações, facilitando a organização e conferindo um padrão aos eventos nos diversos campi do Ifes. O Manual de Formatura foi produzido pela Assessoria de Comunicação em parceria com as Coordenadorias de Comunicação nos campi. O documento está disponível em: <http://ifes.edu.br/manual-de-formatura>.

4.5.2 EXTERNOS

São considerados eventos externos aqueles em que o Ifes e seus campi são convidados a participar levando algum tipo de atividade ou trabalho de ensino, pesquisa ou extensão. Em regra, o organizador do evento disponibiliza espaço para o Ifes montar a estrutura de apresentação, já que não   possível o aluguel de espaço por instituições públicas.

Os eventos externos têm um importante papel na construção e consolidação da marca do Ifes perante a sociedade, já que apresenta o que é desenvolvido dentro da instituição em um ambiente em que circula um público estratégico para o Ifes. Esses eventos também são oportunidades de divulgação de processos seletivos, dos cursos e dos campi.

A ACS organiza a participação dos campi nesses eventos por meio do contato com os organizadores, planejamento da estrutura e ambientação, além da criação da identidade visual. Nos casos

em que o evento envolve a participação sistêmica do Ifes, ou seja, há possibilidade de apresentação de projetos de todos os campi, a Assessoria de Comunicação Social também monta comissões para seleção dos trabalhos que mais representem o tema e o objetivo institucional para aquele evento, por meio de editais.

4.6 CAPACITAÇÃO SOBRE COMUNICAÇÃO

O Regimento Geral do Ifes prevê como responsabilidade da Assessoria de Comunicação Social orientar a comunicação dos campi, com o objetivo de conferir padrão e credibilidade às ações desenvolvidas. É importante lembrar que a comunicação é feita por todos, mesmo que sem orientação ou padrão de procedimentos, por isso torna-se uma atividade essencial informar e compartilhar conhecimento sobre as estratégias da comunicação e os resultados que podem ser alcançados com a sua utilização.

A Assessoria de Comunicação Social tem o objetivo de realizar a capacitação de servidores, atuantes ou não nos setores de comunicação, para disseminar a cultura e os valores da Política de Comunicação. É importante que todos tenham noções básicas de comunicação e também de como podem solicitar apoio aos setores responsáveis. A ACS também indica materiais e cursos de capacitação, caso seja de interesse das coordenadorias.

O primeiro passo dado nessa direção é a criação deste Manual de Procedimentos da Comunicação no Ifes além da promoção de capacitação de servidores, de visitas técnicas da equipe da ACS aos campi, de workshops organizados de acordo com a demanda e de outros eventos.

4.6.1 MEDIA TRAINING

O Media Training é um processo de treinamento para servidores que visa à melhoria do relacionamento com a imprensa, seja no atendimento às demandas, seja para aperfeiçoar a capacidade de lidar com jornalistas em entrevistas. A Assessoria de Comunicação Social prevê a realização de media training para cumprir com o objetivo de melhorar o relacionamento do Ifes com a imprensa, podendo aumentar a divulgação espontânea e também o reconhecimento dos projetos, programas e profissionais que existem na Instituição.

A realização desses treinamentos poderá ser solicitado à ACS de acordo com a demanda, seja de grupo de gestores dos campi ou grupo de servidores que trabalhem com comunicação ou para os que são frequentemente solicitados pela imprensa.

4.7 RELACIONAMENTO COM OUTRAS INSTITUIÇÕES

Além dos serviços apresentados, a Assessoria de Comunicação também gerencia parcerias estra-

tégicas para o Ifes, como relacionamento com outras instituições públicas, secretarias, empresas promotoras de eventos e empresas parceiras em projetos de ensino, pesquisa e extensão.

Com instituições parceiras, faz-se a divulgação das parcerias ou convênios firmados, conforme o acordado em planos de trabalho, e também o envio da marca do Ifes e de orientação quanto à sua aplicação, no caso da utilização em materiais de comunicação do parceiro.

As Coordenadorias de Comunicação e Eventos dos campi também desempenham um importante papel no relacionamento com instituições parceiras, já que estão aptas a identificar oportunidades de parcerias locais que tragam benefícios aos campi e aos alunos em diferentes áreas de atuação, de acordo com a vocação da região.

4.8 SITE E INTRANET

A Assessoria de Comunicação Social é responsável por realizar todas as publicações no site oficial do Ifes e também nas seguintes pastas da Intranet: “Assessoria de Comunicação Social” e “Modelos de Documentos”, presentes nas pastas de Documentos Públicos.

Diversos tipos de documentos são publicados no site institucional: editais, portarias, atas, calendários acadêmicos, entre outros. Cada um desses documentos têm seu próprio local a ser publicado e sua correta e padronizada apresentação visual é fundamental para conferir-lhes credibilidade e veracidade. Sendo assim, é essencial que todos os documentos atendam ao Manual de Padronização do Ifes, baseado, principalmente, no Manual de Redação da Presidência da República. O Manual de Padronização do Ifes está disponível em <http://ifes.edu.br/manual-de-padronizacao-de-documentos-do-ifes>.

4.9 PROGRAMAÇÃO VISUAL

Os materiais de programação visual podem ser divididos em algumas categorias, de acordo com seu formato e utilização. Este manual trabalhará com três categorias – digitais, impressos e promocionais – que são descritas nos itens a seguir.

Além do desenvolvimento desses materiais, a Assessoria de Comunicação Social também fornece orientações e aprova layouts encaminhados pelos campi ou por instituições parceiras que tiverem interesse. Para isso, basta enviar a solicitação e a arte do material por e-mail.

Uma regra básica que deve ser seguida em todos os materiais, por exemplo, é a de correta aplicação da marca do Ifes. As orientações para essa aplicação estão contidas no Manual de Aplicação da Marca dos Institutos Federais – edição 2015 – disponível em <http://ifes.edu.br/download-de-marcas>.

Além disso, todo o trabalho de programação visual da Assessoria de Comunicação busca ser claro e não poluído, dando-se aparência profissional, organizada, unificada e interessante aos materiais. Dependendo de sua finalidade, o material recebe tratamento publicitário. Da mesma forma, as artes encaminhadas à ACS para aprovação serão analisadas pautando-se nestes princípios.

Cabe ressaltar também, neste ponto, a regulamentação de criação de marcas no Ifes. Para manter uma unidade da identidade visual e fortalecer a marca do Instituto Federal do Espírito Santo, a criação de marcas é limitada e regulamentada institucionalmente pela Portaria nº 1.818, de 22 de outubro de 2012.

Sendo assim, solicitações de criação de marca à Assessoria de Comunicação Social ou de utilização de marca criada por terceiros somente serão atendidas se respeitarem o disposto na portaria. De acordo com as determinações ali contidas, os setores e outras unidades fixas da instituição não devem ter marca própria, utilizando apenas o logotipo do Ifes para identificação de seus materiais. Programas, projetos e eventos de caráter temporário são autorizados a utilizar marca própria, desde que acompanhem a marca do Instituto.

As campanhas de processos seletivos de alunos são ações de grande importância para a atividade do Ifes, por isso são tratadas de forma específica em um documento que apresenta diferentes soluções de divulgação, de acordo com a localidade e a especificidade de cada campus, em um “Menu de Mídias: Processos Seletivos”. Este documento está disponível na Intranet em www.ifes.edu.br/menu-de-midias-processos-seletivos.

4.9.1 MATERIAIS DIGITAIS

Os materiais digitais são aqueles utilizados apenas para compartilhamentos no próprio computador, seja por meio de apresentações, e-mail, mídias sociais, sites ou programas. A seguir, são detalhados os principais materiais digitais realizados pela ACS: apresentação de slides, convite, e-mail marketing, imagem para mídias sociais, infográfico, proteção de tela, web template e web banner.

a) Apresentação de slides

O Ifes possui três modelos institucionais de apresentação de slides, que devem ser utilizados pelos servidores em todas as apresentações institucionais. Os modelos encontram-se na Intranet, na pasta “_Gerais”, dentro de “Modelos de Documentos” em “Documentos Públicos”, que fica no menu “Utilidades”.

Se em qualquer situação houver necessidade de se fazer uma apresentação de slides que não se adeque no modelo institucional, a ACS deve ser consultada.



Título da Apresentação
Subtítulo ou linha fina da apresentação

Autor da apresentação



INSTITUTO FEDERAL
Espírito Santo



Título da Apresentação
Subtítulo ou linha fina da apresentação

Autor da apresentação



INSTITUTO FEDERAL
Espírito Santo



Título da Apresentação
Subtítulo ou linha fina da apresentação

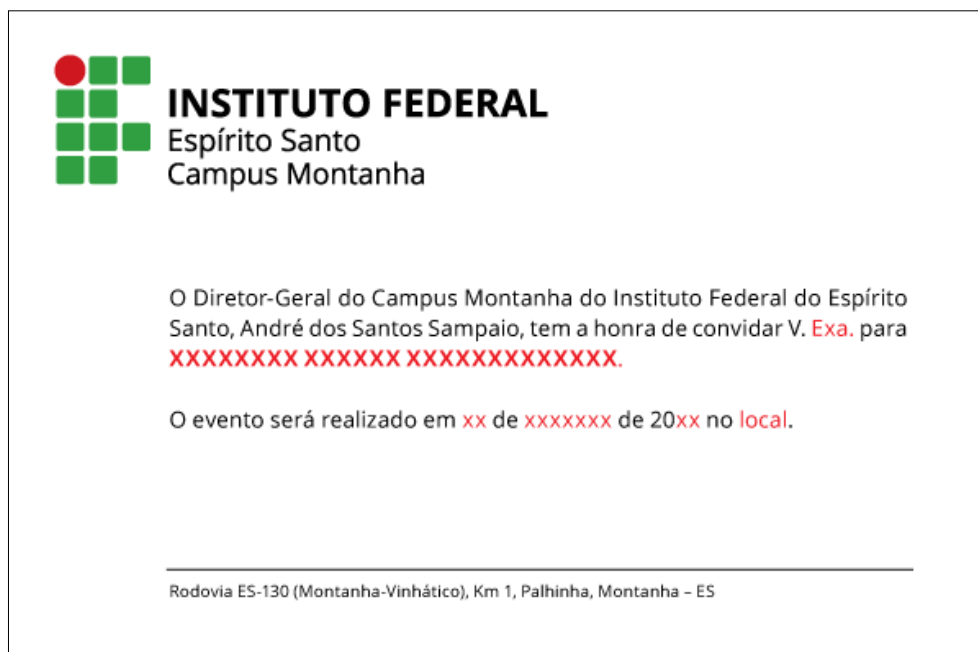
Autor da apresentação



INSTITUTO FEDERAL
Espírito Santo

b) Convite

Os convites para eventos oficiais do Ifes seguem um modelo padrão, para conferir identidade e credibilidade ao material. O convite é encaminhado para convidados quando a presença é desejável, mas não obrigatória, como no caso de uma convocação.



Embora o convite possa ser impresso, ele está relacionado entre os itens de materiais digitais, porque atualmente o mais usual é o seu envio por e-mail. Assim, no momento de pedido de confecção de um convite à ACS, é necessário ter em mente: que o convite seguirá o padrão abaixo; que são necessárias as informações do evento, local, data e horário de realização; que é necessário informar se será impresso ou não (pois isso altera o tipo de arquivo a ser enviado); e que é preciso atentar-se para o fato de existirem duas formas de tratamento básicas mais usuais, V.Exa. para autoridades e V.Sa. para os demais convidados que não necessitem de pronome de tratamento específico (exemplo: servidores, alunos, pais).

Especificação padrão (em caso de impressão):
Formato 15 cm x 10 cm, 4/4 cores, papel supremo 250 g/m².

c) E-mail marketing

O e-mail marketing é utilizado para divulgação a um público-alvo definido, por e-mail. Esta é uma ferramenta interessante de divulgação, já que, com seu emprego, o usuário se informa rapidamente, pode acessar o conteúdo no momento que é mais adequado e pode voltar a consultá-lo quando desejar. Além disso, o retorno da mensagem é facilmente mensurável, seja pelo número de e-mails efetivamente enviados, seja por quantidade de acessos a um link de redirecionamento, ou ainda pelo total de e-mails lidos.

Especificação padrão: O comprimento depende da quantidade de conteúdo, mas o recomen-

dados para a largura é que fique entre 600 e 780 pixels, com resolução de 72 dpi, e que o arquivo tenha, no máximo, 200 KB de tamanho, para uma boa visualização no e-mail.

d) Imagem para mídias sociais

Como descrito anteriormente, as publicações na página do Ifes no Facebook sempre são acompanhadas de imagens; sendo assim, são desenvolvidas para as campanhas de divulgação que são de interesse ao público das mídias sociais, com a identidade da campanha. É recomendado este mesmo formato também para o Instagram.

Especificação padrão para publicação no Facebook e Instagram: 640 x 640 pixels

e) Infográfico

O infográfico é uma representação gráfica mesclada a textos curtos para demonstrar informações de forma clara e atraente. Esse produto é considerado digital porque é utilizado, normalmente, para a composição de outros materiais – inclusive impressos – ou para apresentação em mídias digitais. As especificações do infográfico variam de acordo com a quantidade de informações e o objetivo de sua utilização.

f) Proteção de tela

A proteção de tela é a exibição de imagens no monitor quando o usuário deixa de utilizar, por algum tempo, o computador. Devido às suas características, a proteção de tela deve conter o mínimo de informações possível, pois ela deve conseguir passar a mensagem nos poucos segundos que é exibida.

No Ifes, todos os computadores são adequados pelos setores de Tecnologia da Informação para exibir imagens nas proteções de tela, que são alimentadas pela ACS no sistema. Assim, a proteção de tela surge como ferramenta importante para a divulgação de informações ao público interno do Instituto. Ressalta-se que, para visualizar uma nova atualização, o computador deve ser reiniciado.

g) Web template

Web template é o modelo de um website e tem a função de definir a parte visual da página web e a maneira como os dados, presentes no banco de dados, serão exibidos.

A Assessoria de Comunicação Social desenvolve apenas o layout do web template, que compreende o design da página, ficando a montagem html e css e a parte dinâmica das requisições a cargo de um profissional de Tecnologia da Informação do campus ou da Reitoria.

4.9.2 IMPRESSOS

Os impressos são aqueles materiais que necessitam de impressão gráfica para a sua utilização. A Assessoria de Comunicação Social desenvolve a arte para todos os materiais usuais descritos nos itens a seguir, porém, a contratação e execução do processo de impressão é de responsabilidade do solicitante.

a) Adesivagem em Estande

A aparência do estande em feiras e exposições é fundamental para sua atratividade e para captar o interesse do público no que está sendo apresentado. Um dos aspectos principais que contribuem para isso é a adesivagem das paredes ou da entrada para atrair a atenção das pessoas que passarem pelo local de exposição. É importante também planejar a disposição dos trabalhos de acordo com temas, campi ou outra forma de setorização que facilite o entendimento do visitante.

A Assessoria de Comunicação também propõe arte para a adesivagem do estande, sendo, para isso, necessárias informações sobre o estande que o Ifes terá no evento – como mapa do estande, com informações de área e localização de móveis e/ou equipamentos; público-alvo; e dia, horário e local do evento.

Especificação padrão: Adesivo em vinil, impressão digital, instalação (medidas conforme área do estande).

b) Adesivo

Adesivos de mão são utilizados para distribuição individualizada ou sinalização em ocasiões como datas comemorativas e encontros. E os adesivos em grandes formatos são usados para plotagem, exigindo a aplicação por parte do fornecedor, como foi apresentado no item anterior ou em adesivagem de veículos.

c) Banner

Banner é um material de maior durabilidade, por ser feito em lona, que contém mensagem publicitária ou institucional, sendo utilizado, normalmente, para identificação do espaço (em eventos de forma geral) ou para divulgação de informações relevantes para determinado público, podendo ser usado em feiras e exposições.

Especificação padrão: Banner em lona, impressão digital, acabamento em madeira, ponteiras e corda para pendurar. Tamanho 0,90 x 1,20 m.

d) Bloco de anotações

O bloco de anotações é um material institucional que pode ser distribuído para público interno e participantes de eventos específicos e pode ser usado em diversas ocasiões, contribuindo para a

divulgação institucional do Ifes ou do evento.

A ACS já possui um modelo padrão para o Ifes, mas podem ser solicitados outros modelos e especificações, de acordo com o objetivo do solicitante para novos formatos de impressão.

Especificação padrão: **Capa:** papel supremo 350 g/m²; formato A5; 4/0 cores. **4ª capa:** papel supremo 350 g/m²; formato A5; sem impressão. **Miolo:** papel off-set 75 g/m²; formato A5 (148 x 210 mm); 1/0 cor; 50 folhas por bloco. Acabamento: wire-o branco.

e) Boletim

O boletim é uma publicação periódica de caráter noticioso, que pode ser utilizado com o objetivo de divulgar as ações e acontecimentos dos campi. A Assessoria de Comunicação Social pode elaborar o modelo gráfico para que o campus interessado edite as informações (devendo ser informado qual será o programa de edição de texto) ou diagramar o conteúdo completo do boletim, a partir das matérias encaminhadas pelo campus. Além disso, a ACS também poderá revisar o texto – caso o campus deseje e envie o material em tempo hábil.

Especificação padrão: Normalmente, formato fechado A4; dependendo de seu número de folhas, o periódico poderá ter o formato aberto A4 (uma folha) ou A3 (mais de uma folha). O papel tradicionalmente é offset em gramatura 90 g/m² ou 120 g/m², podendo ser substituído por outro, como o reciclato.

f) Calendário de mesa

O conteúdo para a produção de calendários de mesa, como fotos e informações, deve ser encaminhado à ACS para produção do layout. Recomenda-se o planejamento da produção do calendário para que sua distribuição seja feita no fim do ano anterior ou no início do ano.

Especificação padrão: **Folhas:** 7 folhas; papel couché fosco 230 g/m²; formato 18 x 12 cm; 4/4 cores. **Base:** papel supremo 350 g/m²; formato aberto 18 x 32 cm; formato fechado 18 x 12 cm; 4/0 cores. Acabamento: corte/vinco (base), wire-o (cor a definir).

g) Capa

A criação da capa para relatórios, manuais, cartilhas e apostilas é feita separadamente – ou seja, sem a diagramação do miolo – apenas nos casos em que sua diagramação possua conteúdo e formato próprios, que não possam ser alterados. Para esses casos, a criação da capa é importante para tornar o material mais atrativo ao olhar do público.

Não há especificação padrão, pois dependerá do formato do material e da forma de impressão da capa.

h) Cartão de visitas institucional

O cartão de visitas institucional tem como objetivo apresentar as informações básicas necessá-

rias para a identificação e o contato do servidor, quando for entregue a possíveis parceiros de trabalho. Sendo assim, apenas informações relevantes ao cargo ou função que o servidor ocupa no Ifes devem estar presentes no cartão, pois este é de apresentação institucional, não pessoal.

O preenchimento correto do cartão de visitas institucional é regulamentado pela Portaria nº 1.841, de 23 de outubro de 2012. Sobre essa regulamentação, é importante ressaltar que a cor e os itens são fixos, bem como sua disposição.

É importante lembrar que a impressão dos materiais só é custeada pela instituição para ocupantes de cargo de direção (CD), conforme Instrução Normativa nº 9, de 3 de outubro de 2012, da Secretaria de Logística e Tecnologia da Informação, do Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão. Mas o servidor pode solicitar a confecção da arte pelo e-mail acs@ifes.edu.br, enviando as informações abaixo:

- nome completo do servidor (obrigatório);
- formação (opcional), podendo ser incluída apenas uma – a última ou a que o servidor julgar mais relevante. Exemplos: Mestre em Matemática, Especializado em Gestão Estratégica, Doutor em Física;
- cargo ou função que ocupa oficialmente no Ifes (obrigatório). Exemplos: Assistente em Administração, Professor, Secretária, Coordenador do Curso Técnico em Construção Civil, Diretor de Ensino;
- setor no qual o servidor está lotado oficialmente (opcional) – recomendado principalmente a servidores que não possuem o setor na denominação do seu cargo ou função;
- telefone fixo institucional (obrigatório), incluindo o código DDD (código DDI é opcional);
- fax institucional (opcional), incluindo o código DDD (código DDI é opcional);
- celular institucional ou pessoal (opcional), incluindo o código DDD (código DDI é opcional);
- endereço do campus no qual o servidor está lotado (obrigatório), sendo que a ACS já possui essa informação de todos os campi;
- e-mail profissional do servidor, ou seja, com final @ifes.edu.br (obrigatório). É opcional a inclusão de mais de um e-mail, isto é, há possibilidade de incluir mais de um e-mail institucional – do setor, por exemplo. E-mails particulares não devem ser colocados no cartão, pois este é um documento profissional dos servidores do Instituto Federal.

O verso do cartão de visitas é preenchido apenas com o logotipo centralizado do campus ou da Reitoria. A versão bilíngue do cartão de visitas também possui um padrão de confecção e pode ser solicitada pelo servidor que encaminhar todas as informações citadas acima, já traduzidas. A Assessoria de Comunicação Social não se responsabiliza pela tradução.

Especificação padrão: Formato 9 x 5 cm (obrigatoriamente), 4/4 cores, papel couché fosco 300 g/m². Impressão de dados variáveis (1 cor). Acabamento laminação fosca.

i) Caixa lembrete

A caixa lembrete é um material para utilização como ferramenta de trabalho ou de estudo, que tem como objetivo auxiliar na anotação de lembretes. Este material pode ser de caráter institucional ou temático para algum evento, data comemorativa ou projeto.

Especificação padrão: **Caixa:** papel supremo 300 g/m², formato montado 85 x 85 x 85 mm; 4/0 cores. Acabamento da caixa: corte e vinco, fundo colado com fita dupla face reforçada, plastificação brilho do lado externo. **Lâminas da caixa (miolo):** 600 lâminas (para cada caixa); papel off-set 90 g/m²; formato 85 x 85 mm; 1/0 cor. Acabamento: montar a caixa, colocar o miolo e embalar as caixas 1 a 1.

j) Cartaz

O cartaz é um impresso com mensagem publicitária destinada à divulgação de alguma informação. A impressão é realizada apenas de um lado, para que seja possível a sua fixação em murais e paredes. A fixação deve ser feita em locais de circulação do público-alvo.


Para a confecção da arte do cartaz para um evento, por exemplo, são necessárias algumas informações básicas, como: nome do evento, data e horário, local, informações de inscrição (se necessário) e apoiadores (se houver, deve ser enviada também a marca de cada um).

É importante ressaltar que o cartaz é um material de rápida leitura, por isso deve conter apenas informações essenciais, sem muito texto ou outros elementos, para não saturar a peça.

Especificação padrão: Formato A3, 4/0 cores, papel couché fosco 115 g/m². Acabamento: aplicação de quatro pedaços de fita dupla face no verso.

k) Cédula

A cédula é utilizada para votações secretas e deve seguir um padrão para dar caráter oficial para as eleições da Instituição. A ACS propõe o modelo a seguir que é utilizado para esse fim.

TÉCNICO-ADMINISTRATIVO	<hr/> <p>Mesário(a) Piúma, xx de abril de 2014</p>	 <p>INSTITUTO FEDERAL Espírito Santo Campus Piúma</p> <p>Eleição do Colégio Eleitoral do Conselho Superior</p>
------------------------	--	--

l) Certificado

O certificado é um documento que atesta um fato, sendo, necessariamente, assinado por autoridades competentes no assunto. Existe um modelo institucional para isso (disponível na Intranet

na pasta de “Modelos de documentos” de cada campus), que deve ser adequado com as seguintes informações: nome do participante; nome do evento; data de início e término; carga horária; data de emissão; e nome, portaria e cargo ou função das duas (ou mais) autoridades que assinam o certificado.

Na eventualidade de o modelo institucional a seguir não atender a algum caso, pode-se consultar a Assessoria de Comunicação Social quanto à possibilidade de criação de modelo específico, de acordo com a identidade do evento.



Especificação padrão: Formato A4, 4/0 cores, papel couché fosco 230 g/m². Impressão de dados variáveis (1 cor).

m) Crachá

O crachá é um cartão com dados sobre o seu portador, utilizado para sua identificação. Em eventos, é comumente utilizado quando se tem um público diversificado e que ainda não se conhece.

Especificação padrão: Formato 105 x 148 mm, 4/1 (ou 4/0) cores, papel supremo 250 g/m².
Acabamento: cordão rabo de rato com ponteira (cor a definir).

n) Envelope

Envelopes para utilização no serviço público como material de expediente são regulamentados pelo Decreto nº 80.739, de 14 de novembro de 1977. Os tamanhos padrão de envelope, neste

caso, são: 229 x 324 mm, 162 x 229 mm, 110 x 229 mm e 114 x 162 mm. Para esse tipo de envelope, já existe arte de cada campus pronta para impressão, em todos os tamanhos, disponível na Intranet, na pasta de cada campus em “Modelos de documentos”, dentro de “Documentos Públicos”.

Além desse, há o envelope de circulação interna, também com modelo já disponível na Intranet.

Para confecção de arte de outros tipos de envelope, a Assessoria de Comunicação deverá ser consultada.

Especificação padrão: Formato 229 x 324 mm ou 162 x 229 mm ou 110 x 229 mm ou 114 x 162 mm.

o) Fôlder

O fôlder é um impresso de uma folha só, podendo ter uma ou mais dobras, e de fácil circulação. O fôlder tanto pode ser usado para transmitir informações específicas e divulgar algo pontual, quanto pode ser um material atemporal e mais duradouro, como é o caso do fôlder institucional.

Para a divulgação de eventos, por exemplo, é importante que um número mínimo de informações sejam encaminhadas para a confecção do fôlder: nome do evento, data e horário, local, informações gerais e objetivos do evento, público-alvo, inscrições (período e onde fazer, se for o caso), além de contato para mais informações.

Para o fôlder institucional de um campus, por exemplo, informações como a história, os cursos oferecidos, os projetos, as atividades de extensão e infraestrutura são relevantes, cabendo ao campus definir também, em conjunto com a Assessoria de Comunicação Social, qual é o conteúdo adequado para atingir o objetivo desejado.

Especificação padrão: Formato A4 aberto, 4/4 cores, papel couchê fosco 115 g/m². Acabamento: duas dobras.

p) Faixa / Fundo de palco

Faixa e fundo de palco são feitos de lona, assim como o banner, e têm como objetivo identificar o local. A diferença entre os dois é que a faixa é utilizada na identificação da entrada ou da mesa de honra do local, enquanto o fundo de palco, como o próprio nome diz, fica no palco, fixado em estrutura metálica, atrás de todos que circularão por ele.

Além disso, o fundo de palco pode ser utilizado permanentemente, não de forma pontual para um evento, mas com informações institucionais. Assim, em todos os eventos do campus, por exemplo, haverá promoção da instituição e de sua marca.

Especificação padrão do fundo de palco:
Em lona, impressão digital, com estrutura em metalon, instalada e removida (formato de acordo

com as dimensões do local em que será instalado).

Especificação padrão da faixa:

Em lona, impressão digital, com acabamento em madeira, ponteiras e corda para pendurar (formato de acordo com as dimensões do local em que será instalada).

q) Ingresso

O ingresso é utilizado para regular a entrada de eventos, pagos ou não, sem que seja necessária a realização de inscrição. Normalmente, utiliza-se canhoto para controle de entrada, que é separado por picote.



Especificação sugerida: Formato 18cm x 10cm, papel couchê fosco 90 g/m², 4/0 cores, com picote linear.

r) Leque

O leque é um impresso publicitário de fácil circulação, assim como o pôster e o panfleto. A vantagem do leque é o seu formato, que, além de passar informações, é útil ao participante, não sendo descartado tão facilmente.

Especificação padrão: Faca padrão (se houver) ou especial, 4/4 cores, papel supremo 300 g/m².
Acabamento: plastificação brilho somente na frente.

s) Livro

Livro é uma modalidade de publicação não periódica. Para a realização da diagramação ou da criação de arte para a capa e quarta capa pela Assessoria de Comunicação Social, é necessário que o livro seja uma publicação do Ifes ou que tenha apoio da instituição.

Para a criação da arte da capa e quarta capa do livro, é necessário informar, basicamente: título e subtítulo; autor; resumo do livro (para entendimento sobre seu conteúdo); edição; se é uma coleção ou não; se deve conter marca-livro ou não (e seu conteúdo, se for o caso); tipo de capa (dura, brochura ou espiral); formato/tamanho do livro (ou se é livre); quantidade total de páginas do

miolo (exceto para livro em espiral); código de barras do ISBN; e o que é necessário, ou se deseja, na quarta capa.

Para a diagramação do livro inteiro, são necessárias, além das citadas anteriormente, as seguintes informações básicas: conteúdo (completo, final e revisado); tipo de impressão da capa e do miolo (preto e branco ou colorida); ficha catalográfica (feita por um biblioteconomista); edição; local; nome do editor; ano da publicação.

t) Manual / Guia

O manual, podendo também ser chamado de guia, contém instruções e noções iniciais sobre determinada atividade ou conhecimento. A ACS pode executar tanto a criação da arte da capa como a diagramação completa do material.

Para a criação da arte da capa, é necessário informar, basicamente: título e subtítulo; setor responsável; formato/tamanho (ou se é livre); tipo de impressão (preto e branco ou colorida).

Para a diagramação do manual inteiro, são necessárias, além das citadas anteriormente, as seguintes informações básicas: conteúdo (completo, final e revisado); tipo de impressão da capa e do miolo (preto e branco ou colorida); formato; edição; local; ano da publicação.

u) Marca-página

O marca-página é uma ferramenta de estudo e trabalho, podendo auxiliar servidores e alunos, bem como incentivar a leitura. Este material pode ser usado com o objetivo institucional ou com o tema de eventos e datas comemorativas.

Especificação padrão: Formato 21 x 5,5 cm, 4/4 cores, papel supremo 250 g/m².

v) Panfleto

Assim como o fôlder, o panfleto é um impresso de divulgação de apenas uma folha, porém, sem dobras. Além disso, o panfleto costuma comportar uma quantidade menor de informações, se comparado ao fôlder. As informações para a criação da sua arte são as básicas que devem ser passadas ao público-alvo.

Especificação padrão: Formato 15 x 21 cm, papel couchê fosco 115 g/m², 4/4 cores.

x) Pasta

A pasta é importante para distribuição a participantes de um evento, para organizar a folheteria e o material recebidos, como programação, bloco e caneta para anotações. Além disso, tem o seu uso não restrito ao evento, prolongando a visualização da marca e a lembrança da Instituição ou

do evento. Em termos de conteúdo, a pasta só possui informações básicas da identidade visual.

Especificação padrão: Formato aberto 47,5 x 31,5 cm, 4/0 cores, papel couché fosco 300 g/m².
Acabamento: uma dobra, corte/vinco, bolso colado (22,5 x 14,2 cm), laminação fosca em uma face.

y) Sacola

A sacola é relevante pela sua praticidade e utilidade, além de proporcionar a visualização contínua da marca da instituição ou do evento. Tem finalidade semelhante à de uma bolsa, porém, é feita de papel e não de tecido e, portanto, não possui a mesma durabilidade.

Especificação padrão: 35 cm (altura) x 25 cm (largura) x 12,5 cm (profundidade); 4/0 cores; papel kraft 350 g/m². Acabamento: dobra, vinco, reforço no fundo, rabo de rato com ilhós e ponteira.

4.9.3 Materiais Promocionais

Os materiais promocionais também precisam de confecção, além da criação da arte, mas utilizam outras técnicas, que não são de impressão gráfica. A despesa de contratação de brindes e materiais promocionais é vedada aos órgãos públicos, conforme o decreto nº 99.188, de 17 de março de 1990, especificamente no Art. 22:

A partir da data da publicação deste decreto, é vedada a realização de despesas com recursos provenientes de dotações orçamentárias, inclusive suprimento de fundos, para atendimento de gastos com aquisição ou assinaturas de revistas, jornais e periódicos, salvo os de natureza estritamente técnica e os considerados necessários, para o serviço, bem assim como cartões, brindes, convites e outros dispêndios congêneres, de natureza pessoal.

Sendo assim, a confecção de brindes é possível apenas em caso de verba específica para este fim proveniente de programa, por exemplo, ou de apoiadores. Portanto, deve ser pedida a arte do material à ACS apenas no caso confirmado de confecção dos materiais com as restrições acima. Como exemplos desse tipo de material, incluem-se: bolsa, camiseta, caneta, pendrive e squeezer.

Dúvidas e contato

Para tirar dúvidas sobre itens deste manual ou de assuntos que não são abrangidos por ele, entre em contato com a Assessoria de Comunicação Social: **27 3357-7526 | 27 3357-7500 Ramais 2006 ou 2016.**

Para envio de sugestões de pauta e informações sobre demandas de imprensa, utilize o e-mail **noticias@ifes.edu.br.**

Para outras solicitações e informações, entre em contato pelo **acs@ifes.edu.br.**



**INSTITUTO
FEDERAL**
Espírito Santo

Material desenvolvido pela Assessoria de Comunicação Social do Ifes em abril de 2016 e
atualizado em janeiro de 2018

ACS – Ifes – 2018-001