

# POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO DO IFCE



**INSTITUTO FEDERAL**  
Ceará

Reitor  
**Virgílio Augusto Sales Araripe**

Pró-reitor de Gestão de Pessoas  
Ivam Holanda de Souza  
Pró-reitor de Administração e Planejamento  
Tássio Francisco Lofti Matos  
Pró-reitor de Ensino  
Reuber Saraiva de Santiago  
Pró-reitora de Extensão  
Zandra Maria Ribeiro Mendes Dumaresq  
Pró-reitor de Pesquisa, Pós-graduação e Inovação  
Jose Wally Mendonca Menezes

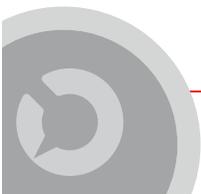
Chefe do Departamento de Comunicação Social  
Antonio José Pessoa de Alencar

Grupo de trabalho de elaboração:  
Antônio Moisés Filho de Oliveira Mota  
Mariângela do Amaral Saboya  
Nathaniel Carneiro Neto  
Ícaro Joathan de Sousa  
Rebeca Casemiro de Oliveira Loiola  
Cláudia Luisa Monteiro da Rocha  
Manuella Nobre Pitombeira da Silva

Grupo de trabalho de atualização:  
Antonio José Pessoa de Alencar  
Christiano Barbosa Porto Lima  
Ícaro Dias Diógenes  
Rebeca Casemiro de Oliveira Loiola  
Manuella Nobre Pitombeira da Silva

Revisão  
Vinícius C.S. Mota

Diagramação  
Francisco de Assis Simões Neto



INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO CEARÁ

# **POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO DO IFCE**

FORTALEZA - 2017

## APRESENTAÇÃO

A nova institucionalidade do IFCE, a partir da Lei que criou os Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia por todo País, trouxe inúmeros desafios. Entre eles, o de ser reconhecido pela sociedade com uma nova “cara”, com mais serviços e possibilidades proporcionados àqueles que já nos conheciam pela história centenária.

A partir daí, a comunicação precisou ter um lugar ainda mais de destaque na instituição, pois é essa atividade que, pensada de maneira estratégica, cria o ambiente favorável para estabelecermos as relações necessárias com nossos públicos de interesse.

Pensando no desenvolvimento cada vez melhor da nossa comunicação, o IFCE elaborou sua Política de Comunicação, um conjunto de posturas, estratégias e diretrizes que objetivam orientar o relacionamento da nossa instituição com todos esses públicos.

Este documento, hoje finalizado como a Política de Comunicação do IFCE, foi resultado de um processo de construção coletiva, coordenado pelos comunicadores da própria instituição, e que contou com a sugestão dos diversos segmentos da comunidade acadêmica.

Entender a comunicação como um processo, e não apenas como atividade meio, tem importante impacto na sua imagem, reputação e credibilidade. Por isso, a comunicação de excelência é, também, responsabilidade de todos os atores da instituição. Assim, com a implantação da Política de Comunicação, o IFCE segue na construção de uma cultura de comunicação.



## RESOLUÇÃO Nº 042, DE 22 DE AGOSTO DE 2016



Aprova a Política de Comunicação do IFCE.

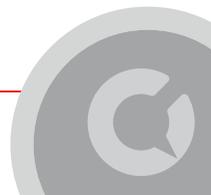
O PRESIDENTE DO CONSELHO SUPERIOR DO INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO CEARÁ, no uso de suas atribuições legais e estatutárias, considerando a deliberação do Conselho na 40ª reunião, realizada nesta data,

### RESOLVE:

Art. 1º - Aprovar a Política de Comunicação do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará.

Art. 2º - Esta Resolução entra em vigor a partir da data de sua publicação.

Virgílio Augusto Sales Araripe  
**Presidente do Conselho Superior**





## Sumário

1. Conceito .....	07
2. Princípios .....	07
3. Objetivos .....	08
3.1 Objetivo geral .....	08
3.2 Objetivos específicos .....	08
4. Estruturas .....	09
4.1 O Departamento de Comunicação Social .....	09
4.2 A Coordenadoria de Jornalismo e Imprensa .....	13
4.3 A Coordenadoria de Programação Visual e Publicidade .....	15
4.4 A Coordenadoria de Relações Públicas e Eventos .....	16
4.5 As coordenadorias e/ou setores de Comunicação dos campi .....	17
5. Das atribuições de comunicação .....	18
5.1 Do reitor .....	18
5.2 Dos pró-reitores .....	19
5.3 Dos diretores sistêmicos da Reitoria .....	21
5.4 Dos diretores-gerais dos campi .....	22
5.5 Do chefe do Departamento de Comunicação Social .....	23
5.6 Das coordenadorias e/ou setores de Comunicação dos campi .....	25
5.7 Das diretorias, departamentos e coordenadorias dos campi .....	26
5.8 Da Comissão Permanente de Divulgação .....	27
5.9 Dos demais servidores .....	27
6. Públicos de interesse .....	29
6.3 Caracteriza-se como público externo a sociedade em geral, em especial: .....	30
7. Eixos de atuação .....	30
8. Procedimentos de comunicação .....	32
9. Diretrizes complementares .....	36
9.2 Sobre a sinalização de ambientes da instituição: .....	37
9.3 Sobre as páginas eletrônicas da instituição: .....	37
9.4 Das mídias sociais .....	38
10. Disposições gerais .....	38





*“Todos têm direito a receber dos órgãos públicos informações de seu interesse particular, ou de interesse coletivo ou geral, que serão prestadas no prazo da lei, sob pena de responsabilidade, ressalvadas aquelas cujo sigilo seja imprescindível à segurança da sociedade e do Estado” (Constituição Federal do Brasil, artigo 5o, inciso XXXIII).*

## 1. Conceito

1.1 A Política de Comunicação Social do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará (IFCE) surgiu para fortalecer a comunicação pública no âmbito da instituição e estabelecer diretrizes para as ações do Departamento de Comunicação Social da Reitoria e das coordenadorias e/ou setores de Comunicação Social dos campi.

1.2 Por comunicação pública entende-se o processo comunicativo instaurado entre uma instituição pública e a sociedade, que tenha como base as informações de interesse público e o fortalecimento da cidadania.

## 2. Princípios

2.1 A Constituição Federal do Brasil assegura o direito de todo cidadão receber das instituições públicas informações de seu interesse particular ou de interesse coletivo. Esse direito constitucional foi regulamentado por meio da Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011 – conhecida como Lei de Acesso à Informação, fortalecendo, nos órgãos da administração pública, a cultura de transparência organizacional. Por isso, é dever do IFCE levar informação aos seus públicos como uma das formas de atender às necessidades do cidadão, sendo a comunicação social uma das ferramentas da gestão pública que confere transparência e torna mais acessível os serviços oferecidos pela instituição.

2.2 A comunicação social deve colaborar, também, com o desenvolvi-



mento estratégico da instituição, facilitando a compreensão, em todos os âmbitos da organização, acerca da missão, da visão e dos valores, objetivos e planos do IFCE e contribuindo para que esses sejam cumpridos.

2.3 A comunicação social do IFCE primará pelo profissionalismo do conteúdo produzido e pela veracidade das informações divulgadas. Contribuirá com a melhoria dos serviços oferecidos pela instituição, estabelecendo permanente diálogo com os públicos interno e externo. Atenderá, ainda, ao Princípio da Impessoalidade e garantirá o pluralismo de ideias e a diversidade regional.

2.4 A Política de Comunicação Social será executada de forma integrada pelos diversos profissionais da área e de forma articulada com os demais setores do IFCE, considerando que todos os integrantes da organização devem contribuir para uma boa comunicação.

### **3. Objetivos**

#### **3.1. Objetivo geral**

Estruturar e fortalecer a comunicação integrada na instituição, criando e mantendo fluxos de informação e influência recíprocas entre o IFCE e seus diversos públicos de interesse, subsidiando o planejamento estratégico e contribuindo para o cumprimento da missão da instituição.

#### **3.2. Objetivos específicos**

##### **3.2.1 Nos âmbitos interno e externo**

- Fortalecer e defender a marca, contribuindo para consolidar a institucionalidade IFCE.
- Estabelecer programas de comunicação adequados para cada público da instituição.
- Divulgar as informações de interesse público relacionadas ao IFCE.
- Qualificar as informações divulgadas sobre o IFCE, garantindo que elas tenham linguagem adequada ao público a que se dirigem.



### 3.2.2 No âmbito interno

- Tornar a comunicação uma ferramenta de desenvolvimento estratégico.
- Criar e consolidar os fluxos de comunicação que promovam a interação entre a gestão e os servidores do IFCE.
- Conscientizar o público interno, em todos os níveis, de que ele tem responsabilidade na construção da imagem do IFCE, contribuindo para implantar uma cultura de comunicação participativa na instituição.
- Integrar a comunicação institucional, otimizando recursos humanos e materiais.
- Criar uma unidade de discurso institucional e zelar pela sua aplicação em todas as unidades do Instituto Federal do Ceará, para que as informações básicas sobre a instituição possam ser de conhecimento do público, a fim de que se tenha uma boa imagem do IFCE;

### 3.2.3 No âmbito externo

- Ampliar o diálogo do IFCE com a sociedade.
- Apresentar e promover os serviços oferecidos pela instituição.

## 4. Estruturas

### 4.1. O Departamento de Comunicação Social

4.1.1 O Departamento de Comunicação Social do IFCE é formado por uma Coordenadoria de Jornalismo e Imprensa, uma Coordenadoria de Programação Visual e uma Coordenadoria de Relações Públicas e Eventos.

Parágrafo Único. O Departamento de Comunicação Social da Reitoria do IFCE será subordinado ao Gabinete do Reitor do IFCE.

4.1.2 O Departamento de Comunicação Social tem caráter sistêmico e é responsável por:

- a) estabelecer as diretrizes das ações de comunicação externa e inter-



na do IFCE, alinhando-se à Política de Comunicação do Governo Federal, defendendo a educação pública, gratuita e de qualidade como um bem inalienável de todo cidadão;

b) fazer cumprir as determinações da Política de Comunicação do IFCE, respeitando as especificidades de cada campus da instituição;

c) articular as ações de comunicação social com os campi, preservando a unidade da identidade institucional do IFCE;

d) planejar, supervisionar, coordenar e executar, em parceria com as coordenadorias e/ou setores de Comunicação dos campi, as ações de comunicação previstas no capítulo 7 deste documento (Eixos de atuação).

4.1.3 As ações de comunicação previstas nesta Política e/ou sugeridas pelo Departamento de Comunicação Social serão gerenciadas e executadas nos campi por coordenadorias e/ou setores de Comunicação Social, conforme equipe mínima sugerida neste documento.

4.1.4 O Departamento de Comunicação Social será chefiado, preferencialmente, por um(a) servidor(a) efetivo do quadro de pessoal do IFCE, com formação superior em Comunicação Social, Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Radiodifusão, Relações Públicas, Desenho Industrial, Design, Cinema ou áreas afins à Comunicação Social.

4.1.5 O chefe do Departamento de Comunicação Social é nomeado pelo reitor do IFCE.

4.1.6 O Departamento de Comunicação Social poderá ser composto, pelos seguintes profissionais, além do chefe do Departamento:

- jornalistas (E): responsáveis por recolher, redigir, registrar através de imagens e de sons, interpretar e organizar informações e notícias a serem difundidas, expondo, analisando e comentando os acontecimentos. Fazer seleção, revisão e preparo definitivo das matérias jornalísticas a serem divulgadas em jornais, revistas, televisão, rádio, internet, assessorias de imprensa e quaisquer outros meios de comunicação com o público. Assessorar nas atividades de ensino, pesquisa e extensão.

- produtores culturais (E): responsáveis por elaborar e colaborar no plane-



jamento e divulgação dos eventos culturais, artísticos e administrativos, bem como de ensino, extensão e pesquisa. Avaliar e comentar os acontecimentos de interesse da instituição. Manter a comunidade informada sobre os interesses da instituição. Promover e acompanhar programas de relações públicas. Promover palestras e programas promocionais em meios de comunicação; buscar divulgar informações de interesse da comunidade universitária, através de redação e publicação de documentos informativos, periódicos ou não da instituição. Assessorar nas atividades de ensino, pesquisa e extensão.

- programadores visuais (E): responsáveis por planejar serviços de pré-impressão gráfica. Realizar programação visual gráfica. Digitar, formatar e ilustrar textos; confeccionar boneco; definir tamanho da lombada; confeccionar prova digital; diagramar textos. Trabalhar seguindo normas de segurança, higiene, qualidade e preservação ambiental. Assessorar nas atividades de ensino, pesquisa e extensão.

- publicitários (E): responsáveis por estruturar estratégias de projeto; desenvolver propaganda e promoções; implantar ações de relações públicas e assessoria de imprensa. No desenvolvimento das atividades é mobilizado um conjunto de capacidades comunicativas. Assessorar nas atividades de ensino, pesquisa e extensão.

- redatores (E): responsáveis por escrever textos para publicação, representação e outras formas de veiculação e para tanto criam projetos, pesquisando temas, elaborando esquemas preliminares. Assessorar nas atividades de ensino, pesquisa e extensão.

- relações públicas (E): responsáveis por estruturar estratégias de projeto; pesquisar o quadro econômico, político, social e cultural; desenvolver propaganda e promoções; implantar ações de relações públicas e assessoria de imprensa. No desenvolvimento das atividades, é mobilizado um conjunto de capacidades comunicativas. Assessorar nas atividades de ensino, pesquisa e extensão.

- revisores de texto (E): responsáveis por revisar textos, atentando para as expressões utilizadas, sintaxe, ortografia e precisão para asse-



gurar-lhes correção, clareza, concisão e harmonia. Assessorar nas atividades de ensino, pesquisa e extensão.

- assistentes em administração (D): responsáveis por executar serviços de apoio nas áreas de recursos humanos, administração, finanças e logística; atender a usuários, fornecendo e recebendo informações; tratar de documentos variados, cumprindo todo o procedimento necessário referente aos mesmos; preparar relatórios e planilhas; executar serviços gerais de escritórios. Assessorar nas atividades de ensino, pesquisa e extensão.

- editor de imagem (D): responsáveis por operar videoteipe para gravação e/ou reprodução de imagens transmitidas e recolhidas na tela. Selecionar imagens e áudios e ordená-los, segundo um roteiro. Operar ilha de edição por VT, uma unidade de controle de edição automática e outras fontes de imagem. Realizar ajustes de nível de vídeo e áudio, durante gravações. Fazer a edição de programas e realizar cópias de programas. Assessorar nas atividades de ensino, pesquisa e extensão.

- desenhista de artes gráficas (D): responsáveis por interpretar solicitações de desenhos; elaborar desenhos de produtos ou serviços; submeter desenhos a aprovação. Dar acabamento final em desenhos; indicar características de materiais e acabamentos em desenhos. Assessorar nas atividades de ensino, pesquisa e extensão.

- diagramadores (D): responsáveis por planejar serviços de pré-impressão gráfica. Operar processos de tratamento de imagem, montar fotolitos e imposição eletrônica. Operar sistemas de prova e copiar chapas. Gravar matrizes para rotogravura, flexografia, calcografia e serigrafia. Trabalhar seguindo normas de segurança, higiene, qualidade e preservação ambiental. Assessorar nas atividades de ensino, pesquisa e extensão.

- técnicos em audiovisual (D): responsáveis por montar e projetar filmes cinematográficos, manejar equipamentos audiovisuais utilizados nas diversas atividades didáticas, e na pesquisa e extensão, bem como operar equipamentos eletrônicos para gravação em fita ou fios magnéticos, filmes ou discos virgens. Assessorar nas atividades de ensino, pesquisa e extensão.



- auxiliares em administração (C): responsáveis por executar serviços de apoio nas áreas de recursos humanos, administração, finanças e logística, bem como tratar documentos variados e preparar relatórios e planilhas, cumprindo todo o procedimento necessário referente aos mesmos.

Auxiliar nas atividades de ensino, pesquisa e extensão.

- fotógrafos (C): responsáveis por criar imagens fotográficas de acontecimentos, pessoas, paisagens, objetos e outros temas. Escolher equipamentos em função de intenções, área de atuação e circunstâncias. Operar câmera fotográfica, acessórios e equipamentos de iluminação. Operar programas de tratamento de imagens. Conceituar o trabalho fotográfico. Compor a imagem, modular a luz, enquadrar a imagem. Registrar a imagem sobre película ou meio magnético. Revelar filmes, editar imagem; ampliar fotos; digitalizar imagem; tratar imagem digitalizada ou convencional. Produzir documentação referente à imagem. Auxiliar nas atividades de ensino, pesquisa e extensão.

- locutores (C): responsáveis por apresentar programas de rádio e televisão, nos quais interpretam o conteúdo da apresentação, noticiam fatos, leem textos no ar, narram eventos esportivos e culturais, tecem comentários sobre eles e fazem a locução de anúncios publicitários; anunciar programação; checar as informações, adaptando-se aos padrões da emissora e do público-alvo; atuar em rádio, televisão e eventos, bem como em mídias alternativas, como cinema e internet. Gravar notícias, chamadas da programação e peças publicitárias; editar material gravado. Auxiliar nas atividades de ensino, pesquisa e extensão.

4.1.7 O Departamento de Comunicação Social encaminhará, anualmente, à Chefia de Gabinete da Reitoria, a demanda relativa às ações de comunicação, entre as quais licitação de materiais e serviços gráficos, organização de eventos e campanhas institucionais, entre outras, para fins de previsão no orçamento da instituição.

4.2. A Coordenadoria de Jornalismo e Imprensa

4.2.1 A Coordenadoria de Jornalismo e Imprensa é responsável, em parce-



ria com as coordenadorias e/ou setores de Comunicação dos campi, pelas ações de comunicação interna e externa do IFCE, entre as quais:

- a) atender a demandas da imprensa, produzir releases, realizar *follow-up* de envio de sugestões de pauta e visitar redações, quando necessário;
- b) planejar e viabilizar materiais e ações de divulgação externa de serviços e produtos do IFCE;
- c) produzir e manter atualizado, em parceria com os comunicadores dos campi, o Guia de Fontes da instituição;
- d) planejar e executar o treinamento de gestores e outras fontes internas, em parceria com os demais comunicadores da Reitoria e dos campi, para o atendimento à imprensa, dentro de padrões de relacionamento, confiança e credibilidade.
- e) divulgar informações de interesse público relativas ao IFCE para o público externo, utilizando as estratégias adequadas para a obtenção do melhor resultado possível, garantindo a responsabilidade e a exatidão das informações divulgadas;
- f) receber e avaliar os pedidos para divulgação de informações enviadas pelo Gabinete do reitor, pró-reitorias, diretorias sistêmicas e demais setores e servidores da instituição, bem como do seu corpo discente. Justificar a negação desses pedidos, nos casos em que isso ocorrer, bem como sugerir outras estratégias e ações aos autores do pedido quando estas forem mais adequadas;
- g) produzir conteúdo para o portal da Reitoria, a partir de informações fornecidas pelo Gabinete do reitor, pelas pró-reitorias, diretorias sistêmicas, órgãos de apoio e assessoramento e pelos comunicadores dos campi;
- h) editar os informativos impressos/eletrônicos do IFCE;
- i) gerir e produzir conteúdo da intranet;

4.2.2 A Coordenadoria de Jornalismo e Imprensa poderá ser composta, por jornalistas, fotógrafos e técnicos em audiovisual, além do coordenador.



Parágrafo único. Será nomeado coordenador um servidor com formação superior na área de Comunicação Social, preferencialmente, em jornalismo ou relações públicas, pertencente ao Departamento ou aos setores de Comunicação dos campi do IFCE.

#### 4.3. A Coordenadoria de Programação Visual e Publicidade

4.3.1 A Coordenadoria de Programação Visual e Publicidade será responsável por planejar, criar e zelar pela identidade visual dos produtos de comunicação do IFCE, em parceria com as coordenadorias e/ou setores de Comunicação dos campi, dando suporte às ações de comunicação interna e externa.

Entre as competências da Coordenadoria de Programação Visual estão:

- a) gerir a marca do IFCE nas diversas plataformas, garantindo sua correta aplicação, de acordo com os seus manuais de uso;
- b) estabelecer produtos modelos de comunicação;
- c) trabalhar, de forma articulada, com os profissionais de programação visual e publicidade nos campi, a fim de manter a correta gestão da marca e promover o aperfeiçoamento dos processos;
- d) planejar e viabilizar materiais gráficos para atendimento das demandas de comunicação visual da instituição, inclusive para vídeo e web;
- e) planejar e viabilizar campanhas, materiais e ações de divulgação de serviços e produtos do IFCE, em parceria com a Coordenadoria de Relações Públicas e Eventos;



4.3.2 O setor poderá ser composto por redatores, programadores visuais, publicitários, diagramadores, desenhistas de artes gráficas, fotógrafos e técnicos em audiovisual.

Parágrafo único. Será nomeado coordenador um servidor com formação superior na área de Comunicação Social, preferencialmente, em Publicidade e Propaganda, Design Gráfico ou Desenho Industrial, pertencentes ao Departamento ou aos setores de Comunicação dos campi.

#### 4.4 A Coordenadoria de Relações Públicas e Eventos

4.4.1 A Coordenadoria de Relações Públicas e Eventos, em parceria com as coordenadorias e/ou setores de Comunicação dos campi, terá as seguintes atribuições:

- a) propor, articular, acompanhar e analisar campanhas institucionais de informação, integração, conscientização e motivação dirigidas a públicos estratégicos e à informação da opinião pública, em apoio às ações do IFCE;
- b) propor, supervisionar e avaliar produção de material que, em essência, contenha caráter institucional do IFCE e se enquadre na comunicação organizacional, tendo como norte o estabelecimento de relações com o público interno e externo;
- c) alimentar e mediar os relacionamentos entre a Reitoria do IFCE e a comunidade interna e externa, por meio das mídias sociais;
- d) organizar, em parceria com os órgãos promotores, visitas, exposições e mostras que sejam do interesse da organização;
- e) promover, sempre que julgar pertinente, auditoria e pesquisa de clima organizacional;
- f) agregar valor aos eventos culturais, científicos e administrativos promovidos pelos órgãos da administração superior do IFCE, dando suporte estratégico e técnico;



g) organizar, em parceria com os órgãos promotores, eventos especiais, como inaugurações, comemorações, posses, exposições, visitas e viagens;

h) planejar, conduzir e analisar o cerimonial das solenidades oficiais da Reitoria, redigir discursos, mensagens e convites, bem como os respectivos protocolos;

i) analisar o cerimonial das solenidades oficiais do IFCE em que esteja prevista a presença do reitor da instituição, sugerindo alterações, quando necessário;

4.4.2 - A Coordenadoria de Relações Públicas e Eventos poderá ser composta por relações públicas, jornalistas, fotógrafos, técnicos em eventos e técnicos em audiovisual.

Parágrafo único. Será nomeado coordenador um servidor com formação superior na área de Comunicação Social, preferencialmente, em Relações Públicas ou Jornalismo, pertencente ao Departamento ou aos setores de Comunicação dos campi.

4.5 As coordenadorias e/ou setores de Comunicação dos campi

4.5.1 As coordenadorias e/ou setores de comunicação dos campi serão responsáveis por pensar, planejar, executar e fazer cumprir as ações de comunicação de acordo com as demandas de cada campus, a serem estabelecidas em comum acordo com as respectivas direções-gerais, obedecendo às diretrizes estabelecidas nesta política.

Parágrafo único. As coordenadorias e/ou setores de Comunicação Social dos campi serão subordinadas diretamente ao diretor-geral de cada campus.

4.5.2 Sugere-se que as equipes mínimas das coordenadorias e/ou setores de Comunicação dos campi sejam compostas por quatro profissionais, sendo estes:



- 1) jornalista ou relações públicas;
- 2) programador visual ou publicitário;
- 3) técnico em audiovisual;
- 4) assistente em administração/auxiliar em administração

4.5.3. O material produzido pelas coordenadorias de Comunicação Social dos campi passará por revisão de língua portuguesa. Ficará a critério de cada campus acrescentar um revisor à estrutura da equipe ou designar um professor ou servidor com formação em língua portuguesa para exercer essa função.

4.6 O Departamento de Comunicação Social do IFCE e as coordenadorias e/ou setores de Comunicação Social dos campi trabalharão de forma articulada, executando tarefas e ações integradas.

4.7 O Departamento de Comunicação Social do IFCE, bem como suas coordenadorias e os setores de Comunicação Social dos campi, devem ocupar ambientes fechados e de fácil acesso aos públicos interno e externo.

4.7.1 Esses ambientes devem possuir tamanhos compatíveis para o abrigo do mobiliário, equipamentos, máquinas, materiais e de toda a equipe lotada no setor, inclusive bolsistas e estagiários, não sendo aconselhado dividir os profissionais em ambientes distantes.

## **5. Das atribuições de comunicação**

### **5.1 Do reitor**

5.1.1 Fazer cumprir a Política de Comunicação Social do IFCE;

5.1.2 Dotar o Departamento de Comunicação Social dos servidores, equipamentos e condições necessários ao seu bom funcionamento;

5.1.3 Envolver profissionais da Comunicação nas reuniões periódicas de gestão, considerando a dimensão estratégica da comunicação para o crescimento da instituição;



5.1.4 Estar solícito à atender a imprensa nos temas em que a instituição for demandada ou indicar outros porta-vozes para esse papel;

5.1.5 Estar ciente de que, em todos os momentos, é ele o maior comunicador da instituição;

5.1.6 Conscientizar gestores e demais servidores da importância estratégica da comunicação para o IFCE;

5.1.7 Demandar materiais gráficos, eletrônicos e outras ferramentas de divulgação para suporte à divulgação de eventos e programas em tempo hábil, conforme disciplinado neste documento;

5.1.8 Revisar, aprovar e autorizar a divulgação dos materiais demandados por ele ou indicar uma segunda pessoa para cumprir essas tarefas;

5.1.9 Instaurar o gabinete de monitoramento de crise, sempre que houver necessidade.

## 5.2 Dos pró-reitores

5.2.1 Encaminhar as informações de interesse público referentes às suas áreas de atuação ao Departamento de Comunicação Social, em tempo hábil, conforme disciplinado neste documento, para possibilitar a correta divulgação das informações aos públicos interno e externo;

5.2.2 Informar o calendário anual de eventos promovidos por suas respectivas pró-reitorias, sempre no mês de novembro do ano anterior; Parágrafo único. Comunicar qualquer alteração posterior nesse calendário e a marcação de outros eventos imprevistos ou demandados de última hora;

5.2.3 Demandar materiais gráficos, eletrônicos e outras ferramentas de comunicação para suporte à divulgação de eventos e programas em tempo hábil, conforme disciplinado neste documento;



5.2.4 Estar solícito à atender a imprensa nos temas em que a instituição for demandada ou indicar outros porta-vozes para esse papel;

5.2.5 Revisar, aprovar e autorizar a divulgação dos materiais demandados por suas respectivas pró-reitorias;

5.2.6 Inserir e prever, solicitando auxílio do Departamento de Comunicação Social, a divulgação e a publicização de suas ações, produtos e serviços como parte essencial do processo de planejamento, criação e execução deles;

5.2.7 Do(a) pró-reitor(a) de Ensino, em especial:

Parágrafo único. Informar a previsão anual de cursos, vagas e turno de oferta de cursos regulares da instituição, sempre no mês de agosto do ano anterior, a fim de viabilizar o planejamento das ações de divulgação de processos seletivos do Sistema Único de Seleção Unificada (Sisu) na capital e no interior, com a eficiência desejada e atendendo à Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (LDB), além de permitir a prestação dessas informações a anuários, guias, portais eletrônicos e outros veículos de comunicação editados pelo IFCE e pela imprensa local e nacional;

5.2.8 Do(a) pró-reitor(a) de Gestão de Pessoas, em especial:

Parágrafo único. Participar do planejamento anual das ações de comunicação interna da instituição, incluindo a organização do seminário de recepção de novos servidores, bem como as atividades em prol da saúde e do bem-estar do corpo funcional.

5.2.9 Do(a) pró-reitor de Pesquisa, Pós-graduação e Inovação, em especial:

a) Informar a previsão anual de cursos, vagas e turno de oferta de cursos de pós-graduação da instituição, sempre no mês de agosto do ano anterior, a fim de viabilizar o planejamento das ações de divulgação, com a eficiência desejada, e a prestação dessas informações a anuários, guias, portais eletrônicos e outros veículos de comunicação editados pelo IFCE e pela imprensa local e nacional.

b) Estimular a participação dos pesquisadores do IFCE no Guia de Fontes da instituição.



### 5.3 Dos diretores sistêmicos da Reitoria

5.3.1 Encaminhar as informações de interesse público referentes às suas áreas de atuação ao Departamento de Comunicação Social, em tempo hábil, conforme disciplinado neste documento, para possibilitar a correta divulgação das informações aos públicos interno e externo;

5.3.2 Informar o calendário anual de eventos promovidos por suas respectivas diretorias, sempre no mês de novembro do ano anterior;  
Parágrafo único. Comunicar qualquer alteração posterior nesse calendário e a marcação de outros eventos imprevistos ou demandados de última hora;

5.3.3 Demandar materiais gráficos, eletrônicos e outras ferramentas de comunicação para suporte à divulgação de eventos e programas em tempo hábil, conforme disciplinado neste documento;

5.3.4 Estar solícito à atender a imprensa nos temas em que a instituição for demandada ou indicar outros porta-vozes para esse papel;

5.3.5 Revisar, aprovar e autorizar a divulgação dos materiais demandados por suas respectivas diretorias sistêmicas;

5.3.6 Do(a) diretor de Gestão de Tecnologia da Informação, em especial:

a) Participar da gestão compartilhada do portal do IFCE e da lista de *mailing* dos servidores, além de outras ferramentas eletrônicas de comunicação institucional;

b) Disponibilizar e manter um grupo de servidores dedicados à operação do portal do IFCE, inclusive para emergências fora do horário de expediente, garantindo total segurança das informações postadas nesse veículo;



c) Não autorizar, em hipótese alguma, a criação de páginas no domínio ifce.edu.br sem passar pela avaliação conjunta com o Departamento de Comunicação Social;

d) Gerir e manter atualizada a lista de *mailing* da instituição, agrupada nos seguintes segmentos (todos; docentes; servidores técnico-administrativos; alunos; servidores da Reitoria), removendo dessas listas os servidores que não quiserem receber as mensagens da instituição;

e) Não disponibilizar, de forma alguma, a terceiros o *mailing* da instituição;

f) Desenvolver, criar e manter a rede intranet do IFCE ou sistema com função similar;

g) Discutir e viabilizar, sob demanda, o uso de sistemas de informação para a implementação de novas tecnologias de comunicação, cuja atualização de conteúdo será gerenciada em parceria com o Departamento de Comunicação Social e as coordenadorias de Comunicação dos campi.

h) Realizar treinamentos na área de Tecnologia da Informação para os servidores lotados nas estruturas de comunicação do IFCE, de acordo com as demandas necessárias de operação dos portais eletrônicos e demais serviços de comunicação.

## 5.4 Dos diretores-gerais dos campi

5.4.1 Fazer cumprir a Política de Comunicação Social do IFCE em seus respectivos campi;

5.4.2 Dotar as coordenadorias de Comunicação Social dos campi dos servidores, equipamentos e condições necessárias ao seu bom funcionamento;

5.4.3 Envolver profissionais da Comunicação nas reuniões periódicas de gestão, considerando a dimensão estratégica da comunicação para o



crescimento da instituição;

5.4.4 Estar solícito a atender à imprensa nos temas em que a instituição for demandada ou indicar outros porta-vozes para esse papel;

5.4.5 Estar ciente de que, em todos os momentos, é ele o maior comunicador da instituição no campus;

5.4.6 Conscientizar chefes de departamento e coordenadores de eixos da importância estratégica da comunicação para o IFCE;

5.4.7 Instaurar o gabinete de monitoramento de crise no campus, sempre que necessário.

5.4.8 Colaborar com a realização das atividades sistêmicas da Comunicação Social, inclusive com a liberação, quando necessário, de servidores para execução de projetos e ações compartilhadas entre a Reitoria e os campi.

5.4.9 Prestar informações, em tempo hábil, sobre seu respectivo campus, para viabilizar materiais de comunicação a serem produzidos pelo Departamento de Comunicação Social;

5.4.10 Tomar as providências para a criação e o bom funcionamento da Comissão Permanente de Divulgação do campus.

5.5 Do chefe do Departamento de Comunicação Social

5.5.1 Fazer cumprir a Política de Comunicação Social do IFCE.

5.5.2 Estabelecer as diretrizes das ações de comunicação externa e interna do IFCE.

5.5.3 Articular o planejamento estratégico anual de comunicação do IFCE.

5.5.4 Viabilizar a divulgação de informações de interesse público relativas



ao IFCE para os públicos externo e/ou interno, utilizando as estratégias adequadas para a obtenção do melhor resultado possível, garantindo a responsabilidade e a exatidão das informações divulgadas;

5.5.5 Receber e avaliar, em articulação com os coordenadores de Jornalismo e Imprensa, de Programação Visual e de Relações Públicas e Eventos, os pedidos de divulgação de informações enviados pelo Gabinete do reitor, pró-reitorias, diretorias sistêmicas e demais setores e servidores da instituição, bem como do seu corpo discente. Submeter à aprovação final do setor demandante o material produzido antes de sua divulgação – ou delegar essa tarefa a outros profissionais do setor. Justificar a negativa desses pedidos nos casos em que isso ocorrer, bem como sugerir outras estratégias e ações aos autores do pedido quando estas forem mais adequadas;

5.5.6 Propor ferramentas de comunicação interna e externa direcionadas aos servidores e alunos do IFCE;

5.5.7 Orientar - em parceria com o coordenador de Jornalismo e Imprensa e os coordenadores ou profissionais de Comunicação dos campi - gestores e pesquisadores do IFCE nos assuntos relativos à comunicação, bem como acompanhá-los em entrevistas e prestação de informações aos veículos de comunicação, quando necessário;

5.5.8 Contribuir com a elaboração do Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) e do Plano Anual de Ações (PAA) da Reitoria, informando as demandas da área de comunicação a serem implementadas, bem como acompanhar suas execuções.

5.5.9 Desenvolver estratégias de relacionamento com a imprensa;

5.5.10 Fazer cumprir os eixos de atuação previstos no capítulo 7 deste documento;

5.5.11 Detectar situações que possam afetar a imagem da organização e realizar prognósticos;



5.5.12 Gerir produtos e demandas de agências e entes terceirizados;

5.5.13 Propor e acompanhar programa de capacitação dos servidores em comunicação.

5.5.14 Demandar e especificar à Chefia de Gabinete da Reitoria, mediante disponibilidade orçamentária, os equipamentos necessários às atividades do Departamento de Comunicação e suas coordenadorias.

5.6 Das coordenadorias e/ou setores de Comunicação dos campi

5.6.1 Fazer cumprir a Política de Comunicação Social do IFCE no campus, atuando de forma sistêmica, com o Departamento de Comunicação Social.

5.6.2 Atender às diretrizes das ações de comunicação externa e interna do IFCE.

5.6.3 Divulgar informações de interesse público relativas ao IFCE para os públicos externo e/ou interno, utilizando as estratégias adequadas para a obtenção do melhor resultado possível, garantindo a exatidão das informações divulgadas.

5.6.4 Receber e avaliar os pedidos de divulgação de informações enviados pelo gabinete do diretor-geral, dos departamentos, das coordenadorias e os demais setores da instituição. Submeter à aprovação final do setor demandante o material produzido antes de sua divulgação. Justificar a negativa desses pedidos nos casos em que isso ocorrer, bem como sugerir outras estratégias e ações aos autores do pedido quando estas forem mais adequadas.

Parágrafo Único. Em casos omissos ou de dúvidas quanto à aplicação das diretrizes da Política de Comunicação do IFCE, as coordenadorias e/ou setores de Comunicação dos campi devem consultar o Departamento de Comunicação Social.

5.6.5 Propor ferramentas de comunicação interna e externa aos servi-



dores e alunos do IFCE.

5.6.6 Desenvolver estratégias de relacionamento com a imprensa.

5.6.7 Cumprir os eixos de atuação previstos no capítulo 7 deste documento.

5.6.8 Receber e avaliar as demandas de suporte à realização de eventos.

5.6.9 Gerir produtos e demandas de agências e entes terceirizados.

5.6.10 Submeter a demanda de equipamentos e serviços necessários ao desenvolvimento das ações de comunicação ao gabinete do diretor-geral e à comissão de licitações e compras de cada campus, observando disponibilidade orçamentária.

5.6.11 Contribuir com a elaboração do Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) e do Plano Anual de Ações (PAA) do campus, informando as demandas da área de comunicação a serem implementadas, bem como acompanhar suas execuções.

5.7 Das diretorias, departamentos e coordenadorias dos campi

5.7.1 Encaminhar as informações de interesse público referentes às suas áreas de atuação à coordenadoria e/ou ao setor de Comunicação Social, em tempo hábil, conforme disciplinado neste documento, para possibilitar a correta divulgação das informações aos públicos interno e externo;

5.7.2 Informar o calendário anual de eventos promovidos por seus respectivos setores, sempre no mês de dezembro do ano anterior;

Parágrafo único. Comunicar qualquer alteração posterior nesse calendário e a marcação de outros eventos imprevistos ou demandados de última hora;

5.7.3 Demandar materiais gráficos, eletrônicos e outras ferramentas de

comunicação para suporte à divulgação de eventos e programas em tempo hábil, conforme disciplinado neste documento;



5.7.4 Estar solícito a atender à imprensa nos temas em que a instituição for demandada ou indicar outros porta-vozes para esse papel;

5.7.5 Revisar, aprovar e autorizar a divulgação dos materiais demandados por suas respectivas diretorias sistêmicas.

## 5.8 Da Comissão Permanente de Divulgação

5.8.1 Cada campus deverá montar uma Comissão Permanente de Divulgação, a fim de divulgar cursos e serviços da instituição em escolas, universidades, feiras e eventos da região de abrangência do campus. Essa Comissão deverá ser formada por:

- a) três servidores docentes;
- b) três servidores técnico-administrativos;
- c) três alunos, de cursos diferentes, preferencialmente bolsistas;

5.8.2 Nessas ocasiões, os representantes da Comissão Permanente de Divulgação deverão divulgar as informações com o máximo de clareza possível, cientes de que representam a instituição.

5.8.3 A Comissão fará as visitas às escolas e as participações nos eventos, quando necessário, com o suporte de materiais gráficos e audiovisuais fornecidos pelas coordenadorias de Comunicação dos campi.

5.8.4 Esta Comissão será renovada anualmente, a partir de critérios estabelecidos por cada campus.

## 5.9 Dos demais servidores

5.9.1 Estar cientes de que também são responsáveis pela construção da imagem do IFCE dentro e fora da instituição;



5.9.2 Quando autorizados pela instituição, atender à imprensa, respondendo aos questionamentos referentes ao tema indicado previamente e encaminhando os demais assuntos para conhecimento do Departamento de Comunicação Social ou das coordenadorias de Comunicação Social dos campi;

5.9.3 Encaminhar qualquer solicitação de divulgação de acordo com o fluxo previsto no capítulo 8 deste documento.

5.9.4 Dos pesquisadores, em especial:

a) Estar cientes de que a divulgação dos resultados das pesquisas desenvolvidas no âmbito do IFCE é parte inerente ao seu trabalho.

b) Estar disponíveis para atender à imprensa e aos comunicadores da Reitoria e dos campi acerca dos resultados de suas pesquisas, desde que não haja confidencialidade em seus trabalhos.

c) Respeitar os princípios da ética na pesquisa ao divulgar informações sobre os estudos realizados no âmbito do IFCE.

d) Manter atualizado junto à Pró-reitoria de Pesquisa, Pós-Graduação e Inovação, para fins de triagem das informações a serem divulgadas, o estágio das pesquisas que desenvolvem no âmbito da instituição.

e) Autorizar, caso desejem, a publicação de seus contatos no Guia de Fontes do IFCE, que será distribuído à imprensa e disponibilizado no portal da instituição.

5.9.5 Dos coordenadores de curso, em especial:

a) Estar cientes de que a divulgação das informações do curso o qual coordenam é parte obrigatória de seu trabalho, estando, portanto, disponíveis para atender à imprensa e os comunicadores da Reitoria e dos campi.



b) Manter atualizadas, junto à Pró-reitoria de Ensino e aos departamentos/coordenações de Ensino de seus campi, as informações dos cursos os quais coordenam.

c) Autorizar a publicação de seus contatos no Guia de Fontes do IFCE, que será distribuído à imprensa e disponibilizado no portal da instituição.

Parágrafo Único – Compete aos coordenadores de curso prestar informações atualizadas, conforme determinação da Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (LDB), sobre tópicos, tais como corpo docente, ofertas de vagas e disciplinas, grade curricular, infraestrutura, ementas, etc.

5.9.6 Do Presidente da Comissão Própria de Avaliação e das subcomissões locais

a) Estar cientes de que a divulgação do processo de avaliação institucional é parte obrigatória de seu trabalho, estando, portanto, disponíveis para atender à imprensa e os comunicadores da Reitoria e dos campi.

b) Participar ativamente do processo de mobilização da comunidade interna.

c) Manter atualizadas as informações relativas à CPA na página do IFCE.

5.10 Dos alunos

5.10.1 Estar cientes de que também são responsáveis pela construção da imagem do IFCE dentro e fora da instituição;

5.10.2 Encaminhar qualquer solicitação de divulgação de acordo com o fluxo previsto no capítulo 8 deste documento.

## 6. Públicos de interesse

6.1 O IFCE possui diversos públicos de interesse. Caracterizam-se como público de interesse todos os cidadãos que compõem os públicos das ações e serviços oferecidos pela instituição, sejam eles beneficiários ou



potenciais beneficiários dessas ações e ainda aqueles atingidos indiretamente por essas ações.

6.2 Caracterizam-se como público interno de interesse os servidores docentes e os servidores técnico-administrativos, os alunos, os colaboradores e os estagiários.

6.3 Caracteriza-se como público externo a sociedade em geral, em especial:

- Professores, alunos e funcionários de instituições de ensino públicas e privadas (cursos livres, escolas, faculdades, universidades);
- Entes do Governo Federal (Comunicação da Presidência da República, ministérios, secretarias especiais, órgãos, autarquias e empresas do Governo Federal);
- Gabinetes do governador e dos prefeitos;
- Gabinetes das secretarias de Educação, bem como de outras pastas dos governos estadual e municipal;
- Coordenadorias regionais de Desenvolvimento da Educação (Credes);
- Sindicatos e associações de professores;
- Sindicatos e associações de trabalhadores da Educação;
- Gabinetes dos vereadores, deputados estaduais e federais, senadores;
- Órgãos de fomento (Capes, CNPq, Funcap);
- Órgãos financiadores (Sebrae, Banco do Nordeste, BNDES);
- Federações empresariais (Fiec, Faec, FCDL, Fetraece);
- Cooperativas agrícolas;
- Cooperativas de reciclagem;
- Sindicatos de produtores rurais;
- Sindicatos e entidades profissionais;
- Conselhos profissionais (Crea, Cress, Crefito, CRN, entre outros);
- Profissionais da imprensa e meios de comunicação.

## 7. Eixos de atuação

O Departamento de Comunicação Social e as coordenadorias e/ou setores de Comunicação Social dos campi terão os seguintes eixos de atuação:



7.1 Comunicação interna: informar o público interno acerca de assuntos relacionados à instituição, tais como as políticas de recursos humanos, pesquisa, pós-graduação e ensino, seleções, pauta e resumo de reuniões do Conselho Superior da instituição (Consup), prazos e campanhas institucionais. Para isso, poderão utilizar os mais diversos meios, como: envio de e-mails; intranet; informativo impresso e eletrônico; materiais gráficos e eletrônicos; organização e realização, em parceria com outros setores da instituição, de eventos; envio de *clipping* (resumo do noticiário) e outros meios os quais julgarem convenientes.

7.2 Comunicação externa: informar a sociedade sobre assuntos relacionados à instituição, cursos, novos concursos e campanhas institucionais. Para isso, poderão utilizar os mais diversos meios, como páginas eletrônicas na web (Reitoria e campi); materiais gráficos e eletrônicos; sugestões de pauta à imprensa; visitas às redações de jornal; mídias sociais; programas de rádio; programas e reportagens de web TV; participação nas comissões permanentes de divulgação; produção de materiais específicos para eventos externos promovidos pelo IFCE ou dos quais a instituição participe e outros meios os quais julgarem convenientes.

7.3 Relacionamento com a imprensa: cultivar uma relação de proximidade e parceria com os veículos de comunicação da capital e do interior, de forma a divulgar as informações sobre a instituição. Entre as ações a serem realizadas, estão: o envio de *releases* e sugestões de pauta; realização de visitas aos veículos de comunicação; edição e distribuição do Guia de Fontes do IFCE e outros meios os quais julgarem convenientes.

7.3.1 Sempre que necessário, o Departamento organizará e/ou acompanhará entrevistas individuais e/ou coletivas de gestores e pesquisadores com a imprensa ou outros grupos;

7.4 Produção de materiais de comunicação visual e realização de campanhas de comunicação: viabilizar materiais gráficos e virtuais para divulgar as ações, cursos, programas e eventos do IFCE, sempre que necessário, de acordo com os públicos e a ocasião.

7.5 Produções audiovisuais: viabilizar materiais audiovisuais para divulgar



as ações, cursos, programas e eventos do IFCE, sempre que necessário, de acordo com os públicos e a ocasião.

#### 7.6 Portais eletrônicos:

7.6.1 O Departamento de Comunicação Social ficará responsável por gerir, atualizar e editar, com suporte técnico da Diretoria de Gestão de Tecnologia da Informação (DGTI), o conteúdo do portal da Reitoria do IFCE, bem como por acompanhar se as páginas dos campi obedecem aos preceitos deste documento e ao Manual das Páginas Eletrônicas do IFCE (ver capítulo 9);

7.6.2 As coordenadorias e/ou setores de Comunicação dos campi ficarão responsáveis pela gestão de conteúdo, atualização e edição das páginas eletrônicas dos campi, em obediência aos preceitos deste documento e do Manual das Páginas Eletrônicas do IFCE (ver capítulo 9);

7.7 Mídias sociais: manter páginas e/ou perfis oficiais em mídias sociais, tais como Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, Flickr e SoundCloud e outras as quais julgar convenientes, cuja atuação será disciplinada em manual a ser editado posteriormente (ver capítulo 9). Os campi poderão manter perfis e/ou páginas nessas mídias, desde que também obedeçam ao que pregam este documento e o aludido manual.

7.7.1 Considerando a internet e a popularização das mídias sociais como um fenômeno recente e dinâmico, a escolha pelas mídias sociais supracitadas poderá ser revista a qualquer momento.

7.8. O Departamento de Comunicação Social e as coordenadorias e/ou setores de Comunicação Social poderão propor, a qualquer momento, celebração de convênios e parcerias com rádios e televisões educativas, visando à divulgação de programas, projetos e serviços do IFCE.

## 8. Procedimentos de comunicação

8.1 O fluxo de solicitação de divulgação de informações ao Departamento



de Comunicação Social pelo Gabinete do reitor, pró-reitorias, diretorias sistêmicas e órgãos de apoio e assessoramento da Reitoria do IFCE deverá obedecer aos seguintes roteiros:

a) Setor demandante -> Departamento de Comunicação Social (avaliação do pedido) -> caso aprovado, execução -> aprovação pelo setor demandante -> divulgação

b) Setor demandante -> Departamento de Comunicação Social (avaliação do pedido) -> ajustes do pedido com o setor demandante -> execução -> aprovação pelo setor demandante -> divulgação

c) Setor demandante -> Departamento de Comunicação Social (avaliação do pedido) -> caso reprovado, justificar -> não é feita a divulgação

Parágrafo Único. O Departamento de Comunicação poderá, independente de ser demandado, solicitar informações e gerar conteúdo baseado nas ações e projetos desenvolvidos pelos setores do IFCE.

8.2 O fluxo de solicitação de divulgação de informações ao Departamento de Comunicação Social ou às coordenadorias e/ou setores de Comunicação dos campi por outros setores e servidores do IFCE deverá obedecer aos seguintes roteiros, exceto o caso previsto no tópico 8.3:

a) Setor demandante -> parecer da chefia imediata -> Departamento de Comunicação Social ou coordenadoria de Comunicação do campus (avaliação do pedido) -> caso aprovado, execução -> aprovação pelo setor demandante -> divulgação

b) Setor demandante -> parecer da chefia imediata -> Departamento de Comunicação Social ou coordenadoria de Comunicação do campus (avaliação do pedido) -> ajustes do pedido com o setor demandante -> execução -> aprovação pelo setor demandante -> divulgação

c) Setor demandante -> parecer da chefia imediata -> Departamento de Comunicação Social ou coordenadoria de Comunicação do campus (avaliação do pedido) -> caso reprovado, justificar -> não é feita a divulgação



Parágrafo Único. As coordenadorias e/ou setores de Comunicação dos campi poderão, independente de serem demandados, solicitar informações e gerar conteúdo baseado nas ações e projetos desenvolvidos pelos setores do IFCE.

8.3 O fluxo de solicitação de divulgação de informações ao Departamento de Comunicação Social ou às coordenadorias de Comunicação dos campi por alunos do IFCE deverá obedecer aos seguintes roteiros:

a) Aluno demandante -> parecer da Coordenação do curso -> Departamento de Comunicação Social ou coordenadoria de Comunicação do campus (avaliação do pedido) -> caso aprovado, execução -> aprovação pelo setor demandante -> divulgação

b) Aluno demandante -> parecer da Coordenação do curso -> Departamento de Comunicação Social ou coordenadoria de Comunicação do campus (avaliação do pedido) -> ajustes do pedido com o setor demandante -> execução -> aprovação pelo setor demandante -> divulgação

c) Aluno demandante -> parecer da Coordenação do curso -> Departamento de Comunicação Social ou coordenadoria de Comunicação do campus (avaliação do pedido) -> caso reprovado, justificar -> não é feita a divulgação

Parágrafo Único. As coordenadorias e/ou setores de Comunicação Social dos campi poderão, independente de serem demandados, solicitar informações e gerar conteúdo baseado nas ações e projetos desenvolvidos pelos alunos do IFCE.

8.4 O fluxo de solicitação de divulgação de informações ao Departamento de Comunicação Social ou às coordenadorias de Comunicação dos campi por parceiros externos ao IFCE deverá obedecer aos seguintes roteiros:

a) Parceiro/entidade -> Departamento de Comunicação Social ou coordenadoria de Comunicação do campus (avaliação do pedido, se necessário, junto à Reitoria ou à direção geral) -> caso aprovado, execução.



b) Parceiro/entidade -> Departamento de Comunicação Social ou coordenadoria de Comunicação do campus (avaliação do pedido, se necessário, junto à Reitoria ou à direção geral) -> ajustes do pedido com o parceiro -> execução.

c) Parceiro/entidade -> Departamento de Comunicação Social ou coordenadoria de Comunicação do campus (avaliação do pedido, se necessário, junto à Reitoria ou à direção geral) -> caso reprovado, justificar -> não é feita a divulgação.

8.5 Serão estabelecidos como critérios de aprovação dos produtos de comunicação:

a) a sua perfeita acordância em relação ao solicitado pelo setor demandante e aos critérios de noticiabilidade e interesse público avaliados pelo Departamento de Comunicação Social ou pelas coordenadorias e/ou setores de Comunicação Social dos campi;

b) a ausência de informações sigilosas;

c) a autorização pela chefia imediata;

d) a ausência de informações antiéticas que tragam prejuízos a terceiros e à instituição;

e) a obediência aos prazos exigidos em editais específicos ou acordados entre o setor demandante e o Departamento de Comunicação Social ou as coordenadorias e/ou setores de Comunicação Social dos campi;

f) as condições técnicas e de pessoal do Departamento de Comunicação Social e das coordenadorias e/ou setores de Comunicação Social dos campi em executar a demanda de produção dos produtos de comunicação.

g) a disponibilidade orçamentária.



## 9. Diretrizes complementares

9.1 Em momento oportuno, o IFCE editará manuais normativos, formulados por grupos de trabalho, que darão diretrizes para assuntos específicos. Desde já, ficam estabelecidas as seguintes orientações:

9.1.1 Sobre identidade visual:

a) Os gestores e alunos do IFCE consultarão o Departamento de Comunicação Social, bem como os setores de Comunicação Social dos campi, todas as vezes em que precisarem utilizar a marca da instituição para produção de materiais de veiculação externa (*outdoor*, cartazes, *banners*, camisetas, faixas, etc.).

b) No caso de materiais a serem produzidos pelos próprios servidores ou alunos, a consulta deverá ser feita com antecedência mínima de 5 (cinco) dias úteis, em formulário próprio, apresentando justificativa, público, data, local, nomes, contatos dos responsáveis e anexos. Consideram-se anexos os *layouts* de convites, pôsteres, cartazes e páginas na internet. Deverá ser submetida prova do material produzido para verificação se de acordo com as orientações emitidas;

c) Em caso de materiais gráficos, virtuais e audiovisuais solicitados para serem produzidos pelo próprio Departamento ou pelas coordenadorias de Comunicação dos campi, a consulta deverá ser feita com antecedência mínima de 30 (trinta) dias, em formulário próprio, apresentando justificativa, público, data, local, nomes, contatos dos responsáveis e anexos.

d) Materiais produzidos à revelia da consulta não serão distribuídos pelo Departamento de Comunicação Social e setores de Comunicação Social dos campi.

e) A marca do IFCE não poderá ser alterada de nenhuma forma, mesmo sob pretexto de acrescentar informações ou imagens, conforme orientações do Manual de Uso da Marca.

f) Com o objetivo de resguardar a imagem institucional e os direitos au-

torais da marca dos institutos federais, nenhuma pró-reitoria, diretoria, coordenação, setor, divisão, curso, projeto ou evento poderá alterar o logo do IFCE nem terá atendido pedido de produção de marca própria, salvo tratar-se de evento, programa, produto ou campanha específica.



### 9.2 Sobre a sinalização de ambientes da instituição:

a) Para a correta localização e mobilidade da comunidade acadêmica e de visitantes, recomenda-se a sinalização de todas as unidades do IFCE.

b) Entenda-se por sinalização a pintura, a afixação de placas e letreiros e a construção de totens que indiquem, de forma padronizada, a localização dos setores, salas, parques esportivos, ginásios, laboratórios, bibliotecas, ambientes e espaços, sejam de uso público ou não.

c) Os gestores do IFCE consultarão o Departamento de Comunicação Social ou as coordenadorias e/ou setores de Comunicação Social dos campi todas as vezes em que precisarem contratar e executar serviços de sinalização interna e externa das unidades.

d) A sinalização deverá obedecer aos preceitos de Identidade Visual do IFCE, não podendo alterar a marca de nenhuma forma.

### 9.3 Sobre as páginas eletrônicas da instituição:

a) o portal do IFCE contará com páginas específicas para cursos, eventos, laboratórios e grupos de pesquisas e culturais.

b) A divulgação de sites temporários (hotsites) no portal acontecerá por um período máximo de 90 dias, tempo em que o site será monitorado. Serão automaticamente desvinculados do portal do IFCE os sites e páginas que:

- atentarem contra a cidadania, a dignidade humana e o pluralismo político;



- promoverem o crime, a homofobia, a injúria, a difamação, o constrangimento e a perseguição de servidores, estudantes e funcionários terceirizados do IFCE, bem como das demais pessoas humanas ou jurídicas.

#### 9.4 Sobre mídias sociais:

Parágrafo único. O uso de mídias sociais por parte de gestores e representantes de cursos do IFCE em todas as suas unidades deverá obedecer à Portaria N° 38, de 11 de junho de 2012, emitida pelo Conselho de Defesa Nacional, e ao Manual de Orientação para Atuação em Redes Sociais, editado pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República em outubro de 2012.

### 10. Disposições gerais

10.1 Os casos omissos deverão ser direcionados por escrito ao Departamento de Comunicação Social, com prazo para resposta de 5 (cinco) dias úteis.

10.2 Competirá ao chefe de Departamento, por meio de ato, deliberar sobre omissões, acrescentar competências, dirimir conflitos, delegar ou avocar atribuições, salvo quando não implicar assuntos ou decisões que competem, exclusivamente, às instâncias superiores.

10.3 Fica instituído o Fórum de Comunicadores do IFCE, com objetivo de estimular o relacionamento estreito entre esses profissionais, da Reitoria e dos campi, e sugerir ações sistêmicas e procedimentos que possam ser compartilhados, no sentido de conciliar as atividades perante os diversos públicos de interesse da instituição, além de viabilizar, implantar e avaliar a Política de Comunicação.

Parágrafo Único. O Fórum de Comunicadores fará reuniões anuais, sob coordenação do Departamento de Comunicação Social, em parceria com as coordenadorias e os setores de Comunicação dos campi.





**INSTITUTO FEDERAL**  
Ceará