

Coordenadoria de Comunicação Social e Eventos



**Crateús, CE
9 de dezembro de 2015**

DIRETRIZES E PROCEDIMENTOS
DA COMUNICAÇÃO SOCIAL
NO IFCE - CAMPUS DE CRATEÚS

ÍNDICE

- 1. Conceito**
- 2. Princípios**
- 3. Objetivos**
- 4. Da Coordenadoria de Comunicação Social**
- 5. Das atribuições de comunicação**
 - 5.1. Do(a) Chefe de Departamento de Ensino
 - 5.2. Do(a) Coordenador(a) de Gestão de Pessoas, em especial
 - 5.3. Do(a) Coordenador(a) de Pesquisa e Extensão
 - 5.4. Dos coordenadores de cursos, de Assistência Estudantil, Controle Acadêmico e da Biblioteca
 - 5.5. Do(a) coordenador(a) de Tecnologia da Informação, em especial
 - 5.6. Do diretor-geral do campus
 - 5.7. Do Coordenador de Comunicação Social
 - 5.8. Da Coordenadoria de Comunicação do Campus
 - 5.9. Da Comissão Permanente de Divulgação
 - 5.10. Da Comissão Permanente de Eventos
 - 5.11. Dos demais servidores
 - 5.12. Dos pesquisadores, em especial
 - 5.13. Dos coordenadores de curso, em especial
 - 5.14. Dos discentes
- 6. Públicos de Interesse**
- 7. Eixos de Atuação**
- 8. Procedimentos de Comunicação**

- 8.1. Fluxos de solicitação de divulgação
- 8.2. Aprovação dos produtos de comunicação
- 8.3. Identidade visual do campus
- 8.4. Orientações sobre Sinalização no campus
- 8.5. Orientações sobre divulgação de sites nas páginas eletrônicas do campus
- 8.6. Orientações sobre o uso do auditório do campus
- 8.7. Orientações sobre o uso da sala de reuniões do campus
- 8.8. Orientações sobre o empréstimo de equipamentos
- 8.9. Procedimentos para divulgação das visitas técnicas
- 8.10. Orientações sobre o uso do email
- 8.11. Orientações sobre o uso dos murais

9. Disposições Gerais

1. Conceito

- 1.1. As Diretrizes da Comunicação Social no Campus seguem a proposta da política de comunicação do IFCE cujo propósito central é de fortalecer a comunicação pública no âmbito da instituição. Ao mesmo tempo, elas foram concebidas com base nos recursos que integram a Coordenadoria de Comunicação Social do Campus e nos fatores e procedimentos específicos que norteiam o funcionamento do referido campus.

2. Princípios

- 2.1.1. As Diretrizes da Comunicação social tem como princípio básico o de colaborar com o desenvolvimento 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;
- 2.1.2. A Comunicação Social no campus 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, o princípio da impessoalidade e garantirá o pluralismo de ideias.
- 2.1.3. A Comunicação Social no campus será executada de forma integrada pelos profissionais da área e de forma articulada com os demais setores do campus, considerando que todos os integrantes da organização devem contribuir para uma boa comunicação.

3. Objetivos

3.1.1. Objetivo Geral

- Estruturar e fortalecer a comunicação integrada no campus, criando e mantendo fluxos de informação e influência recíproca entre o IFCE e seus diversos públicos

de interesse, subsidiando o planejamento estratégico e contribuindo para o cumprimento da missão da instituição.

3.1.2. Objetivos específicos

A comunicação do IFCE no campus deve perseguir os seguintes objetivos específicos:

Nos âmbitos interno e externo:

- Fortalecer e defender a marca IFCE, contribuindo para consolidar a nova institucionalidade.
- Estabelecer programas de comunicação adequados para cada público de interesse 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-alvo a que se dirigem.

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 campus.
- Conscientizar o público interno, em todos os níveis, de que ele tem responsabilidade na construção da imagem do IFCE.
- Integrar a comunicação institucional, otimizando recursos humanos e materiais.
- Implantar uma cultura de comunicação participativa na instituição.

No âmbito externo:

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

4. Da Coordenadoria de Comunicação Social

4.1. A Coordenadoria de Comunicação Social do campus de Crateús é responsável por pensar, planejar, executar e fazer cumprir as ações de comunicação de acordo com as demandas do campus, a serem estabelecidas em comum acordo com a direção geral. Seu papel é o de divulgar as atividades entre os públicos interno e externo, bem como de elaborar estratégias que ampliem o alcance das ações da instituição junto à imprensa, atentando para as diretrizes da comunicação integrada e para a proposta da política de comunicação do IFCE que, por sua vez é norteada pelo princípio de Comunicação pública e do que prescreve a Constituição Federal do Brasil quanto ao direito de todo cidadão receber das instituições públicas informações de seu interesse particular ou de interesse coletivo.

Parágrafo único. A coordenadoria de comunicação social do campus é subordinada diretamente à direção geral do campus.

4.2. Entre as competências da Coordenadoria de Comunicação do Campus estão:

- Divulgar informações de interesse público relacionadas ao IFCE – campus de Crateús.
- Analisar e atender, de acordo com a viabilidade e pertinência, as demandas de comunicação do Diretor Geral, das Coordenadorias dos Cursos, do Departamento de Ensino, e das Coordenadorias do campus;
- Editar os informativos impresso/eletrônico do campus;
- Gestão de conteúdo e planejamento das páginas eletrônicas na internet e do perfil institucional do campus de Crateús em mídias.
- Produzir conteúdo para o portal da reitoria, a partir de informações fornecidas pela direção geral, coordenadorias dos cursos, departamento de ensino e das coordenadorias do campus;
- Planejar e viabilizar materiais audiovisuais e gráficos para atendimento das demandas de comunicação visual da instituição, inclusive para web;
- Planejar e viabilizar campanhas internas de comunicação;
- Propor e acompanhar programa de capacitação dos servidores em Comunicação;
- Articular campanhas institucionais;
- Organizar, em parceria com os órgãos promotores, eventos especiais, visitas, exposições e mostras que sejam do interesse da unidade;
- Agregar valor aos eventos culturais, científicos e administrativos promovidos pelo campus, dando suporte estratégico e técnico;
- Planejar, conduzir e analisar o cerimonial das solenidades oficiais do campus;
- Cobertura e acompanhamento de eventos no campus
- Planejamento e produção de produtos estratégicos de comunicação, tais como: folder institucional, folder dos departamentos, lâminas dos cursos, dentre outros.
- Produção do informativo do IFCE - campus de Crateús
- Atendimento à comunidade acadêmica, no que concerne à divulgação das atividades de ensino, pesquisa e extensão.
- Participação nos produtos institucionais como o programa de rádio "IFCE no Ar", o quadro de webtv "VC no IFCE", o informativo Por Dentro do IFCE, a Revista IFCE, dentre outros materiais de comunicação desenvolvidos pelo IFCE.
- Integrar o comitê gestor da rádio educativa do campus (em processo de criação).

4.3 **A Coordenadoria de Comunicação é composta por:**

- **Um coordenador**, nomeado entre os profissionais que integram a Coordenadoria de Comunicação do campus, responsável por (ver Atribuições do Coordenador no item 5.9)
- **Um jornalista**, responsável por:
 - a) planejar e executar as demandas de atendimento à imprensa;
 - b) redigir notas, informes e notícias; divulgar processos seletivos, programas e pesquisas;
 - c) gerenciar e atualizar, em parceria com os demais comunicadores do campus e servidores ligados à área de Tecnologia da Informação, as páginas eletrônicas do campus;
 - d) subsidiar e revisar as informações e textos de produtos referentes à ações de programação visual e audiovisual.
- **Uma programadora visual** responsável por:
 - a) Prezar pela correta utilização da marca IFCE campus de Crateús e criar conceitos de campanhas institucionais, aplicando princípios próprios da área.
- **Um técnico de audiovisual** responsável por:

- a) Produção de ações combinadas de materiais audiovisuais com propósito comunicativo e pelo suporte a eventos no campus;
 - b) Produção, desenvolvimento e finalização de produtos audiovisuais, bem como uso e cuidados com os equipamentos usados para tal;
 - c) Produção, edição e finalização de vídeos;
 - d) Operação dos equipamentos de áudio e vídeo;
 - e) Registro fotográfico de eventos;
 - f) Produção de material fotográfico para os materiais de divulgação do IFCE;
 - g) Organização do arquivo de fotos com data, assunto e nome do fotógrafo, conforme orientações do Departamento de Comunicação da Reitoria, que recomenda utilizar as seguintes informações:
 - a. **Ano_mês_dia - Descrição da pauta - fotos nome do fotógrafo.**
Exemplo: 2015_11_05 - Alunos do curso de Licenciatura em Teatro do campus de Fortaleza - fotos Filipe Sá (exemplo fictício)
 - b. Solicitar os termos de autorização de uso de imagem dos alunos fotografados e guardá-los na pasta referente no setor de comunicação.
- **Um Servidor efetivo** (a definir) responsável por:
 - a) Auxiliar na articulação de campanhas institucionais em parceria com os demais comunicadores do campus;
 - b) Organizar, junto com os demais comunicadores do campus, em parceria com os órgãos promotores, eventos especiais, visitas, exposições e mostras que sejam do interesse da unidade;
 - c) Agregar valor aos eventos culturais, científicos e administrativos promovidos pelo campus, dando suporte estratégico e técnico;
 - d) Auxiliar no planejamento, condução e análise do cerimonial das solenidades oficiais do campus, junto com os demais comunicadores do campus; entre outras atividades correlatas.
 - e) Redigir documentos oficiais; receber, buscar, entregar, arquivar, organizar e requerer materiais físicos e digitais necessários à execução das ações de comunicação;
 - f) dar suporte à organização de eventos institucionais;
 - g) Agendamento e confirmação de reuniões, entre outras ações, junto a parceiros externos;
 - h) Atualizar banco de dados; entre outras atividades correlatas.
 - **Um servidor terceirizado** para auxiliar nas gravações de vídeo, dentre outras demandas específicas da Coordenadoria de Comunicação Social do Campus.

4.4 O material produzido pela Coordenadoria de Comunicação Social do campus passará por revisão de língua portuguesa. Ficará a critério do campus acrescentar um revisor à estrutura da equipe ou designar um professor ou servidor com formação em Língua Portuguesa para exercer essa função.

4.5 A Coordenadoria de Comunicação Social encaminhará, anualmente, à Direção Geral, a demanda relativa às ações de comunicação do campus, 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.

4.6 Os profissionais que compõem a Coordenadoria de Comunicação Social trabalharão de forma articulada, executando tarefas e ações integradas.

4.7 A Coordenadoria de Comunicação do Campus deve ocupar ambientes fechados e de fácil acesso aos públicos interno e externo.

4.8 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

5.3 Do(a) Chefe de Departamento de Ensino:

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 região, com a eficiência desejada, além da prestação dessas informações a anuários, guias, portais eletrônicos e outros veículos de comunicação editados pela imprensa local e nacional;

5.4 Do(a) Coordenador(a) de Gestão de Pessoas, em especial:

Parágrafo único. Participar do planejamento anual das ações de comunicação interna da instituição, incluindo da organização do seminário de recepção de servidores novatos.

5.5 Do(a) Coordenador(a) de Pesquisa e Extensão:

5.5.1 Informar a previsão anual de cursos, vagas e turno de oferta de projetos de extensão e pesquisa da instituição sempre no mês de janeiro do ano em curso, a fim de viabilizar o planejamento das ações de divulgação com a eficiência desejada, além da prestação dessas informações a revistas, guias, site eletrônicos e outros veículos de comunicação editados pela imprensa local e nacional.

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

5.6 Do Coordenador Pedagógico:

5.6.1 Convidar a Coordenadoria de Comunicação Social do campus para do Encontro Pedagógico anual do campus;

5.7 Do Coordenador de Assistência Estudantil:

- 5.7.1 Convidar a Coordenadoria de Comunicação Social do campus para o planejamento do evento de acolhida dos novos estudantes do campus;
- 5.7.2 Demandar materiais gráficos, eletrônicos e outras ferramentas de divulgação para suporte à divulgação de eventos e programas em tempo hábil, conforme disciplinado neste documento.
- 5.7.3 Estar solícito a atender a imprensa nos temas em que a instituição for demandada ou indicar outros porta-vozes para esse papel;
- 5.7.4 Revisar, aprovar e autorizar a divulgação dos materiais demandados por sua Coordenadoria;

5.8 Dos coordenadores de cursos, Controle Acadêmico e da Biblioteca:

- 5.8.1 Encaminhar as informações de interesse público referentes às suas áreas de atuação a Coordenadoria de Comunicação Social, em tempo hábil, conforme disciplinado neste documento, para possibilitar a correta divulgação das informações aos públicos interno e externo;
- 5.8.2 Informar o calendário anual de eventos promovidos por suas respectivas coordenadorias, sempre no mês de dezembro do ano anterior;

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

- 5.8.3 Demandar materiais gráficos, eletrônicos e outras ferramentas de divulgação para suporte à divulgação de eventos e programas em tempo hábil, conforme disciplinado neste documento.
- 5.8.4 Estar solícito a atender a imprensa nos temas em que a instituição for demandada ou indicar outros porta-vozes para esse papel;
- 5.8.5 Revisar, aprovar e autorizar a divulgação dos materiais demandados por suas respectivas diretorias sistêmicas;

5.9 Do(a) coordenador(a) de Tecnologia da Informação, em especial:

- 5.9.1 Participar da gestão compartilhada do site do campus e de outras ferramentas eletrônicas de comunicação institucional.
- 5.9.2 Fornecer auxílio técnico às demandas relacionadas ao site compartilhado com a DGTI;
- 5.9.3 Considerar a prioridade das demandas de auxílio técnico aos equipamentos da

Coordenadoria de Comunicação Social, haja vista que, considerando as especificidades e o caráter estratégico do setor, a deficiência de tais equipamentos pode inviabilizar o desempenho da instituição.

- 5.9.4 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 a Coordenadoria de Comunicação Social.

5.10 Do diretor-geral do campus

- 5.10.1 Fazer cumprir o Plano Anual de Comunicação Social do Campus;
- 5.10.2 Dotar a coordenadoria de Comunicação Social do campus de servidores, equipamentos e condições necessários ao seu bom funcionamento;
- 5.10.3 Envolver profissionais da Comunicação nas reuniões periódicas de gestão, considerando a dimensão estratégica da comunicação para o crescimento da instituição;
- 5.10.4 Estar solícito a atender a imprensa nos temas em que a instituição for demandada ou indicar outros porta-vozes para esse papel;
- 5.10.5 Estar ciente de que, em todos os momentos, é ele o maior comunicador da instituição no campus;
- 5.10.6 Conscientizar chefes de departamento e coordenadores de eixos da importância estratégica da comunicação para o IFCE;
- 5.10.7 Instaurar a comissão permanente de monitoramento de crise no campus.
- 5.10.8 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 o campus;
- 5.10.9 Prestar informações em tempo hábil, sobre seu respectivo campus, para viabilizar a produção de materiais de comunicação a serem produzidos pela Coordenadoria de Comunicação Social;
- 5.10.10 Tomar as providências para a criação e o bom funcionamento da Comissão de Divulgação dos processos seletivos no campus.

5.11 Do Coordenador de Comunicação Social

- 5.11.1 Fazer cumprir o Planejamento de Comunicação Social do campus;

- 5.11.2 Estabelecer as diretrizes das ações de comunicação externa e interna do campus juntamente com os demais comunicadores do campus.
- 5.11.3 Articular o planejamento estratégico anual de comunicação do campus.
- 5.11.4 Viabilizar a divulgação de informações de interesse público relativas ao campus, 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;
- 5.11.5 Receber e avaliar, em articulação com os demais comunicadores do campus, os pedidos de divulgação de informações enviadas pelo diretor, coordenações, departamentos e demais setores e servidores da instituição. 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;
- 5.11.6 Avaliar as propostas de produtos de comunicação e demais solicitações encaminhadas à Coordenadoria de Comunicação Social do Campus, conforme trata o capítulo 8 deste documento.
- 5.11.7 Avaliar a viabilidade das estratégias e meios a serem utilizados, visando a atuação da Coordenadoria de Comunicação do Campus nos itens descritos no capítulo 7 deste documento;
- 5.11.8 Propor ferramentas de comunicação interna e externa direcionadas aos servidores e alunos do campus;
- 5.11.9 Orientar - em parceria com os demais comunicadores do campus - gestores e pesquisadores do campus nos assuntos relativos à comunicação;
- 5.11.10 Desenvolver estratégias de relacionamento com a imprensa;
- 5.11.11 Fazer cumprir os eixos de atuação previstos no capítulo 7 deste documento, avaliando as estratégias e meios propostos para sua efetivação;
- 5.11.12 Detectar situações que possam afetar a imagem da organização e realizar prognósticos;
- 5.11.13 Demandar e especificar, à Diretoria do campus, mediante disponibilidade orçamentária, os equipamentos necessários às atividades da Coordenadoria de Comunicação Social do Campus.

5.12 Da Coordenadoria de Comunicação do Campus

- 5.12.1 Fazer cumprir a Política de Comunicação Social do IFCE no campus, atuando de forma

sistêmica, com o Departamento de Comunicação Social do IFCE.

- 5.12.2 Atender as diretrizes das ações de comunicação externa e interna do IFCE.
- 5.12.3 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.
- 5.12.4 Receber e avaliar os pedidos de divulgação de informações enviadas pelo gabinete do diretor-geral, dos departamentos, das coordenadorias e 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.
- 5.12.5 Propor ferramentas de comunicação interna e externa aos servidores e alunos do IFCE.
- 5.12.6 Desenvolver estratégias de relacionamento com a imprensa.
- 5.12.7 Cumprir os eixos de atuação previstos no capítulo 7 deste documento.
- 5.12.8 Receber e avaliar as demandas de suporte à realização de eventos no campus;
- 5.12.9 Gerir produtos e demandas de agências e entes terceirizados.
- 5.12.10 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 do campus, observando disponibilidade orçamentária.

5.13 Da Comissão Permanente de Divulgação

- 5.13.1 O 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;
- 5.13.2 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.
- 5.13.3 A comissão fará as visitas às escolas e as participações nos eventos, quando necessário, com o suporte de materiais gráficos e audiovisuais fornecidos pela coordenadoria de

Comunicação.

5.13.4 Esta comissão será renovada anualmente, a partir de critérios estabelecidos por cada campus.

5.14 Da Comissão Permanente de Eventos

5.14.1 O campus deverá montar uma Comissão Permanente de Eventos, a fim de organizar e articular eventos anuais no campus. Essa comissão deverá ser formada pela:

- a) CAE;
- b) Coordenadoria de Comunicação Social;
- c) Gabinete da Diretoria;
- d) Coordenador Técnico-Pedagógico.

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

5.14.3 A comissão fará um planejamento anual visando definir a programação de eventos do ano seguinte e sua inserção no calendário letivo.

5.14.4 Propostas de eventos, campanhas e ações não previstas no planejamento anual, devem ser submetidas à avaliação da Comissão, por meio de formulário próprio (anexo I).

5.15 Dos demais servidores

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

5.15.2 Quando autorizados pela instituição, atender à imprensa, respondendo aos questionamentos referentes ao tema indicado previamente e encaminhando os demais assuntos para conhecimento da Coordenadoria de Comunicação Social do Campus;

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

5.16 Dos pesquisadores, em especial:

5.16.1 Estar cientes de que a divulgação dos resultados das pesquisas desenvolvidas no âmbito do

IFCE é parte obrigatória de seu trabalho.

- 5.16.2 Estar disponíveis para atender à imprensa e aos comunicadores da reitoria e do campus acerca dos resultados de suas pesquisas, desde que não haja confidencialidade em seus projetos;
- 5.16.3 Respeitar os princípios da ética na pesquisa ao divulgar informações sobre os estudos realizados no âmbito do IFCE.
- 5.16.4 Manter atualizado junto a Coordenação de Pesquisa e Extensão, para fins de triagem das informações a serem divulgadas, o estágio das pesquisas que desenvolvem no âmbito da instituição.
- 5.16.5 Autorizar, caso desejem, a publicação de seus contatos no Guia de Fontes do Campus, que será distribuído à imprensa e disponibilizado no portal da instituição.

5.17 Dos coordenadores de curso, em especial:

- 5.17.1 Estar cientes de que a divulgação das informações do curso o qual coordenam é parte obrigatória de seu trabalho, estando, portanto, disponíveis para atender a imprensa e os comunicadores da reitoria e dos campi.
- 5.17.2 Manter atualizadas, junto ao Departamento de Ensino do campus, as informações dos cursos os quais coordenam.
- 5.17.3 Autorizar a publicação de seus contatos no Guia de Fontes do IFCE, que será distribuído à imprensa e disponibilizado no portal da instituição.

5.18 Dos discentes

- 5.18.1 Estar cientes de que também são responsáveis pela construção da imagem do IFCE dentro e fora da instituição;
- 5.18.2 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 o público-alvo 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 servidores técnicos administrativos, os alunos, os funcionários terceirizados 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 (Secretaria de Comunicação da Presidência da República, ministérios, secretarias especiais, órgãos, empresas e autarquias do governo federal);
- Gabinetes dos prefeitos e do governador;
- Gabinetes das secretarias de Educação bem como de outras pastas do dos governos estadual
- 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);
- Cooperativas agrícolas;
- Cooperativas de reciclagem;
- Sindicatos de produtores rurais;
- Conselhos profissionais (Crea, Cress, Cref, CRN);
- Profissionais da Imprensa e meios de comunicação.

7 Eixos de atuação

A Coordenadoria de Comunicação Social do campus terá 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, novos concursos, eventos de integração, prazos e campanhas institucionais. Para isso, poderá utilizar os mais diversos meios, tais como:

- envio de e-mails;
- desenvolvimento de informativo impresso e eletrônico;
- desenvolvimento de 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 julgar conveniente;
- Afixação nos murais informativos;

7.2 Comunicação externa: informar a sociedade sobre assuntos relacionados à instituição, cursos e campanhas institucionais. Para isso, poderá utilizar os mais diversos meios, como:

- Páginas eletrônicas na web (reitoria e campus);
- Desenvolvimento de materiais gráficos e eletrônicos;
- Sugestões de pauta à imprensa;
- visitas às rádios;
- mídias sociais;
- participação nas comissões permanentes de divulgação;
- produção de materiais específicos para eventos externos promovidos pelo campus ou dos quais a instituição participe e outros meios os quais julgar conveniente;

7.3 Relacionamento com a imprensa: cultivar uma relação de proximidade e parceria com os veículos de comunicação da região, de forma a divulgar as informações sobre a instituição.

Entre as ações a serem realizadas, estão:

- envio de releases e sugestões de pauta;
- realização de visitas aos veículos de comunicação;
- edição e distribuição do Guia de Fontes do campus e outros meios os quais julgar conveniente.

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

7.5 Produção de materiais gráficos e virtuais e realização de campanhas internas: viabilizar materiais gráficos e virtuais para divulgar as ações, cursos, programas e eventos do IFCE, sempre que necessário, de acordo com o público-alvo e a ocasião.

7.6 Produções audiovisuais: viabilizar materiais audiovisuais para divulgar as ações, cursos, programas e eventos do campus, sempre que necessário, de acordo com o público-alvo e a

ocasião.

7.7 Portais eletrônicos:

7.7.1 A Coordenadoria de Comunicação Social ficará responsável por gerir, atualizar e editar, com suporte técnico da TI (quando necessário), o conteúdo do site, em obediência aos preceitos deste documento e do Manual das Páginas Eletrônicas do IFCE (ver Item 8.8);

7.8 **Mídias sociais:** manter páginas e/ou perfis em mídias sociais, tais como Facebook, Youtube e outras as quais julgar conveniente, cuja atuação será disciplinada em manual a ser editado posteriormente (ver item 8.8).

7.8.1 A adesão do campus a qualquer outro tipo de mídia social deverá ser submetida à prévia avaliação da Coordenadoria de Comunicação Social.

7.8.2 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;

7.9 **Rádio:** A Coordenadoria de Comunicação Social poderá propor, a qualquer momento, ações relacionadas à comunicação radiofônica.

7.10 **Gestão de crises de imagem institucional:** Integrar a comissão permanente de monitoramento de crise no campus.

Parágrafo único: entende-se por crise institucional, um evento imprevisível que, potencialmente, provoca prejuízo significativo a uma organização e a seus empregados, produtos, condições financeiras, serviços e a sua reputação.

8 Procedimentos de comunicação

8.1 Fluxos de solicitação de divulgação

8.1.1 O fluxo de solicitação de divulgação de informações a Coordenadoria de Comunicação Social deverá obedecer aos seguintes roteiros:

- a) Setor demandante -> Coordenadoria de Comunicação Social (avaliação do pedido) -> caso aprovado, execução -> aprovação pelo setor demandante -> divulgação
- b) Setor demandante -> Coordenação de Comunicação Social (avaliação do pedido) -> ajustes do pedido com o setor demandante -> execução -> aprovação pelo setor demandante ->

divulgação

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

8.1.2 O fluxo de solicitação de publicação de editais no site do campus, por representantes do Departamento de Ensino, coordenadorias de controle acadêmico, gabinete do diretor e outros setores do campus, obedecerá ao seguinte roteiro:

a) Setor demandante (com assinatura da Direção do campus) -> Coordenadoria de Comunicação Social (avaliação do pedido) -> caso aprovado, postagem -> aprovação pelo setor demandante

b) Setor demandante (com assinatura da Direção do Campus) -> Coordenadoria de Comunicação Social (avaliação do pedido) -> ajustes do pedido com o setor demandante -> postagem -> aprovação pelo setor demandante

c) Setor demandante (com assinatura da Direção do Campus) -> Coordenadoria de Comunicação Social (avaliação do pedido) -> caso reprovado, justificar -> não é feita a postagem

8.1.3 O fluxo de solicitação de divulgação de informações à Coordenaria de Comunicação do campus, por alunos ou representações estudantis do IFCE, deverá obedecer aos seguintes roteiros:

a) Aluno ou representação estudantil demandante -> Coordenação de Assuntos Estudantis ou Professor -> Coordenadoria de Comunicação Social (avaliação do pedido) -> caso aprovado, execução -> Aprovação pela CAE ou pelo professor-> Divulgação

b) Aluno ou representação estudantil demandante -> CAE ou professor -> Coordenadoria de Comunicação do campus (avaliação do pedido) -> ajustes do pedido com o setor demandante -> execução -> aprovação pela CAE ou pelo professor -> divulgação

c) Aluno ou representação estudantil demandante -> CAE ou professor -> Coordenadoria de Comunicação Social do campus (avaliação do pedido) -> caso reprovado, justificar -> não é feita a divulgação

8.1.4 O fluxo de solicitação de divulgação de informações a Coordenadoria de Comunicação Social, por parceiros externos ao IFCE, deverá obedecer aos seguintes roteiros:

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

- b) Parceiro/entidade -> Coordenadoria de Comunicação Social do campus (avaliação do pedido, se necessário, junto à direção geral) -> ajustes do pedido com o parceiro -> execução
- c) Parceiro/entidade -> Coordenadoria de Comunicação Social do campus (avaliação do pedido, se necessário, junto à direção geral) -> caso reprovado, justificar -> não é feita a divulgação

8.2 Aprovação dos produtos de comunicação

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

- a) a sua perfeita acórdância em relação ao solicitado pelo setor demandante e aos critérios de noticiabilidade e interesse público avaliados pelo Departamento de Comunicação Social e/ou pela coordenadoria 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 acordado entre o setor demandante e o Departamento de Comunicação Social ou a coordenadoria de Comunicação Social do campus;
- f) as condições técnicas e de pessoal da Coordenadoria de Comunicação Social do campus em executar;
- g) a disponibilidade orçamentária.

8.3 Identidade visual do campus

8.3.1 Desde já, ficam estabelecidas as seguintes orientações sobre identidade visual do campus:

- a) Os gestores e alunos do IFCE consultarão a Coordenadoria de Comunicação Social, todas às vezes em que precisarem utilizar a marca da instituição para produção de materiais de veiculação externa (cartazes, banners, camisas, 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, apresentando o projeto gráfico da peça.
- c) Em caso de materiais visuais (eletrônicos ou impressos) solicitados para serem produzidos pela própria coordenadoria de comunicação do campus, a consulta deverá ser feita com antecedência mínima de 30 (trinta) dias úteis, em formulário próprio (anexo II), apresentando justificativa, público-alvo, data, local, nomes, contatos dos responsáveis.
- d) A marca do IFCE não poderá ser alterada de nenhuma forma, mesmo sob pretexto de

acrescentar informações ou imagens, conforme orientações do Manual de Identidade Visual do IF.

e) Com o objetivo de resguardar a imagem institucional e os direitos autorais da marca dos institutos federais, nenhuma coordenação, departamento, divisão, curso, projeto ou evento poderá alterar a marca do IFCE, nem terá atendido pedido de produção de marca própria, salvo tratar-se de evento, programa, produto ou campanha específica.

8.4 Orientações sobre Sinalização no campus

8.4.1 Desde já, ficam estabelecidas as seguintes orientações sobre sinalização :

a) Para a correta localização e mobilidade da comunidade acadêmica e de visitantes, recomenda-se a sinalização do campus.

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 interno.

c) Os gestores do campus consultarão o Coordenadoria de Comunicação Social do campus todas às vezes em que precisarem contratar e executar serviços de sinalização interna e externa da unidade.

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

8.5 Orientações sobre divulgação de sites nas páginas eletrônicas do campus

8.5.1 Desde já, ficam estabelecidas as seguintes orientações sobre as páginas eletrônicas do campus:

a) os gestores e alunos do campus consultarão a Coordenadoria de comunicação social do campus, todas as vezes que quiserem divulgar no portal da reitoria e no site do campus os links dos sites específicos dos seus cursos, eventos ou grupos.

b) A consulta deverá ser feita com antecedência de 15 dias, apresentando justificativa e tendo como anexo o layout e o link ativo da página na internet.

c) A divulgação de sites temporários (hotsites) nas páginas eletrônicas do campus acontecerá por um período máximo de 60 dias, tempo em que o site será monitorado. Serão automaticamente desvinculados do site do campus os sites que:

- atentarem contra a lei e a ordem;

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

d) A divulgação do site no site do campus será condicionada à obediência da aplicação correta da marca da instituição.

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 No 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, Manual de Conduta para Mídias Sociais, elaborado pela Embrapa.

8.6 Orientações sobre o uso do auditório do campus

8.6.1 Desde já, ficam estabelecidas as seguintes orientações sobre o uso do auditório do campus:

- a) A reserva do auditório por servidores do campus deve ser feita por meio do Suap, no estrito interesse da administração;
- h) Ao fazer a reserva, o servidor-solicitante deverá informar se vai precisar do auxílio do técnico audiovisual. Nesse caso, deve fazer a solicitação do referido técnico, por meio de [email](mailto:comunicacao.crateus@gmail.com) à Coordenadoria de Comunicação Social (comunicacao.crateus@gmail.com), com antecedência de 5 (cinco) dias úteis.
- i) O servidor-solicitante declara estar ciente das normais mencionadas, ficando responsável pelo patrimônio do espaço, incluindo equipamentos eletroeletrônicos e as instalações físicas do auditório, comprometendo-se a cumpri-las sob pena de apuração de responsabilidade.
- j) Solicitações por externos deverão ser encaminhadas ao gabinete da diretoria geral para avaliação.

8.7 Orientações sobre o empréstimo de equipamentos

8.7.1 Desde já, ficam estabelecidas as seguintes orientações sobre o empréstimo de equipamentos da Coordenadoria de Comunicação Social do campus:

- a) A solicitação de empréstimo de equipamentos da Coordenadoria de Comunicação Social, disponibilizados para esse fim, por meio do Suap, exclusivamente por servidores do campus, no estrito interesse da administração;

- b) Serão disponibilizados para empréstimo os seguintes equipamentos:
 - a. 01 gravador de áudio Sony
 - b. 02 câmeras fotográficas cyber-shot Sony
 - c. 01 Filmadora handcam Sony
 - d. 01 microfone com fio
 - e. 02 microfones sem fio
 - f. 01 mini-sistem
- c) O servidor-solicitante declara estar ciente das normais mencionadas, ficando responsável pelo equipamento solicitado, comprometendo-se a cumpri-las sob pena de apuração de responsabilidade.

8.8 Procedimentos para divulgação das visitas técnicas

8.8.1 Com o intuito de otimizar a divulgação das visitas técnicas, informamos abaixo os procedimentos a serem seguidos pelos professores-coordenadores dessas atividades e pela Coordenadoria de Assuntos Estudantis junto à Coordenadoria de Comunicação Social e Eventos do Campus:

- a) A Coordenadoria de Assuntos Estudantis deverá repassar o cronograma de visitas técnicas para a Coordenadoria de Comunicação planejar as estratégias de divulgação da referida atividade;
- b) Caso seja necessária a cobertura fotográfica e/ou audiovisual, com participação de um servidor da Coordenadoria de Comunicação, que seja feita a solicitação por meio de formulário próprio (anexo II) com 5 dias de antecedência, devendo essa solicitação ser atendida de acordo com a disponibilidade de pessoal e/ou equipamento solicitados;
- c) Caso necessitem apenas de equipamento (câmera fotográfica, gravador), que a solicitação seja feita com antecedência, devendo essa solicitação ser atendida de acordo com a disponibilidade de equipamento solicitado.
- d) Que as informações e fotos das visitas sejam repassadas imediatamente à Coordenadoria de Comunicação pelo coordenador da referida atividade (de preferência que repassem com antecedência as informações básicas);

- e) Que primeiro publiquemos matéria no nosso site e, só depois, as fotos sejam publicadas no face, para podermos linkar com o site e assim ampliar a visitação ao site também.

8.9 Orientações sobre o uso do email

8.9.1 Atualmente, em empresas com eficiente comunicação entre os setores, o e-mail é o principal agente comunicador. Portanto, é preferível que o e-mail seja claro e objetivo. Nesse intuito, sugerimos:

- a) Explicitar claramente o conteúdo no e-mail no assunto. Além de facilitar a leitura, a adoção de palavras-chaves ajuda em futuras buscas. Ex. *“Lista de aniversariantes janeiro”* ou *“Layout folder curso de física”*;
- b) Utilizar no assunto a palavra URGENTE somente em casos realmente urgentes;
- c) Utilizar este canal para divulgar ausências do local de trabalho por motivos profissionais ou pessoais;
- d) Sempre que receber um e-mail, responda, mesmo que seja para dar um “ok”. Retornos são importantes e demonstram atenção ao “emissor”.

8.10 Orientações sobre o uso dos Murais

8.10.1 O mural é uma excelente ferramenta de comunicação interna, se usado adequadamente. Para tanto, deve-se incentivar o uso desses equipamentos pelos servidores e estudantes, considerando os seguintes cuidados:

- b) Não se deve autorizar fixação de material de cunho comercial.
- c) Não se deve autorizar panfletagem dentro do campus.

O acompanhamento dessas situações, bem como a atualização dos murais, podem ser feitas por quaisquer servidores e estudantes do campus.

9 Disposições gerais

9.1 Os casos omissos deverão ser direcionados por escrito (via memorando) à Coordenadoria de Comunicação Social, com prazo para resposta de 5 (cinco) dias úteis.