



Procedimentos de **COMUNICAÇÃO SOCIAL**

Coordenação de Comunicação Social
Campus Feira de Santana



**INSTITUTO FEDERAL
DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA
Bahia**

**IFBA - INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E
TECNOLOGIA DA BAHIA – CAMPUS FEIRA DE SANTANA**

REITORA DO IFBA

Luzia Matos Mota

DIRETORA GERAL PRÓ TEMPORE DO IFBA FEIRA DE SANTANA

Aline Quaresma Santos

**DIRETORA DE GESTÃO DA COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL DO IFBA
(DGCOM)**

Laís Andrade Souza

COORDENADOR DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DO IFBA FEIRA DE SANTANA

Allanderson Leander Luz

© 2021 Coordenação de Comunicação Social – IFBA campus Feira de Santana

Acesso: Rodovia BR 324 - km 102.11, S/N - Aviário, Feira de Santana - BA | CEP: 44135-000

Homepage: <https://portal.ifba.edu.br/feira-de-santana>

APRESENTAÇÃO

Comunicar é a ação de participar. É fazer uso de diversas linguagens que permitam materializar o pensamento e/ou sentimentos, criando e interpretando mensagens que provocam uma resposta.

A Coordenação de Comunicação Social do Instituto Federal da Bahia (IFBA) em Feira de Santana dedica-se ao uso dessas linguagens, objetivando o cuidado e o fortalecimento da imagem e identidade do campus, a fim de contribuir com a democratização do acesso às informações político-administrativas e da criação de uma memória institucional.

Este manual se apresenta como um norteador do trabalho da Coordenação de Comunicação Social (CCS), orientando e padronizando as atividades de comunicação no campus. Todos os servidores do IFBA Feira de Santana podem solicitar os serviços da CCS, mas para isso é necessário conhecer esses serviços e as formas as quais são oferecidos.

SUMÁRIO

1. Coordenação de Comunicação Social.....	5
1.1 Atribuições da Coordenação de Comunicação Social	5
1.2 Solicitação de Trabalhos	6
2. Atividades de Comunicação	8
2.1 Aplicação de Marca	8
2.2 Produção de Textos.....	8
2.2.1 Notas	8
2.2.2 Notícias.....	9
2.3 Mídias Sociais.....	10
2.3.1 Referências para a produção de conteúdo em mídias sociais	11
2.3.2 Agendamento de transmissões ao vivo nas redes sociais.....	12
2.4 Site Institucional	12
2.5 Programação Visual	12
2.5.1 Materiais Digitais	13
2.5.2 Materiais Impressos	15
3. Dúvidas e Contato	19
4. Referências	20

Apresentamos nesta sessão o Regimento Interno da Coordenação de Comunicação Social (CCS) do IFBA – campus Feira de Santana.

1.1 ATRIBUIÇÕES DA COORDENAÇÃO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

Compete à Coordenação de Comunicação Social:

- I. promover a permanente divulgação das ações institucionais por meio das variadas formas de mídia, visando à consolidação da imagem institucional do IFBA Feira de Santana perante a sociedade e o mundo do trabalho;
- II. planejar, elaborar e implantar, em articulação com a Direção Geral do IFBA Feira de Santana as políticas de comunicação da Instituição;
- III. acompanhar e analisar matérias, notas e reportagens referentes à Instituição;
- IV. identificar e definir públicos-alvo para a comunicação interna e externa;
- V. desenvolver projetos de comunicação em diferentes mídias;
- VI. articular-se com a Diretoria de Gestão da Comunicação Institucional do IFBA (DGCOM), buscando espaços de divulgação institucional nos veículos desse órgão e orientações acerca da política de comunicação do Instituto Federal da Bahia;
- VII. elaborar informativos sobre os temas internos do IFBA;
- VIII. auxiliar na comunicação e divulgação de eventos internos, com vistas à manutenção de um bom nível de informação entre os vários segmentos da Instituição;
- IX. buscar a padronização de procedimentos e serviços, no âmbito institucional, com vistas a imprimir qualidade e nivelamento das ações de comunicação;
- X. propor padrões e uniformizar o sítio do campus, em conformidade com orientações do Ministério da Educação (MEC) e da DGCOM;
- XI. coordenar a manutenção e atualização do sítio oficial do campus, propondo diretrizes para criação e manutenção das páginas dos setores, coordenações e diretorias do IFBA Feira de Santana;

XII. atender às necessidades de criação de materiais institucionais (panfletos, cartazes, cartilhas, convites, crachás, etc.) de acordo com os prazos estipulados por esta coordenação;

XIII. avaliar e gerenciar conteúdos (textos, áudio e imagens) remetidos pelos estudantes e servidores do campus para divulgação nos veículos de comunicação institucional, visando ao melhor aproveitamento do material e à repercussão desses nos públicos;

XIV. Elaborar informativos sobre os temas internos e, em conjunto com os demais setores no campus, o seu calendário cultural;

XV. Estabelecer critérios de fixação e controle de cartazes, faixas, murais e outras formas de divulgação no interior do campus;

XVI. Participar do planejamento, organização e divulgação dos eventos do campus, bem como preparar auxiliar na infraestrutura necessária para a realização destes, em conjunto com os demais setores;

XVII. Auxiliar na preservação da memória e da história do campus;

XVIII. Responsabilizar-se pelo gerenciamento dos perfis institucionais do campus em mídias sociais;

XIX. Participar e auxiliar na divulgação das atividades da Política de Assistência Estudantil do IFBA Feira de Santana e dos Processos Seletivos (Prosel) para ingresso de estudantes no campus;

XX. Zelar pelo cumprimento das políticas e normas constantes da Política de Comunicação Social do IFBA.

1.2 SOLICITAÇÃO DE TRABALHOS

Todo estudante ou servidor do IFBA Feira de Santana pode solicitar o desenvolvimento de alguma atividade de comunicação à Coordenação de Comunicação Social. A partir do recebimento da demanda – que pode ser feita por e-mail ou através de [formulário online disponibilizado pela CCS](#), a Coordenação avalia a pertinência da solicitação, estabelece prazos de acordo com os compromissos já assumidos no seu cronograma de atividades.

A CCS estabelece uma previsão das próximas três semanas de trabalho da Coordenação e estabelece os prazos e as atividades a serem desenvolvidas, que podem variar de 3 a 15 dias úteis. Assim, toda nova demanda é programada a partir do tempo disponível no cronograma, do tempo estimado para a execução das

tarefas demandadas e da necessidade de prazos e datas pré-encaminhadas pelo solicitante, e abre um *briefing*¹ com as informações necessárias para o desenvolvimento do trabalho. A depender da solicitação, o pedido passará pela avaliação da chefia imediata do setor.

A CCS também orienta as demandas que são solicitadas, oferecendo melhorias e contribuições ao trabalho, visando atender de forma integrada e propondo novas soluções àquelas demandas. Qualquer trabalho desenvolvido ou apoiado pela Coordenação de Comunicação Social do IFBA Feira de Santana é avaliado e aprovado prezando o cuidado com a qualidade e a padronização recomendados tanto pelo MEC quanto pela DGCOM.

¹ *Briefing* é o conjunto de informações e diretrizes para a criação e desenvolvimento de determinada campanha.

02

ATIVIDADES DE COMUNICAÇÃO

Abaixo estão listadas as principais atividades de comunicação que podem ser solicitadas à Coordenação de Comunicação Social do IFBA Feira de Santana.

2.1 APLICAÇÃO DA MARCA DO IFBA

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

A marca do IFBA deve ser aplicada de acordo com as orientações presentes na área “Marca do IFBA” do [Portal Institucional](#). Nesse local é possível baixar os arquivos digitais da marca do Instituto e de cada campus – inclusive a marca do IFBA Feira de Santana. Caso seja necessário algum formato específico não disponível, o servidor deve solicitá-lo à Coordenação de Comunicação Social do IFBA Feira de Santana.

2.2 PRODUÇÃO DE TEXTOS

A produção de textos na Coordenação de Comunicação Social, de modo geral, acontece a partir de uma demanda encaminhada por servidores do contato com os envolvidos ou a partir de texto encaminhado por um servidor (respeitando sempre as orientações do item 1.2 deste documento). O texto recebido é revisado ortográfica e estilisticamente, e editado para adequar-se ao formato solicitado: publicitário, jornalístico ou institucional. Cada um desses formatos recebe tratamento específico pela CCS, conforme a sua finalidade.

2.2.1 NOTAS

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

2.2.2 NOTÍCIAS

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

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

Assim, para que seja possível a produção de notícias, é importante que o servidor, ao sugerir uma pauta, informe essas questões principais, contidas na *lide*: **O QUÊ, QUEM, QUANDO, COMO, ONDE e POR QUÊ.**

a) Título

É a frase acima do texto, com a finalidade básica de dar ao leitor uma orientação geral sobre a matéria e chamar a atenção do leitor. O título é que desperta o interesse pela leitura. O ideal é que ele seja curto, objetivo, atraente e que contenha um verbo de ação. Exemplo: "Campus Feira oferece 20 vagas em Processo Seletivo". Em títulos, devem-se evitar pontos, dois pontos, ponto e vírgula, ponto de interrogação, ponto de exclamação, reticências ou parênteses. Também deve-se evitar divisão de sílabas em duas linhas e a utilização de palavras em maiúscula (caixa alta) ou em negrito.

b) Lide

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

c) Corpo

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

2.3 MÍDIAS SOCIAIS

Ao utilizar perfis e páginas em mídias sociais, o IFBA pode dialogar com estudantes, servidores, funcionários terceirizados, estagiários, egressos e aposentados, bem como com a comunidade externa as quais tenham interesse em receber informações e interagir com o Instituto, e ainda com potenciais candidatos aos processos seletivos.

De forma sistêmica, o IFBA Feira de Santana utiliza Facebook, Instagram e YouTube, considerando-se que são as mídias sociais mais importantes para a interação com seu público, podendo vir a adotar outras, de acordo com a popularidade que obtiverem e com a necessidade de sua utilização. A Coordenação de Comunicação Social do IFBA Feira de Santana gerencia e atualiza o conteúdo das mídias sociais, além de orientar o uso para os perfis e páginas oficiais do campus.

A CCS realiza o atendimento a interações nas redes sociais, em que todos os questionamentos direcionados ao Instituto, tanto em mensagens na linha do tempo da página dos perfis oficiais do campus (*timeline*), quanto em mensagens privadas (*inbox*), são respondidos. Esse atendimento sempre é feito o mais rápido possível, devido à dinamização da mídia e porque esse posicionamento mostra a preocupação do IFBA Feira de Santana em dialogar com seu público e em fornecer informações de modo transparente. Questionamentos específicos que precisam de auxílio dos setores responsáveis pelo assunto no campus sempre são encaminhados, mostrando ser de fundamental importância o contato e o auxílio desses setores à CCS.

As publicações nas mídias sociais do IFBA Feira de Santana são feitas em períodos estabelecidos pela CCS, de acordo com o engajamento mostrado por cada rede social. Esse cuidado é mantido para que a divulgação das informações recentes e de interesse, como é o caso de eventos e processos seletivos, seja alcançada pela maioria dos usuários de cada rede social utilizada pelo campus.

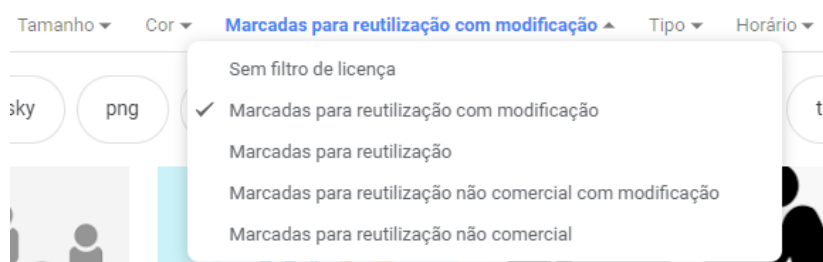
Cada publicação tem ao menos as hashtags [#educação](#), [#ifba](#) e [#feiradesantana](#). O uso das hashtags também permite o monitoramento das publicações, já que formam *hiperlinks* dentro da mídia, agrupando as publicações marcadas. Sendo assim, outros usuários podem clicar nas hashtags e ter acesso ao conteúdo indexado.

Caso haja a necessidade de transmissão de algum evento online no [canal do Youtube oficial do IFBA Feira de Santana](#), o servidor deverá fazer a solicitação de acordo com as orientações especificadas no item 1.2 deste documento. A necessidade de cumprimento dos prazos se dá para que não haja choque de agendas com outras transmissões e também para que haja uma devida divulgação do acontecimento.

2.3.1 REFERÊNCIAS PARA A PRODUÇÃO DE CONTEÚDO NAS REDES SOCIAIS

Pensando na padronização dos conteúdos divulgados nas redes sociais, a Coordenação de Comunicação Social do IFBA Feira de Santana faz uso de algumas referências para a confecção das suas mídias. Veja a seguir:

- Para peças gráficas do *feed* das redes sociais, utilizar as dimensões 1080 x 1080 ou superior (*deve ser quadrada com o mínimo de 96 ppi*);
- Para *stories*, utilizar as dimensões 1080px x 1920px (proporção 9:16, com mínimo de 96 ppi), com informações rápidas e diretas;
- Já para produções em vídeo, as dimensões recomendadas são 1080px x 1920px (horizontal), e 1920px x 1080px (vertical);
 - É recomendado que os vídeos na vertical sejam utilizados apenas para postagem de *stories* nas redes sociais;
 - É necessário cuidado na escolha dos elementos de áudio, fazendo uso de músicas e efeitos sonoros que sejam de domínio público, pois as próprias redes sociais não permitem a utilização de áudios fora desses padrões.
- Utilizar a marca do IFBA Feira nas postagens seguindo as orientações presentes na área “Marca do IFBA” do [Portal Institucional](#);
 - É necessário tomar cuidado com o uso da marca colorida/branca/preta nas produções gráficas a fim de as cores não estarem em contraste e a marca ser de difícil visualização;
 - Para vídeos, a marca pode ser utilizada durante o tempo do conteúdo (no canto superior direito) ou ao final do vídeo, centralizada, acompanhada dos créditos da produção do conteúdo audiovisual.
- Preferivelmente são utilizadas as seguintes fontes nas mídias: *Myriad Pro*, *Segoi UI*, *Bebas Neue* e *Franklin Gothic*. A escolha foi feita pois são fontes encontradas de forma gratuita na internet;
- Faz-se uso de imagens e fotos marcadas no Google como “Marcadas para reutilização com modificação”, como no exemplo a seguir:



Exemplo de como buscar imagens sem direitos autorais no Google Imagens.

Os servidores que desejarem produzir conteúdo para ser divulgado também deverão seguir essas padronizações. Caso seja solicitada a produção de alguma dessas mídias pela CCS, os dados deverão ser enviados de acordo com essas padronizações e respeitando os prazos estabelecidos por esta coordenação no item 1.2 deste documento para atendimento da demanda.

2.4 SITE INSTITUCIONAL

A Coordenação de Comunicação Social é responsável por realizar todas as publicações no site oficial do campus Feira de Santana. Diversos tipos de documentos são publicados no site institucional: editais, portarias, atas, calendários acadêmicos, entre outros. Cada um desses documentos tem seu próprio local a ser publicado e sua correta e padronizada apresentação visual é fundamental para conferir-lhes credibilidade e veracidade. Sendo assim, é necessário que todos os documentos que forem enviados para divulgação no site do campus estejam em formato PDF, com seus padrões bem definidos e uso correto da marca do instituto, não cabendo à CCS a edição de documentos advindos de outras instâncias do instituto. Os pedidos de inserção de documentos no sitio do IFBA Feira de Santana serão atendidos de acordo com a demanda de solicitação de trabalhos especificada no item 1.2 deste documento.

2.5 PROGRAMAÇÃO VISUAL

Os materiais de programação visual da Coordenação de Comunicação Social do IFBA Feira se dividem em duas categorias: digitais e impressas. Além do desenvolvimento desses materiais, a CCS também fornece orientações e aprova *layouts* encaminhados pelos servidores para as mais diversas atividades do campus. Para isso, basta enviar a solicitação e a arte do material através de [formulário online disponibilizado pela CCS](#) que o pedido será apreciado de acordo com os prazos estabelecidos no item 1.2 deste documento.

Todos os materiais produzidos devem aplicar a marca do instituto de maneira correta. As orientações para essa aplicação estão contidas no Manual de Aplicação da Marca dos Institutos Federais – edição 2015 disponível na área “Marca do IFBA” do [Portal Institucional](#). Além disso, os trabalhos produzidos pela Coordenação de Comunicação Social buscam ser claros e não poluídos, buscando uma aparência profissional, organizada, unificada e interessante aos materiais. Dependendo de sua finalidade, o material recebe tratamento publicitário. Da mesma forma, as artes encaminhadas à CCS para aprovação serão analisadas pautando-se nestes princípios.

As solicitações de criação de marca à CCS ou de utilização de marca criada por terceiros serão avaliadas pela coordenação juntamente com a DGCOM. Os setores e outras unidades fixas do IFBA Feira de Santana poderão fazer uso apenas da marca do instituto para identificação de seus materiais acompanhado do nome do setor, como mostra o exemplo a seguir.



Marca da Comissão da Política de Assistência Estudantil (CPAE) do IFBA Feira de Santana.

Cada setor ou unidade fixa do IFBA Feira de Santana poderá fazer o download dessas marcas na [página da CCS no site do IFBA Feira de Santana](#).

As campanhas de processos seletivos para ingresso de estudantes nos níveis técnico e superior são ações de grande importância para a atividade do campus Feira de Santana, por isso são tratadas de forma prioritária nos períodos em que os certames acontecem, podendo a Coordenação de Comunicação Social fazer o agendamento de ações do Prosel com semanas de antecedência. Também são tomadas como prioridade as ações da Política de Assistência Estudantil do IFBA Feira de Santana e ações ligadas às diretorias Geral e Administrativa do campus.

2.5.1 MATERIAIS DIGITAIS

Os materiais digitais são aqueles utilizados apenas para compartilhamentos no próprio computador. A seguir, são detalhados os principais materiais digitais realizados pela CCS: apresentação de slides, convites, e *web template*.

a) Apresentação de slides

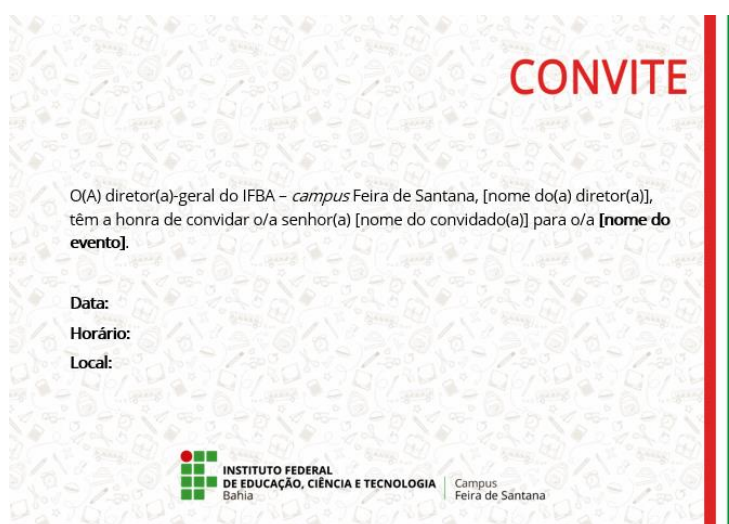
O IFBA Feira de Santana possui um modelo institucional de apresentação de slides, que poderá ser utilizado pelos servidores em todas as apresentações institucionais. O modelo encontra-se na [página da CCS no site do IFBA Feira de Santana](#).



Modelo do slide de apresentações institucionais do IFBA Feira de Santana.

b) Convites

Os convites para eventos oficiais do IFBA Feira de Santana seguem um modelo padrão, para conferir identidade e credibilidade ao material. Embora o convite possa ser impresso, ele está relacionado entre os itens de materiais digitais, porque atualmente o mais usual é o seu envio por e-mail. O convite é encaminhado para convidados quando a presença é desejável, mas não obrigatória, como no caso de uma convocação.



Modelo da capa do Bloco de Anotações do IFBA Feira de Santana.

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

Assim, no momento de pedido de confecção de um convite à CCS, é necessário ter em mente que o convite seguirá o padrão apresentado acima; que são necessárias as informações do evento, local, data e horário de realização; se o convite será impresso ou não (pois isso altera o tipo de arquivo a ser enviado); e que é preciso atentar-se para o fato de existirem duas formas de tratamento básicas mais usuais, V.Exa. para autoridades e V.Sa. para os demais convidados que não necessitem de pronome de tratamento específico (exemplo: servidores, discentes, pais).

c) Web template

Web template é o modelo das páginas do sítio do IFBA Feira de Santana e tem a função de definir a parte visual da página web e a maneira como os dados, presentes no banco de dados, serão exibidos.

A CCS desenvolve apenas o modelo do *web template*, que compreende o design da página, ficando a cargo dos setores ou da comissão dos eventos institucionais o encaminhamento dos dados para preenchimento da página no site.

2.5.2 MATERIAIS IMPRESSOS

Os impressos são aqueles materiais que necessitam de impressão gráfica para a sua utilização. A Coordenação de Comunicação Social desenvolve a arte para todos os materiais usuais descritos nos itens a seguir, porém, a contratação e execução do processo de impressão dependerá da disponibilidade financeira do campus, a partir do planejamento anual organizado pelas diretorias Geral e Administrativa do IFBA Feira de Santana.

a) Banner

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

A CCS também propõe a criar artes para banners, sendo, para isso, necessárias informações sobre as atividades, áreas utilizadas no campus, localização de móveis e/ou equipamentos, público-alvo, dia, horário e local do evento.

b) Bloco de anotações

O bloco de anotações é um material institucional que pode ser distribuído para servidores e participantes de eventos específicos e pode ser usado em diversas ocasiões, contribuindo para a divulgação institucional do IFBA ou do evento. A CCS já possui um modelo padrão para o campus Feira de Santana, como pode ser visto a seguir.



Modelo da capa do Bloco de Anotações do IFBA Feira de Santana.

Especificações para impressão: tamanho 75mm x 100mm, com 50 folhas, miolo papel sulfite 90g, impressão uma cor com marca d'água com o símbolo do IFBA Feira de Santana.

Outros modelos e especificações podem ser solicitados, de acordo com o objetivo do solicitante para novos formatos de impressão, desde que respeitem as normas já descritas neste documento.

c) Cartaz

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

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

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

d) Certificado

O certificado é um documento que atesta um fato, sendo, necessariamente, assinado por autoridades competentes no assunto. Existe um modelo institucional disponibilizado na [página da CCS no site do IFBA Feira de Santana](#) que deve ser adequado com as seguintes informações: nome do participante; nome do evento; data de início e término; carga horária; data de emissão; e nome, portaria e cargo ou função das duas (ou mais) autoridades que assinarão o certificado.



Modelo do certificado padrão para o IFBA Feira de Santana.

Especificação padrão (em caso de impressão): Formato A4, 4/0 cores, papel couchê fosco 230 g/m². Impressão apenas na frente.

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

e) Crachá

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



Modelo de crachá para eventos do IFBA Feira de Santana.

Especificação: tamanho 105mm x 148mm, impressão em papel reciclado 180g (apenas frente), acabamento com cordão de barbante.

Há também modelos de crachás para palestrantes e para a comissão organizadora dos eventos.

f) Folder

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

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

g) Panfleto

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

As especificações padrão para impressão do panfleto são: formato 15cm x 21cm, papel couchê fosco 115g/m², 4/4 cores.

h) Sinalização de Eventos Institucionais

A sinalização de minicursos, palestras, oficinas e outras atividades dos eventos institucionais é fundamental para uma boa participação do público e também para captar o interesse no que está sendo apresentado. Um dos aspectos principais que contribuem para isso é a adesivagem das paredes ou da entrada do campus para atrair a atenção das pessoas que transitarem pelos espaços de realização do evento. É importante também planejar a disposição das atividades de acordo com os temas apresentados ou alguma outra forma de setorização que facilite o entendimento do visitante.

A CCS também propõe arte para a sinalização do evento, sendo, para isso, necessárias as mesmas informações descritas nos itens acima.

03

DÚVIDAS E CONTATOS

Para tirar dúvidas sobre itens deste manual ou de assuntos que não são abrangidos por ele, entre em contato com a Coordenação de Comunicação Social: **75 3221-6475** – Ramal 1836.

Para envio de solicitações, sugestões de pauta e outras informações, entre em contato pelo e-mail comunicacao.fsa@ifba.edu.br.

04

REFERÊNCIAS

INSTITUTO FEDERAL DA BAHIA. DGCOM - Diretoria de Gestão da Comunicação Institucional. Salvador, 2019. Disponível em: <https://portal.ifba.edu.br/dgcom>. Acesso em: 8 jun. 2021.

INSTITUTO FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL. Assessoria de Comunicação Social. Campo Grande, [2021]. Disponível em: <https://www.ifms.edu.br/aceso-a-informacao/institucional/estrutura-organizacional/orgaos-de-apoio-e-controle/comunicacao>. Acesso em: 8 jun. 2021.

INSTITUTO FEDERAL [DO] ESPÍRITO SANTO. Guia de conduta em mídias sociais para estudantes, servidores e funcionários terceirizados do IFES. [Vitória], 2018a. Disponível em: https://www.ifes.edu.br/images/stories/files/Comunicacao/guia_conduta_midias_sociais.pdf. Acesso em: 8 jun. 2021.

INSTITUTO FEDERAL [DO] ESPÍRITO SANTO. Manual de procedimentos de Comunicação Social. [Vitória], 2018b. Disponível em: <https://www.ifes.edu.br/images/stories/files/Comunicacao/manual-procedimentos-comunicacao.pdf>. Acesso em: 8 jun. 2021.

