

CARTILHA DE ORIENTAÇÕES

para canais de comunicação vinculados ao IFRS



INSTITUTO FEDERAL
Rio Grande do Sul

EXPEDIENTE

Cartilha de orientações para canais de comunicação vinculados ao IFRS

1ª Edição | 2019

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul

Reitor: Júlio Xandro Heck

Idealização: Departamento de Comunicação e Setores de Comunicação do IFRS

Organização: Carine Simas da Silva (Reitoria), Cristine Stella Thomas (*Campus* Porto Alegre), Gabriela Morel (*Campus* Osório), Joana Paloschi (*Campus* Alvorada), Josué Goulart (*Campus* Rolante), Nícolas Fonseca (Reitoria).

Projeto gráfico e diagramação: Ana Carolina Zambom





Formulário para cadastro de canais de comunicação vinculados ao IFRS

A fim de facilitar o acompanhamento do processo de comunicação do Instituto Federal do Rio Grande do Sul (IFRS) junto aos públicos, o setor de Comunicação mantém um [cadastro](#) dos canais vinculados ao IFRS e elaborou procedimentos básicos a serem seguidos.

Se você é servidor ou aluno e gerencia ou pretende criar um canal de comunicação que tenha vinculação com o Instituto (como uma página ou perfil em rede social, um site na internet, um boletim enviado por e-mail etc), deve preencher este formulário. Qualquer dúvida, contate o setor de Comunicação de sua unidade.

Canal de Comunicação

Um canal de comunicação é um meio que permite a circulação de uma mensagem, podendo ser físico (como um boletim impresso e um mural informativo) ou eletrônico (boletim enviado por e-mail, vídeo, blog, página na internet, página nas mídias sociais)¹. Para que transmitam consistência e credibilidade, é fundamental que os canais do IFRS estejam em conformidade com a [Política de Comunicação](#), empreguem os padrões de aplicação da marca, atentem ao estilo e à forma de escrita, mantenham informações atualizadas e corretas, entre outros.

Antes de um servidor ou estudante criar um canal de comunicação para um setor, núcleo ou projeto, deve analisar se os canais oficiais existentes na unidade já não suprem a necessidade da demanda. É necessário que sejam produzidos conteúdos inéditos com regularidade para o novo canal. No caso de canais que permitam a interação com os públicos, como sites de redes sociais, é preciso atentar também para a necessidade de responder e interagir. Converse com o Setor de Comunicação do seu *campus* ou com o Departamento de Comunicação da Reitoria para tirar dúvidas.

¹ Uma definição sobre diferentes canais pode ser consultada no [Manual de Canais de Relacionamento](#) do Instituto Federal de Santa Catarina (IFSC).

O que é fundamental para criar e manter um canal de comunicação vinculado ao IFRS

As orientações estão em consonância com a Política de Comunicação do IFRS.

Sobre a marca do IFRS

Todas as comunicações do IFRS devem preservar a marca do Instituto, com obediência estrita aos padrões de identidade visual que constam no [Manual de Aplicação da Marca](#) do Instituto Federal e no [Manual de Marcas Internas do IFRS](#).

Sobre a redação

Os canais de comunicação do IFRS devem apresentar informações atualizadas e precisas, de forma clara, e sem erros de ortografia, seguindo as normas cultas da língua (algumas orientações podem ser encontradas no [Guia Como Faço?](#)). É fundamental também certificar-se da veracidade dos dados a serem divulgados.

Sobre a atualização

Os canais de comunicação do IFRS devem ser periodicamente avaliados e atualizados, considerando suas características, o perfil e as demandas dos seus públicos e da instituição. Os canais eletrônicos exigem atualização constante de conteúdo inédito. Não se justifica a existência de um canal que apenas replique ou recompartilhe informações de outro canal. Caso o canal online pare de ser atualizado, sugere-se que a página ou perfil seja deletado. Canais ociosos, desatualizados e com marcas antigas prejudicam a imagem da instituição. Já os canais impressos precisam ter uma periodicidade de publicação preestabelecida e seguida.

Sobre a interação com os usuários

Os canais eletrônicos, como sites, blogs e páginas nas mídias sociais, envolvem a interação com os públicos. É importante que o responsável pelo canal esteja atento e gerencie essas interações. Não se deve deixar o público sem resposta nem demorar excessivamente para responder.



Sobre a cópia de informações e/ou imagens

É obrigatório respeitar os direitos autorais, conforme a [Lei 9.610/1998](#).

Sobre a integração com o setor de Comunicação da unidade

Embora existam canais não gerenciados pelos setores de Comunicação do Instituto, as informações relevantes e que possam interessar a um público mais abrangente devem ser repassadas a esses setores em tempo hábil para serem divulgadas. No caso de postagens em sites de redes sociais, é aconselhável marcar a página oficial da unidade (*campus* ou Reitoria). Dessa forma, o setor de Comunicação acompanhará o conteúdo e, em alguns casos, poderá replicá-lo.

Sobre o encerramento do canal de comunicação

Caso o responsável pelo canal de comunicação decida por seu encerramento, é necessário informar a Comunicação da unidade (*campi* ou Reitoria), para a baixa no Cadastro de Canais de Comunicação do IFRS.

Importante: se você gerenciou um canal online (páginas, perfis etc) que não está mais sendo utilizado, delete-o para não haver um canal ocioso com o nome da instituição.

Outras orientações:

É fundamental que os canais de comunicação vinculados ao IFRS estejam comprometidos com os objetivos institucionais e com o interesse público. Assim, as publicações não devem conter manifestações:

- de caráter pessoal
- ofensivas
- comerciais
- religiosas
- político-partidárias
- de apologia a álcool, cigarro ou outras drogas
- racistas ou preconceituosas
- que critiquem pessoas ou instituições ou
- que atentem aos direitos humanos.

Os canais de âmbito local devem trazer informações que permitam aos públicos o acesso aos demais meios da instituição, em particular o seu portal e páginas oficiais nas mídias sociais. Ex.: informar o endereço do site do *campus*.

Aplicam-se a esses canais também os “Valores indispensáveis da comunicação interna no IFRS”, que podem ser consultados na [Política de Comunicação](#), capítulo Comunicação Interna.

Dicas para a produção de conteúdo dos canais vinculados ao IFRS

Títulos de notícias

Título: frase informativa com verbo (oração não tão grande, mas também não curta demais). Não se utiliza ponto final em títulos.

Subtítulo: procure não repetir informações do título, mas colocar informações complementares.

Fórmula básica: Sujeito + Verbo + Complemento curto e objetivo, que desperte curiosidade.

Notícia/nota simples deve responder, no mínimo, ao seguinte

Notícia: O quê? | Quem? | Quando? | Onde? | Como? | Se for necessário: por quê?

Nunca esquecer de criar hiperlink, caso em algum trecho fale, por exemplo, de edital, de um site em específico etc.

Cuidado com a linguagem: evite usar siglas sem o desdobramento e use uma linguagem clara e acessível.

Importante: nunca separar com vírgula o sujeito do verbo (ou, dependendo do caso, vice-versa).

Notícia de edital

Valem as orientações da notícia, tendo ainda os seguintes cuidados:

- Publicar o edital sempre no formato pdf acessível a leitores de tela (em caso de dúvidas, procure o Napne da sua unidade).
- O título da notícia não deve ser somente o nome do edital. Ou no título não deve trazer apenas o número do edital, por ex.: “Lançado o Edital 10/2019”.
- Destacar no texto as etapas do cronograma.
- Informar que as publicações referentes às demais etapas do edital serão publicadas junto ao documento, na aba Editais ou correspondente.



Sites de redes sociais

Deve-se ter, assim como na notícia, um rigor pela gramática, pois se trata de um perfil público ligado a uma instituição de ensino. A linguagem deve ser mais leve, criativa, também descontraída (dependendo do assunto). Cuide da linguagem utilizada pensando no público que quer alcançar.

Pode-se ou até deve-se fazer uso, sempre com bom senso, dos recursos disponíveis no site de rede social utilizado, como *emoticons*, “sentindo-se...” etc.

Responda sempre, e sem muito atraso, as mensagens enviadas e procure interagir também com os comentários deixados nas postagens, em linguagem clara e de forma gentil.

Dica para saber mais:

[Como Faço? - Um Guia de Boas Práticas do IFRS](#)

Mantenha contato com a Comunicação da sua unidade

Reitoria

comunicacao@ifrs.edu.br
(54) 3449-3351

Campus Alvorada

comunicacao@alvorada.ifrs.edu.br
(51) 3483-9101

Campus Bento Gonçalves

comunicacao@bento.ifrs.edu.br
(54) 3455-3260

Campus Canoas

comunicacao@canoas.ifrs.edu.br
(51) 3415-8242

Campus Caxias do Sul

comunicacao@caxias.ifrs.edu.br
(54) 3204-2100

Campus Erechim

comunicacao@erechim.ifrs.edu.br
(54) 3321-7506

Campus Farroupilha

comunicacao@farroupilha.ifrs.edu.br
(54) 3260-2423

Campus Feliz

comunicacao@feliz.ifrs.edu.br
(51) 3637-4418

Campus Ibirubá

comunicacao@ibiruba.ifrs.edu.br
(54) 3324-8108

Campus Osório

comunicacao@osorio.ifrs.edu.br
(51) 3601.3507

Campus Porto Alegre

comunicacao@poa.ifrs.edu.br
(51) 3930-6013

Campus Restinga

comunicacao@restinga.ifrs.edu.br
(51) 3247-8418

Campus Rio Grande

comunicacao@riogrande.ifrs.edu.br
(53) 3233-8624

Campus Rolante

comunicacao@rolante.ifrs.edu.br
(51) 3547-9611

Campus Sertão

comunicacao@sertao.ifrs.edu.br
(54) 3345-8071 ou (54) 3345-8006

Campus Vacaria

comunicacao@vacaria.ifrs.edu.br
(54) 3231-7400

Campus Veranópolis

comunicacao@veranopolis.ifrs.edu.br
(54) 3437-2303

Campus Viamão

comunicacao@viamao.ifrs.edu.br
(51) 3320-7101